

UNIVERSIDAD DE SONORA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA Y
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Propuesta de mejora para la organización del Encuentro de Experiencias Estudiantiles. Investigación en Acción. "Más que dichos, hechos de investigación".

The seal of the University of Sonora is a circular emblem. It features a central shield with a lamp of knowledge on the left and an open book on the right. Above the shield is an owl, and below it is a stylized sun or star. The shield is flanked by two figures. The entire emblem is surrounded by a circular border containing the text 'UNIVERSIDAD DE SONORA'.

TESIS

Que para obtener el Título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Presenta:

C. Gissel Yadir Zamora Millán

Asesora-Directora:

Mtra. Elodia Guadalupe Ortega Escalante

Asesores-Sinodales

Dra. Martha Jaime Rodríguez

M.C. Rodrigo Romero Matuz

M.C. Gonzalo Leyva Pacheco

Hermosillo, Sonora. México.

Mayo del 2018

Repositorio Institucional UNISON



**"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"**



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como openAccess


Hermosillo, Sonora a 3 de mayo de 2018

DR. SERGIO ALBERTO BELTRÁN MORENO
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN
PRESENTE.-

Por este medio, en calidad de integrantes del Comité de Tesis del egresado **Gissel Yadir Zamora Millán**, nos permitimos informarle que su trabajo titulado **“Propuesta de mejora para la organización del encuentro de experiencias estudiantiles. Investigación en acción. 'Más que dichos, hechos de investigación”**, cumplió con los requisitos teórico-metodológicos para ser sustentado en examen de defensa del trabajo recepcional por la opción de **Tesis Profesional**.

Por lo anterior, este Comité autoriza se proceda a hacer las gestiones administrativas conducentes para la programación de la fecha de examen profesional.

ATENTAMENTE:


M.C. Elodia Guadalupe Ortega Escalante

Asesora-Directora


M.C. Gonzalo Leyva Pacheco

Asesor propietario


Dra. Martha Jaime Rodríguez

Asesor propietario


M.C. Rodrigo Romero Matuz

Asesor suplente

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia agradezco con todo el corazón a mi maestra asesora y directora de tesis Elodia Guadalupe Ortega Escalante por guiarme en este proceso tan retador para mí, por brindarme las asesorías necesarias que me ayudaron a resolver mis dudas durante el camino, por brindarme el apoyo y sus conocimientos para alcanzar esta meta y sobre todo por obsequiarme un poco de lo más valioso que un ser humano puede dar; su tiempo. Siempre estaré muy agradecida por tenderme una mano cuando pensé que sería complicado encontrar a alguien que estuviera dispuesto a apoyarme, sin embargo sin conocerme ni saber quién era se ofreció a ser mi asesora y brindarme la confianza necesaria para empezar y culminar este proyecto. Dios la bendiga hoy y siempre, de todo corazón, muchas gracias querida maestra.

A mis padres Carlos Zamora, Elodia Aguiluz y Concepción Millán que nunca me han dejado de apoyar durante todas las decisiones tanto profesionales como personales que he tomado en mi vida, muchas gracias por no dejarme sola en el camino y sobre todo les agradezco a los tres por seguir al pie del cañón hasta el día de hoy.

Desde el fondo de mi corazón, esto es por ustedes y para todos nosotros. GRACIAS.

INTRODUCCIÓN	7
a. Objetivos.....	8
b. Justificación.....	8
c. Marco teórico conceptual.....	10
d. Metodología de investigación: Mixta.....	16
e. Diseño de investigación.....	17
f. Pregunta de investigación.....	17
g. Variables de investigación.....	17
h. Indicadores.....	18
i. Instrumentos.....	20
1. Análisis de imagen.....	20
2. Resultados de eventos anteriores.....	21
j. Sujetos y contexto.....	23
CAPITULO I. EL ENCUENTRO DE EXPERIENCIAS ESTUDIANTILES.....	23
1.1. Antecedentes.....	23
1.2. La organización.....	25
1.2.3. Desarrollo y Evolución.....	26
1.3. Imagen.....	28
1.3.1. Primer EEE: IA.....	28
1.3.1.1. Logotipo.....	28
1.3.1.2. Cartel.....	29
1.4.2. Segundo EEE: IA.....	30
1.4.2.1. Logotipo.....	30
1.4.2.2. Cartel.....	30
1.5.3. Tercer EEE: IA.....	32
1.5.3.1. Logotipo.....	32
1.5.3.2. Cartel.....	33

1.5.4. Cuarto EEE: IA.....	33
1.5.4.1. Logotipo.....	33
1.5.4.2. Cartel.....	34
1.5.5. Quinto EEE: IA.....	34
1.5.5.1. Logotipo.....	34
1.5.5.2. Cartel.....	35
CAPITULO II. DIAGNÓSTICO.....	35
2.1 Evaluación de imagen.....	36
2.2.1. Logotipo.....	36
2.2.1.1. Evaluación de logotipo 1era Edición.....	36
2.2.1.2. Evaluación de logotipo 2da. Edición.....	37
2.2.1.3 Evaluación de logotipo 3ra. Edición.....	37
2.2.1.4 Evaluación de logotipo 4ta. Edición.....	38
2.2.1.5 Evaluación de logotipo 5ta. Edición.....	38
2.1.2. Cartel.....	39
2.2. Resultados del Encuentro de Experiencias Estudiantiles por año.....	41
2.2.1. Primer Encuentro de Experiencias Estudiantiles 2011.....	41
2.2.2. Segundo Encuentro de Experiencias Estudiantiles 2015.....	42
2.2.3. Tercer Encuentro de Experiencias Estudiantiles 2016.....	43
2.2.4. Cuarto Encuentro de Experiencias Estudiantiles 2017-1.....	44
2.2.5. Quinto Encuentro de Experiencias Estudiantiles 2017-2.....	45
2.3. Resultados del Encuentro de Experiencias Estudiantiles, por variable.....	46
2.3.1. Participación.....	46
2.3.1.1. Organizadores (Estudiantes).....	46
2.3.1.2. Profesores asesores.....	47
2.3.1.3. Conferencias Magistrales.....	47
2.3.1.4. Conferencias.....	48

2.3.1.5. Panel de expertos.....	48
2.3.1.6. Mesa de discusión.....	49
2.3.1.7. Moderadores de sesiones de trabajo.....	49
2.3.1.7. Mesas de trabajo.....	50
2.3.1.8. Ponencias.....	50
2.3.1.9. Ponentes en la modalidad oral.....	51
2.3.1.10. Exposiciones de cartel científico.....	51
2.3.1.11. Carteles científicos.....	51
2.3.1.12. Ponentes en la modalidad cartel.....	52
2.3.1.13. Productos de comunicación.....	52
2.3.1.14. Presentadores productores de trabajos de comunicación.....	53
2.3.1.15. Sitios Web.....	53
2.3.1.16. Diseñadores/ Presentadores participantes.....	54
2.4. HALLAZGOS.....	54
2.4.1. Imagen.....	54
2.4.2. Participación.....	55
CAPITULO III. PROPUESTA.....	58
3.1. Objetivos de la propuesta.....	58
3.1.1. Objetivo General.....	58
3.1.2. Objetivos específicos.....	58
3.2. Metas.....	58
3.3. Justificación.....	58
3.4. Propuesta.....	63
3.4.1. Logotipo.....	64
3.4.1.1. Objetivo.....	64
3.4.1.2. Valores.....	64
3.4.1.3. Descripción de la propuesta de logotipo a todo color.....	65

3.4.1.4. Versiones de diseño para diferentes tipos de impresión.	67
3.4.2. Opciones de participación.....	68
3.4.2.1. Formas de participación.....	69
3.4.2.3. Metodología de trabajo.....	71
3.4.3. Manual para la Organización del evento.	72
3.4.3.1. Objetivo.....	73
3.4.3.3. Estructura de organización.	73
3.4.3.4. Realización.....	75
CONCLUSIÓN.....	76
REFERENCIAS.....	78
AGENDA DE INVESTIGACIÓN.	79

INTRODUCCIÓN.

El Plan de Estudios 2004 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación establece una perspectiva de trabajo interdisciplinario encaminada a la formación de profesionistas, mediante el ejercicio en escenarios reales de desempeño profesional y la investigación como el medio para garantizar la transferencia y aplicación de los conocimientos, habilidades y competencias adquiridas (UNISON, Plan de Estudios de Ciencias de la Comunicación 2004, 2004). Por tal motivo es común que los estudiantes de la licenciatura, independientemente del semestre que cursen, desarrollen proyectos de investigación relacionados con la habilidad y competencia en curso, lo cual implica un aumento gradual de la dificultad de los mismos, y por ende, de las exigencias de sus docentes.

Dicho proceso evidencia una evolución, en la mayoría de los casos positiva y eficaz, que no está exenta de altibajos y necesidades de retroalimentación de conocimientos básicos para el desarrollo de las actividades implícitas en el trabajo de investigación. Por ejemplo, es común que los estudiantes requieran más de 3 asesorías para la construcción de sus objetivos de investigación, a pesar de ser una actividad recurrente durante su formación. Por otro lado, la formación de los jóvenes “recién llegados” dista mucho de la de sus compañeros de semestres avanzados, y se enfrentan además a la falta de conocimientos en relación a la disciplina y al como relacionar sus actividades en dicho campo.

Por lo anterior un grupo de docentes, por solicitud de los estudiantes, se propusieron organizar un evento que les proporcionará los conocimientos necesarios para iniciarse en el ámbito de la investigación, mediante experiencias de trabajo real y el intercambio de conocimientos con otras disciplinas y grupos de investigación, con el objetivo de “Intercambiar experiencias de aprendizaje en investigación con estudiantes de pregrado (licenciatura) y posgrado (maestría y doctorado)”. Sin embargo, desde 2011 que se inició con el proyecto, el evento se ha ido modificando para dar respuesta a las necesidades y exigencias de los nuevos tiempos y generaciones.

El Encuentro de Experiencias Estudiantiles tiene por objeto analizar y debatir, desde distintas perspectivas y niveles de intervención, las líneas de investigación temáticas establecidas para cada edición. Los trabajos presentados deben necesariamente versar sobre algún tópico relacionado con el tema principal del Encuentro de Experiencias Estudiantiles: investigación en Acción (EEE: IA), abordándolo desde la perspectiva que le parezca conveniente al autor, y

en lo posible, guiándose por el tema sugerido por el comité organizador y expuesto en la convocatoria correspondiente. El programa del evento contempla tres formas de participación, y los interesados pueden participar en una o varias modalidades: Ponente presentación oral, Ponente presentación de cartel y presentador de diseño de sitios web.

En este trabajo se presentan los referentes de conocimiento teóricos que se requirieron para guiar el trabajo realizado, se mostrará cómo se fue concibiendo el Encuentro de Experiencias Estudiantiles: investigación en Acción, y los resultados obtenidos hasta la fecha, con el fin de compartir toda experiencia académica, en espera de que sea útil para colegas de otras instituciones. Además, considerando que el EEE: IA suma 5 experiencias en 7 años de trabajo, se desea estudiar las posibilidades de ampliar su alcance y aumentar la participación, para lo cual se ha definido la siguiente metodología para investigar el caso.

a. Objetivos.

Objetivo General: Elaborar una propuesta de mejora para la organización del Encuentro de Experiencias Estudiantiles: Investigación en Acción, a partir de los resultados de diseño de imagen y participación.

Objetivos Específicos:

1. Conocer e identificar el trabajo elaborado para la realización del EEE: IA.
2. Analizar comparativamente los resultados obtenidos en cada edición del EEE: IA.
3. Diseñar una propuesta de mejora para la organización del EEE: IA.

b. Justificación.

A partir del año 2011, en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se implementó un evento académico que invita a participar a los estudiantes en actividades de difusión y divulgación de conocimiento, con el principal objetivo de intercambiar experiencias estudiantiles, ya fueran de grado o posgrado, para de esta manera conocer el quehacer de investigación en el ámbito de la comunicación. Después de la primera experiencia, con el avance del tiempo se fue mejorando la estrategia al interior de las aulas, para posteriormente sumar a los profesores de la Academia de Comunicación Estratégica y Globalización para volver a convocar a los estudiantes a un evento más fuerte, mejor estructurado y con mayor validez académica y curricular.

Después de cada edición del EEE: IA, los profesores autoevalúan los resultados y se enfocan en la mejora, pero la cantidad de actividades propias de la academia no siempre favorecen la renovación del proyecto, razón por la cual se realizó la presente investigación para presentar los resultados y evaluar imparcialmente el proyecto, y de esta manera mejorar las próximas ediciones.

Los motivos por los cuales se decidió indagar el tema son los siguientes:

1. Es formato del EEE: IA es atractivo e innovador para las evaluaciones colegiadas, pues con esto se evitan la permanencia de horas en un mismo espacio, presenciando trabajos que muy probablemente ya conocen o han participado en ellos.
2. Los estudiantes se capacitan para la realización de actividades de generación y divulgación de conocimiento. El evento no se trata solo de divulgar, también contribuye en la formación de los estudiantes pues la divulgación de conocimiento es una asignatura pendiente dentro del Programa académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
3. Conocen el trabajo realizado por los colegas, lo cual les permite formarse expectativas de desempeño. Durante el evento pueden conocer el alcance e impacto del trabajo realizado por sus compañeros, para de esta forma ampliar sus expectativas de desempeño académico.
4. Quehacer de la comunicación. Las experiencias de los participantes permiten hacer un mapa del quehacer de la comunicación y sus diferentes líneas de investigación e intervención.
5. Intercambian conocimientos con estudiantes de cursos avanzados. La participación de estudiantes de posgrado es un aliciente para que los jóvenes se generen expectativas de superación.

El EEE: IA es un espacio muy interesante y de grandes oportunidades para los estudiantes y los profesores, por ejemplo:

- Evidencia el desempeño de estudiantes y profesores durante el semestre;
- El estudiante pone en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera (exposición);
- Favorece la transparencia en la evaluación;
- Optimiza tiempos en los procesos de evaluación;
- Complementa la formación académica del estudiante;

- Defensa de argumentos;
- Aporta al currículo académico; y
- Es una experiencia que contribuye a su formación profesional.

Por todo lo anterior, se consideró que analizando los resultados y conociendo las necesidades de los académicos, se podía integrar una propuesta de mejora para el evento que incrementará las ventajas a favor de la divulgación de la generación de conocimiento estudiantil.

c. Marco teórico conceptual.

Con el arrollador avance de las tecnologías de la información y la comunicación, es indispensable que se impulse la formación continua y el desarrollo de competencias profesionales que complementen el conocimiento obtenido en las aulas universitarias. La organización y participación en eventos académicos hace posible una mejor preparación, y por ende un abanico de desempeño profesional más amplio, pues resultan mejor capacitados para la organización de actividades, procesamiento de información y resolución de problemas.

La tarea de organizar actividades para los estudiantes, o apoyar sus iniciativas, consiste en dar forma y validez a los trabajos que pretende realizar, y para categorizarlos es necesario delimitar y definir las opciones disponibles para encontrar la más idóneo, tomando en cuenta, la población, los diferentes intereses y objetivos de los participantes, para de esta manera determinar los contenidos y el sentido. Los eventos permiten la interacción de diferentes grupos de individuos, es un medio de integración social, muy efectivo que proporciona escenarios de esparcimiento, productividad intelectual y experiencias para la vida (PABÓN, 2013, pág. 19).

La definición de evento académico es “un espacio creado con el fin de complementar la formación adquirida ya sea en la universidad, un instituto o un colegio. Los eventos académicos se realizan con el propósito de que los profesionales de ciertas áreas específicas en un momento determinado, aprovechen y enriquezcan su formación integral” (PABÓN, 2013).

Tomando como referencia la teoría consultada, se aseguró que los eventos se clasifican: Según su naturaleza, en: eventos culturales, políticos, académicos, turísticos, religiosos, informativos y deportivos; según su magnitud o alcance, en: eventos nacionales, regionales, locales, municipales, internacionales, mundiales y eventos estatales; y, según el grado de

exclusividad, en: eventos públicos y eventos privados (HOTEL SUITES ALBAYZIN DEL MAR, 2009)

A partir de lo anterior, se ha podido determinar que el objetivo de trabajo es la organización de un evento académico local y público. Por otro lado, los tipos de eventos académicos son Congresos, Simposio, foro, conferencia, coloquio, seminario, convención y encuentro académico, siendo este último el ideal para los fines establecidos porque estos espacios están pensados para que los estudiosos de un tema general, dividido a su vez en temas de mayor concreción, se reúnan, intercambien opiniones, lean trabajos y en conjunto enriquezcan sus posiciones al respecto, al tiempo que difunden su saber a un público de distinta amplitud (PABÓN, 2013).

De esta manera, los encuentros han brindado la oportunidad de divulgar el conocimiento generado en las diversas actividades académicas y de investigación, implementando varias estrategias de comunicación, en las cuales se mezclan lo práctico con lo teórico, con la ventaja de poderlos hacer más dinámicos y atractivos, agregando a su estructura otros tipos de eventos, como cursos, talleres, simposio, foro, etc. Así, de ese modo, se delimita el quehacer a un evento de tipo Encuentro Académico, local y público.

En cuanto al tipo de eventos que puede incluir la estructura del evento, tipo encuentro académico, para fines del presente trabajo, es necesario definir el curso y el taller, pues forman parte fundamental del trabajo que se realiza.

En el campo académico, un taller hace referencia a una metodología de enseñanza que combina la teoría y la práctica. Los talleres permiten el desarrollo de investigaciones y el trabajo en equipo. Partiendo del origen de la palabra taller (del francés atelier), se fundamenta en una combinación de técnicas tendientes al aprendizaje. Es un lugar en el que se aprende haciendo junto a otros. Es decir, los talleres son prácticas de trabajo donde se aprende haciendo o replicando el "hacer" del instructor (PABÓN, 2013).

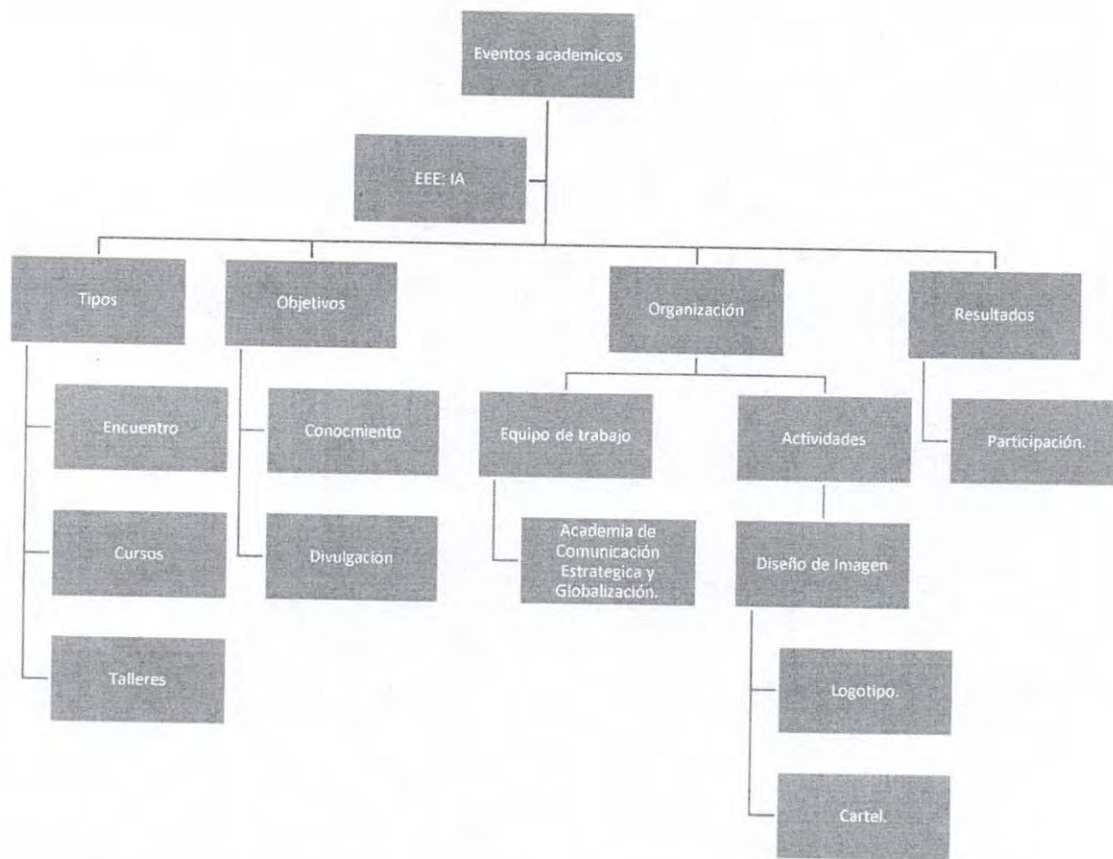
Por el contrario, el curso es un espacio curricular donde el instructor imparte conocimientos a un número determinado de alumnos, como parte de la educación formal ya que está sistematizado en torno a un tema y tiempo predeterminado. Los cursos se desarrollan normalmente en espacios creados para que los asistentes puedan prestar atención de manera

cómoda y directa a quien dicta el curso. Los cursos profesionales generalmente se imparten en instituciones educativas.

La estructura de trabajo en los encuentros favorece el conocimiento y diversifica los canales de divulgación del mismo, logrando un mayor beneficio social, pero aún con toda la teoría sobre enseñanza y sobre aprendizaje, y la incorporación de cursos y talleres, cada evento es diferente, aun cuando se sigue un modelo de trabajo, pues cada equipo organizador pone su estilo en la realización del mismo, además que va innovando en las formas y los hechos. De esta manera con cada edición, el evento académico se enriquece, se encamina a la consolidación y va ganando prestigio académico.

En un encuentro, como en todos los eventos, es muy importante no perder la línea para cumplir los objetivos planeados, razón por la cual todos los organizadores deben conocer y comprometerse con el proyecto, saber que deben hacer y las metas cada uno de los involucrados.

Para garantizar que un evento académico tenga éxito se debe tener en cuenta dos factores; primero que todo, hay que tener, una idea muy clara sobre el tipo de evento académico que se busca hacer; y segundo, contar con un buen equipo de trabajo, el cual le facilite la organización del evento. Cada miembro de este grupo tiene que adquirir un rol y mantener una actitud de servicio, una excelente comunicación, ya sea con los compañeros de trabajo y con los mismos participantes del evento (PABÓN, 2013). En este caso, el equipo de trabajo se consolidó con la integración al trabajo de los profesores de la Academia de Comunicación Estratégica y Globalización de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora, quienes se incluyen y respaldan académica e institucionalmente el evento. Lo anterior fue posible de acuerdo al Reglamento General de Académicas que indica que el objetivo fundamental de las academias es promover e impulsar actividades de investigación, así como vincular estas actividades con la docencia y la extensión (UNISON, Reglamento General de Academias, 2003).



Cuadro elaborado por: Gissel Yadir Zamora Millán

Como parte de las actividades fue necesario diseñar la imagen del evento, para lo cual se estableció un subcomité enfocado a delimitar las características que se deseaba proyectar para el evento, pues consideraron que la imagen representaría al evento y debía dar una idea a los participantes de con qué se van a encontrar.

La identidad y la imagen de marca son dos concepciones vitales para las empresas y/o organizaciones, para algunos autores estos términos suelen utilizarse como sinónimos y la costumbre ha impuesto estas expresiones para denominar al 'sistema de signos identificadores' de una organización, institución, comunidad, etc. Son cuestiones tan importantes en la reputación que muchas organizaciones implementan un manual de identidad institucional o manual de imagen corporativa, con el objetivo de centrar la atención en las dimensiones de la marca, de la identidad y su imagen.

Lo más importante de la imagen es que representa a la organización, por lo cual es considerada como un proceso de acumulación, evaluación y asociación que se desarrolla en la mente de los individuos. La imagen es el pilar sobre el que se soporta la imagen general que tienen los receptores. Un componente importante de la imagen, son los personajes que la representan (Orozco Toro & Ferré Pavia, 2013).

Para el EEE: IA la propuesta del subcomité de imagen y diseño gráfico, fue que el evento debía tener una identidad joven para que fuera más atractivo para los estudiantes y que no se empañara el evento con la rigidez metodológica de los trabajos de investigación. Así, se concibió un evento académico jovial: llevando como slogan "Más que dichos, hechos de investigación"; y como principal elemento de identidad, el búho universitario, característico de nuestra institución educativa, la Universidad de Sonora. Este mismo subcomité compartió estas características con el resto del equipo organizador para que trabajaran sobre la misma línea de identidad e imagen.

Por otro lado, el cartel es la publicación a través de la cual se convoca, e invitar a una o más personas para que asistan y/o participen en un determinado acto o lugar. Para el EEE: IA se realiza un cartel para cada edición, donde se señala las modalidades de participación, el tema en torno al cual se realizarán los trabajos, la justificación del evento, entre otros casos. Toda esta información se presenta en un marco que alude al diseño elaborado para la edición del evento mediante el diseño de logotipo y cartel, es decir, la identidad del evento.

Paul Rand (1914-1996) fue uno de los diseñadores gráficos más famosos de Estados Unidos y destacó fundamentalmente por su buen hacer en cuanto a desarrollos de Identidad Corporativa y Diseño de Logotipos. En su trayectoria diseño algunos de la más famosos Logotipos como el de IBM, UPS y ABC entre otros. Rand establece los criterios básicos para diseñar, especialmente para Logotipos, pues considera que el papel principal es identificar y la simplicidad es su medio, mientras que su eficacia depende del carácter distintivo, la visibilidad, la adaptabilidad, la facilidad para recordarse, la universalidad y la atemporalidad (Rand, 1985).

La evaluación de los diseños en 7 Pasos utiliza las siguientes cuestiones:

1. ¿Es distintivo?

Esto significa único y diferente a todo lo demás. Cuestionarse si destaca entre otros y no es fácil de confundir.

2. ¿Es visible?

Visible significa notable o fácilmente visible. ¿Su visibilidad es alta en el espacio que ocupa? La mayoría de los diseñadores elaboran el logotipo en blanco y negro para una visibilidad óptima independiente de color. Asegúrate de que su logo se ve bien tanto en blanco y negro.

3. ¿Es Adaptable?

Adaptabilidad significa que funciona a través de numerosas aplicaciones, como en una camiseta, una taza, en línea, en un camión, en una señal de tráfico.

4. ¿Es memorable?

El objetivo de un logotipo es ser inolvidable, pues cuando una persona necesite algo, piense en que la marca tiene la solución. Prueba esto con la asociación de palabras, este ejercicio en el que piensa de la primera palabra que viene a la mente cuando escucha o ve algo.

5. ¿Es universal?

Cuando un logotipo es universal es porque tiene un significado coherente en una amplia gama de personas. Esta es posiblemente la parte más difícil al crear un logotipo, porque cada uno es diferente. Pero ¿cómo lo logran las grandes marcas globales? Google utiliza el color. Apple utiliza un elemento básico, un símbolo y sin necesidad de usar palabras.

6. ¿Es atemporal?

Uno de los principios más importantes que debes tener en cuenta en el momento de elaborar un logotipo atemporal es no utilizar los colores más “calientes”, tipografías “llamativos”, o estilos más “cool”, pues las modas cambian. Encuentra el núcleo fuerte del diseño y quita los adornos adicionales. El minimalismo es el arte de decir más por decir menos.

7. ¿Es simple?

Paul Rand aseguraba que un logotipo debe personificar el minimalismo. "Un logotipo no puede sobrevivir a menos que está diseñado con la máxima sencillez y moderación". Si bien, los primeros seis pasos para la evaluación implican la adición y la creación de cualidades sobresalientes en el diseño para que sea único, duradero, fácil de recordar, etcétera, este último paso se trata de despojar y reducir detalles superfluos.

Con toda esta referencia de información teórica que se ha compartido, se expone la experiencia que se ha tenido narrando la concepción, actualización constante y resultados del Encuentro de Experiencias Estudiantiles: Investigación en acción, "Más que dichos, hechos de investigación", de la Universidad de Sonora.

d. Metodología de investigación: Mixta.

Análisis de datos.

Para llevar a cabo el análisis de datos en dicho proceso se utilizó el enfoque mixto por lo que es importante puntualizar la definición y uso de tal enfoque con el fin de justificar la decisión de incluirlo dentro de la metodología de investigación.

Enfoque Mixto Es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema. Se fundamenta en la triangulación. Sus antecedentes provienen de 1960, sin embargo su empleo fue a partir de 1980.

La investigación de métodos tiene el objetivo de utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales (Sampieri, 2010). Esta metodología reconoce el valor del conocimiento como algo que se ha construido a través de medios cualitativos tales como la percepción y la experiencia. Los métodos de investigación mixta son también un intento de legitimar el uso de múltiples enfoques para responder a las preguntas de investigación, en lugar de restringir o limitar las opciones de los investigadores (es decir, rechazar el dogmatismo).

e. Diseño de investigación.

En la investigación se aplicó un enfoque independiente, y en cada etapa se siguieron las técnicas correspondientes a cada enfoque. Se aplicó un diseño cuantitativo y otro cualitativo, cuyos resultados se complementaron.

Se recogió información o datos de entrada de los resultados de implementación de todas las ediciones del Encuentro de Experiencias Estudiantiles: Investigación en Acción y se cuantificaron a partir de indicadores de participación. Por otro lado, se analizó la imagen que se ha diseñado para el evento, con el fin de conocer que tan atractiva es para los estudiantes, la evaluación se realizó a partir de la teoría del diseño de Paul Rand.

Los datos, se analizaron mediante la triangulación, es decir, la comparación de resultados; y la complementariedad, es decir, la búsqueda de colaboración, mejora, ilustración y aclaración de los resultados de un método con los resultados del otro.

Los hallazgos fueron integrados en la argumentación del diseño de propuesta de mejora del Encuentro de Experiencias Estudiantiles: Investigación en Acción.

f. Pregunta de investigación.

¿La identidad e imagen del EEE: IA contribuye a motivar la participación en las actividades del evento?

Nuestra pregunta de investigación es muy concreta, pues busca evidenciar de la manera más sencilla: 1, como incide la identidad del evento en el diseño de imagen; y 2, como los diseños para la promoción del evento motivan la participación de los estudiantes el EEE: IA.

g. Variables de investigación.

Dependiente:

Organización. Estudiar los resultados del EEE: IA.

Independientes:

Imagen. Se analizará la imagen del evento a partir del diseño de imagen de los productos comunicativos dirigidos a los estudiantes: logotipo, cartel promocional y convocatorias a participar.

Participación. Se evaluará la participación a partir de los resultados obtenidos en las experiencias previas de implementación del EEE: IA, para conocer como ésta ha influido en la organización del evento en sus ediciones posteriores.

h. Indicadores.

Para presentar los indicadores se realizó la siguiente tabla, con el fin de interrelacionar cada elemento y evitar la omisión de elementos de investigación.

Variable	Descripción de la variable	Técnica	Indicadores
<u>Imagen.</u>	Se analizará la imagen del evento a partir del diseño de imagen de los productos comunicativos dirigidos a los estudiantes: logotipo, carteles promocionales y convocatorias a participar.	Análisis/CUALITATIVO. Criterio de inclusión. Productos comunicativos utilizados para las diferentes ediciones del evento.	Distintivo. Visible. Adaptable. Memorable. Universal. Intemporal. Simple.
<u>Participación.</u>	Se evaluará la participación a partir de los resultados obtenidos en las experiencias previas	Procesamiento de datos /CUANTITATIVO	1. Organizadores (Estudiantes) 2. Profesores asesores. 3. Conferencias Magistrales.

	<p>de implementación del EEE: IA, para conocer la evolución, impacto y como ha influido en la organización del evento en sus ediciones posteriores.</p>		<ol style="list-style-type: none"> 4. Conferencias. 5. Panel de expertos. 6. Mesa de discusión. 7. Moderadores de sesiones de trabajo 8. Mesas de trabajo. 9. Ponencias. 10. Ponentes en la modalidad oral. 11. Exposiciones de cartel científico 12. Carteles científicos. 13. Ponentes en la modalidad cartel 14. Productos de comunicación 15. Presentadores productores de trabajos de comunicación. 16. Sitios Web
--	---	--	--

			17. Diseñadores/ Presentadores participantes
--	--	--	--

i. Instrumentos.

El levantamiento de datos cuantitativos y cualitativos se realizó mediante dos instrumentos diseñados para cada una de las variables: para la variable participación, una tabla para análisis de datos; y para la variable academia, una guía de entrevista.

1. Análisis de imagen.

Se analizará cada elemento a partir de cada edición del evento, para después realizar un análisis comparativo y definir la tendencia de diseño apropiado para el evento. El análisis se realiza a partir de la teoría consultada y expuesta detalladamente en el apartado de diseño metodológico, y se indicará con un valor asignado basados en escala de likes.

Valoraciones:

1. NADA apropiado
2. POCO apropiado
3. Ni apropiado ni inapropiado
4. MUY apropiado
5. COMPLETAMENTE Apropiado.

	1ra. Edición.	2da. Edición.	3ra. Edición.	4ta. Edición.	5ta. Edición.
¿Es distintivo?					
• Logotipo					
• Cartel					

¿Es visible?					
• Logotipo					
• Cartel					
¿Es Adaptable?					
• Logotipo					
• Cartel					
¿Es memorable?					
• Logotipo					
• Cartel					
¿Es universal?					
• Logotipo					
• Cartel					
¿Es atemporal?					
• Logotipo					
• Cartel					
¿Es simple?					
• Logotipo					
• Cartel					

2. Resultados de eventos anteriores.

Se realizó una tabla en la cual vaciamos los datos resultados de los eventos realizados, misma que sirvió para comparar y realizar un análisis posterior.

	1er.	2do.	3er.	4to.	5 to.
Participantes	EEE: IA	EEE: IA	EEE: IA	EEE: IA	EEE: IA
Organizadores (Estudiantes)					
Profesores asesores.					
Conferencias Magistrales.					
Conferencias.					
Panel de expertos.					
Mesa de discusión.					
Moderadores de sesiones de trabajo					
Mesas de trabajo.					
Ponencias.					
Ponentes en la modalidad oral.					
Exposiciones de cartel científico					
Carteles científicos.					
Ponentes en la modalidad cartel					
Productos de comunicación					
Presentadores productores de trabajos de comunicación.					
Sitios Web					
Diseñadores/ Presentadores participantes					

j. Sujetos y contexto.

Los sujetos involucrados en la investigación son los participantes en cada una de las ediciones del EEE: IA, estudiantes inscritos en los grupos de los profesores participantes. El contexto es la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora, programa académico que respalda dicho evento. Estadísticamente los sujetos de estudio son el total de participantes en el evento, desde estudiantes, ponentes externos, maestros, etc. los cuales con su participación durante las diferentes ediciones han coadyuvado a realizar dicha investigación.

CAPITULO I. EL ENCUENTRO DE EXPERIENCIAS ESTUDIANTILES.

En este capítulo se abordará la información necesaria para conocer a profundidad el programa EEE: IA, en donde se dan a conocer desde el cómo comenzó, hasta qué fue lo que se necesitó, en base a qué y para qué se creó, etcétera. Cada detalle llevado a cabo dentro del programa tiene una intención y se encuentra estructurada de manera muy detallada para lograr cubrir las necesidades por las cuales se comenzó a crear. Se aborda desde los antecedentes hasta la organización, realización, ejecución, logotipos y demás con el fin de conocer cada detalle presentado en este proyecto.

1.1. Antecedentes.

El trabajo académico es tan demandante como motivado sea el grupo al que se dirige, si se suma a esto la novedad y juventud de los universitarios de recién ingreso, lo convierte en un nutritivo campo de ideas y proyectos que requieren ser cultivados con conocimiento y experiencia, para que se conviertan en una experiencia exitosa para todos los participantes.

Lo más sencillo es pararse ante el grupo e impulsar una lluvia de ideas, identificar estilos de aprendizaje y conocer sus expectativas, pero canalizarlos a un proyecto común es la parte donde nuestra creatividad e ingenio se incluyen a la fórmula de éxito: motivación, novedad, juventud, nuevo ingreso, universidad, ideas, proyectos, conocimiento, experiencia, aprendizaje, expectativas creatividad e ingenio.

El estudio de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación comúnmente inicia con la categorización de la misma como ciencia y los elementos que le atribuyen dicho valor, convirtiendo a la investigación en una actividad obligada desde el inicio de la formación del estudiante. Redimensionar el quehacer disciplinario no es tarea fácil, los jóvenes apenas se inician en la identificación del campo disciplinar, y aun cuando tienen experiencia en

investigaciones, aún no saben cómo aterrizar sus temas de interés al campo que ahora estudian, las ciencias de la comunicación.

Ante esta situación era necesario idear un modo que permitiera conocer, hacer y compartir, ¿pero cómo?, había muchas buenas ideas pero el tiempo era el principal limitante, sumado al resto de obligaciones del espacio educativo en el cual se cultivaba la estrategia didáctica de aprendizaje y comunicación al cual se denominó "Encuentro de Experiencias Estudiantiles: Investigación en Acción".

El espacio de Lenguajes de la Comunicación se imparte en el primer semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora, al noroeste de México, y tiene como objetivo introducir a los jóvenes al conocimiento y producción de los diferentes lenguajes y medios de comunicación. Con la generación del 2011 se buscó una estrategia para el trabajo colaborativo que integrará todo el quehacer del programa académico y concluyeron que el investigar les daba suficiente material de trabajo para abordar todos los temas del contenido didáctico, pero aún no se sabía cómo investigar en las ciencias de la comunicación y a contratiempo, pues el semestre se cursa de la segunda semana de agosto a la segunda de diciembre, es decir, solo 4 meses para todas las tareas agendadas para ellos. ¿Por dónde empezar?

Grupalmente los maestros encargados en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación acordaron que era necesario conocer el trabajo realizado por otros estudiantes de la carrera, de esta manera podía deducir el cómo abordar un tema de interés y en el campo de la comunicación; después, la abundancia de información disponible les despertó nuevas inquietudes y para resolverlas invitaron al aula a algunos de los autores de dichos trabajos para que compartieran sus conocimientos; finalmente, las exigencias de conocimientos e información crecieron tanto que se terminó dando forma a esas intervenciones, organizando un Encuentro de Experiencias Estudiantiles. Pero eso no fue todo, las ambiciones y deseos de aprender rebasó a la escuela de comunicación e invitaron a estudiantes de posgrados y académicos a compartir sus trabajos de investigación con los investigadores noveles, quienes no se conformaron con presenciar, también quisieron participar, así que además de conferencias se organizaron mesas de trabajo con temas bien delimitados, donde podían participar más investigadores, y los organizadores del evento con sus investigaciones en proceso, consiguiendo dos cosas importantes para ellos: 1, integrarse a la comunidad; y 2,

retroalimentarse de la opinión de los investigadores de líneas similares a la suya. Así el título de dicho evento académico se amplió a Encuentro de Experiencias Estudiantiles: Investigación en Acción.

1.2. La organización.

Para este momento, solo hacía falta un comité organizador con funciones delimitadas, convocar la participación, buscar la colaboración de los académicos y generar una identidad institucional, entre muchas otras cosas. Pero se debía empezar por algo, y eso fue la conformación de un comité organizador. Definieron categorías y actividades, después sumaron a los estudiantes del grupo a cada una de las necesidades de trabajo. Acto seguido se estableció un plan de acción, un cómo hacer las cosas, y un cronograma, un cuando hacer esas cosas. Ahora era cuestión de esperar, las cosas marchaban y la clase seguía su ritmo “normal”, brindando tiempo para revisar avances de cada sub comité organizador.

1.2.1. Comité organizador.

Por lo anterior, para la organización del Encuentro de Experiencias Estudiantiles, se definió el comité de apoyo con funciones delimitadas, mismas que se presentan a continuación:

Presidente. Coordina el cumplimiento de las actividades definidas para la realización del evento y la relación efectiva entre los diferentes comités. Es el responsable de integrar y elaborar el informe de actividades del evento.

Secretario. Apoya las actividades del presidente del comité.

Tesorero. Administra los recursos económicos con los que se cuenta. Es el responsable de los ingresos y egresos, así como de la realización de los informes financieros.

1.2.2. Sub comités.

Académico. Son responsables de la emisión de la convocatoria para la participación, definen temas y subtemas de trabajo para cada edición del evento y realizan el programa académico final. Este comité investiga y propone al equipo a los invitados para las conferencias, paneles, moderadores para mesas de trabajo, etc. Al finalizar el evento son los encargados de hacer el informe de actividades con relación al

cumplimiento del programa, razón por la cual supervisan la emisión de las constancias de participación.

Imagen y diseño gráfico. Proponen y realizan la imagen para el evento, desde el diseño del logotipo hasta el diseño del programa final. Administran las redes sociales del evento y mantienen informadas a los interesados en el desarrollo del evento. Son los responsables de conformar la memoria gráfica de las actividades realizadas.

Logística. La participación de este comité tiene como objeto emitir opiniones y formular respuestas sobre las necesidades, realidades y actividades. Se encargan de la coordinación entre todos los equipos, de gestionar espacios y equipos para la realización del evento.

Relaciones públicas. La tarea es promover la coordinación interinstitucional. Representan al equipo en los trabajos de gestión, ya sea para extender invitaciones o solicitar patrocinios. Además, fungen como maestros de ceremonias, reciben a la gente en el evento, deciden y agradecen la participación de las personas, etc.

Actividades artísticas. Organizan espacios de entretenimiento cultural para incluir en el programa del evento. Se acercan a otras dependencias de la Universidad de Sonora y/o con instituciones externas.

Con toda esta referencia de información teórica que se ha compartido, se expone la experiencia que se ha tenido narrando la concepción, actualización constante y resultados del Encuentro de Experiencias Estudiantiles: Investigación en acción, “Más que dichos, hechos de investigación”, de la Universidad de Sonora.

1.2.3. Desarrollo y Evolución.

El primero en reportar avance fue el subcomité de imagen y diseño gráfico, quienes propusieron que el evento debía tener una identidad joven para que fuera más atractivo para los estudiantes y que no se empañara el evento con la rigidez metodológica de los trabajos de investigación. Así, se concibió un evento académico jovial: llevando como slogan “Más que dichos, hechos de investigación”; y como principal elemento de identidad, el búho universitario, característico de nuestra institución educativa, la Universidad de Sonora.

El sub-comité de imagen y diseño gráfico propuso al sub-comité académico que diferenciará las mesas y espacios de trabajo como conferencias y seminarios con diferentes dichos de los muchos que a diario usamos como parte de nuestra cultura mexicana, obteniendo como resultado mesas con títulos como: “Investigador que se duerme, no amanece de ponente”, “Protocolo que nace torcido, jamás su investigación endereza”, “Dime de que hablas y te diré qué investigas” y “Si lejos quieres llegar, investigar no está de más”, entre otros. El sub-comité académico realizó una convocatoria abierta para todos los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, con los criterios mínimos de participación que incluía tema del evento, líneas de investigación, fechas, formatos, etc.

El sub-comité de logística gestionó el préstamo de los espacios de trabajo del Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación: Auditorio, salas interactivas, aulas, etc. Todas equipadas con proyector y equipo de cómputo para facilitar la participación de los invitados. Por otro lado, el sub-comité de Memoria gráfica registraba y almacenaba toda la información importante para evidenciar el trabajo realizado. Así mismo, el sub-comité de relaciones públicas promovió el evento, entregó invitaciones, buscó patrocinios y dio seguimiento a todas las actividades. Se conformó un equipo de actividades artísticas y una terna de estudiantes, designados por mayoría, fungieron como presidente, secretario y tesorero del comité organizador.

Todas las solicitudes de participación fueron programadas por el sub-comité académico, confirmadas por el sub-comité de relaciones públicas, tuvieron seguimiento por parte del sub-comité de logística, y finalmente, reconocidos con una constancia diseñada por el equipo de imagen y diseño gráfico, y tramitada por el comité académico.

Cada edición ha ido evolucionando para mejorar, por ejemplo en el 2015, se incluyó la modalidad de participación con Cartel científico; en el 2016, se utilizó el modelo de trabajo del EEE: IA para realizar las evaluaciones colegiadas de los estudiantes del eje especializante de Comunicación Organizacional y se incorporó un curso pre-congreso, el cual fue titulado “Comunicación Creativa: Conviértete en el centro de atención”, que tiene como objetivo instruir a los estudiantes en el proceso de elaboración y presentación de ponencias y carteles científicos. Para la cuarta edición, se incorporaron más profesores al trabajo de asesoría en la elaboración de trabajos para participar, como parte del curso pre-congreso. En la edición del

2017, por primera vez se realizará el evento en el primer semestre del año y se abrirá la participación a la presentación de proyectos de diseño web.

1.3. Imagen.

Para cada evento se ha diseñado una imagen que alude a la edición del mismo, así podemos encontrar 5 logotipos y 5 carteles con un elemento en común, el búho.

La información fue retomada del blog <http://experienciasestudiantiles.blogspot.mx/p/ediciones.html>

1.3.1. Primer EEE: IA.

A continuación se muestra el logotipo y cartel que se utilizaron durante el primer año del EEE: IA en el mes de Diciembre del 2011, así como también una breve descripción de las características en particular.

1.3.1.1. Logotipo.

Se muestra un logotipo monocromático en el cual se utilizó el característico búho de la Universidad de Sonora, haciendo alusión al desarrollo de los alumnos durante diferentes etapas de sus estudios, utilizando una tipografía moderna que llama la atención por el juego de fuentes utilizadas al escribir el nombre del proyecto y su eslogan.

1er Encuentro de experiencias de pregrado y posgrado.

INVESTIGACION
EN ACCION...
Mas que dichos...hechos de investigacion



1.3.1.2. Cartel.

Investigación en Acción

Encuentro de experiencias de pregrado y posgrado.

"Más que dichos... hechos de investigación".

1 y 2 de Diciembre de 2011. Auditorio de PSICOM y Salas Interactivas.



Los estudiantes de primer semestre de la Licenciatura en ciencias de la Comunicación estamos interesados en divulgar los trabajos de investigación de los compañeros de pregrado y posgrado de la Universidad de Sonora con el fin de intercambiar experiencias de aprendizaje en investigación que nos permitan retroalimentar nuestros proyectos.

En el marco del evento pretendemos reconocer la trayectoria de investigación de los profesores de nuestro programa académico, a partir de un sondeo de opinión con los estudiantes de los diferentes semestres de la misma licenciatura.

Como conclusión del evento esperamos conformar una propuesta para la coordinación de Ciencias de la Comunicación que coadyuve a la mejora de los programas de materia en los aspectos relacionados con la investigación.

ACTIVIDADES:

6 CONFERENCIAS.

3 MESAS DE TRABAJO.

1 EXPOSICIÓN DE SESIÓN CARTEL.

RECONOCIMIENTO A PROFESORES INVESTIGADORES.

7 ACTIVIDADES ARTÍSTICO-CULTURALES.

"Protocolo que nace torcido... su investigación nunca endereza"

**"Investigador que se duerme,
no amanece de ponente"**

"Si lejos quieres llegar, investigar no está de más"

"Dime de que hablas y te diré de qué investigas"

En este cartel podemos observar que a diferencia del logotipo, se incluyó el tono azul en algunas de las letras, lo cual rompe con la idea monocromática observada en el logotipo en sí, sin embargo, los tonos blanco y negro predominan en todo el cartel. Podemos observar también la imagen y diseño del búho en donde se buscó crear una apariencia juvenil la cual estuviera de acuerdo con el público al que va dirigido, utilizando anteojos y gorra haciéndolo parecer un estudiante. La descripción del proyecto se ve reflejado al brindar una explicación acerca de lo que se trata dicho evento y el tipo de actividades a llevar, cuenta también con ciertos refranes adaptados a la idea original del programa, el cual lo hace divertido. Por otro lado también encontramos las fechas y lugares donde se llevaría a cabo, brindándole a los estudiantes la información completa para animarlos a ser parte del primer EEE: IA.

1.4.2. Segundo EEE: IA.

En este apartado se muestra el logotipo y cartel que se utilizaron durante el segundo año del EEE: IA en el mes de Noviembre del 2015, así como también una breve descripción de las características de cada uno.

1.4.2.1. Logotipo.

Durante el segundo año del EEE: IA, se muestra un cambio radical en cuanto al diseño del logotipo, se agregaron colores como azul, amarillo, rojo, crema, etc. El distintivo búho en color azul sigue estando presente en el diseño, sin embargo se agregaron elementos como un lápiz en forma de número 2 el cual hace referencia al segundo año del EEE: IA, agregando debajo de él también las fechas en que se llevara a cabo, siendo este logo más apropiado para llamar la atención de los alumnos, mostrándose juvenil y llamativo.



1.4.2.2. Cartel.

2do. EEE

Encuentro Experiencias Estudiantiles

INVESTIGACIÓN EN ACCIÓN

24, 25, 26 **NOVIEMBRE** 2015

Lugar: Área departamental de PSICOM

Hora: 9:00 a 14:00 hrs.

Entrada: libre.

- * La mente es como un paracaídas, no sirve si no se abre. **CONFERENCIA.**
- * Investigador que se duerme... no amanece de ponente. **PONENCIAS.**
- * Protocolo que nace torcido, jamás su investigación endereza. **PONENCIAS.**
- * Dime de que hablas y te diré que investigas. **INVESTIGACIONES DE TESIS**
- * Más sabe el estudiante por experimentado, que por avanzado. **CHARLAS CON ESTUDIANTES AVANZADOS.**
- * Para el buen entendedor, carteles científicos. **EXPOSICIÓN DE CARTELES CIENTÍFICOS.**
- * No hay cosa más buena y mas sana... que cada quien produzca lo que le de la gana. **EXPOSICIÓN DE TRABAJOS FINALES.**

Universidad de Sonora.
 División de Ciencias Sociales.
 Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación.
 Académica de Comunicación Estratégica y Globalización.

Diseño: eortegae-2015

Del mismo modo que el logotipo, su cartel representativo es igual de colorido utilizando diferentes tonos como marrón, rojo, verde, amarillo, blanco, azul, etc. Siendo más llamativo que el cartel de la edición anterior. El juego de tonos que contiene hace captar más la atención de quien lo observe, brindándoles también la información necesaria para verse involucrados en el programa exponiendo el contenido del que se podrá ser participe. Se observa el característico búho de la Universidad de Sonora, el logotipo de dicha institución y también un alumno parado sobre unos libros haciendo uso de un mira lejos antiguo, haciendo alusión a la investigación y al nombre del proyecto en cuestión.

1.5.3. Tercer EEE: IA.

En este apartado se muestra el logotipo y cartel que se utilizaron durante la tercera edición del EEE: IA en el mes de Noviembre y Diciembre del 2016, así como también una breve descripción de las características que cada uno contiene.

1.5.3.1. Logotipo.

Durante el tercer EEE: IA podemos observar que es el mismo logotipo del año anterior pero con algunas sutiles modificaciones, por ejemplo, el búho ahora es color rojizo con uno de los ojos negro y otro rojo, se reutilizó la idea de un lápiz formando el número 3 en este caso por ser el 3er año del evento, sin embargo se removieron las fechas en el que se llevaría a cabo, sin embargo sigue siendo un logotipo juvenil por el juego de colores que maneja, aunque un poco escueto en cuanto a información.



1.5.3.2. Cartel.



Durante la edición 2016 se puede observar como el logotipo ocupa la mitad del cartel, teniendo del otro lado las fechas y el lugar en el que se llevaría a cabo el evento, siendo esta la única información plasmada ahí, mostrándose en la misma gama de colores que el logotipo, un tanto plano pero de igual forma es capaz de captar la atención del público al que se dirige ya que de igual forma que el anterior maneja un diseño juvenil.

1.5.4. Cuarto EEE: IA.

A continuación se muestra el logotipo y cartel que se utilizaron durante el cuarto año del EEE: IA en el mes de Mayo del año 2017, así como también una breve descripción de las características tanto del logotipo como del cartel.

1.5.4.1. Logotipo.

Como se puede observar, el diseño del logotipo de la edición número 4 del EEE: IA, utiliza los mismos elementos que los dos últimos años, sin embargo podemos notar curvas en el diseño del lápiz formando el número 4, las cuales visualmente lo hacen un poco más sofisticado, utilizando nuevamente el característico búho. Además, se agregaron nuevamente las fechas

en que se llevó a cabo el evento, utilizando tonos azules en casi su totalidad, un poco de negro, rojo y crema.



1.5.4.2. Cartel.

Durante la edición 2017-1 no existió un cartel que diera propaganda al programa, lo cual no es favorable para la correcta difusión del EEE: IA ya que el cartel es una forma muy efectiva de difusión para atraer más participantes o público al evento.

1.5.5. Quinto EEE: IA.

En este apartado se encuentra una breve descripción acerca del logotipo que se utilizó durante el quinto año del EEE: IA en el mes de Diciembre del año 2017. Durante esta edición no existió un cartel que diera propaganda al evento, por lo cual no se incluye la descripción del mismo.

1.5.5.1. Logotipo.

En este caso es muy notorio el cambio radical que se le hizo al logotipo que se ha estado presentando durante los últimos 3 años. El característico búho ya no es parte del diseño, se utilizan colores que vuelven el EEE: IA más serio, como si no estuviera dirigido a estudiantes, utilizan un número 5 romano, por ser éste el 5to encuentro, sin embargo no cuenta con relleno en color, sino únicamente los bordes de la letra, se muestra como un logotipo de otro evento

distinto al EEE: IA, se eliminaron elementos como el lápiz en forma de número. No sigue la misma línea de imagen o diseño juvenil.



1.5.5.2. Cartel.

En esta edición no existió ningún cartel que diera propaganda al evento, motivo por el cual no se encuentra incluido dentro de este apartado.

En este apartado pudimos denotar las diferencias y similitudes que existieron durante los 5 años en los que se ha llevado a cabo el EEE: IA en cuanto a logotipos y carteles utilizados durante cada edición, destacando cada particularidad propia de cada uno y características que compartieron en cuanto a diseño, color y elementos utilizados, lo cual nos permitió compararlos entre sí en base a las valoraciones del análisis de imagen.

CAPITULO II. DIAGNÓSTICO

El diagnóstico que se presenta en este capítulo es resultado de la recopilación y ordenamiento de datos resultados de los eventos realizados, los cuales se organizaron en dos partes: el primero, los resultados por evento realizado; y el segundo los resultados por variable y años de realización del evento. Para cerrar este capítulo se incluye un apartado con los hallazgos de análisis e investigación.

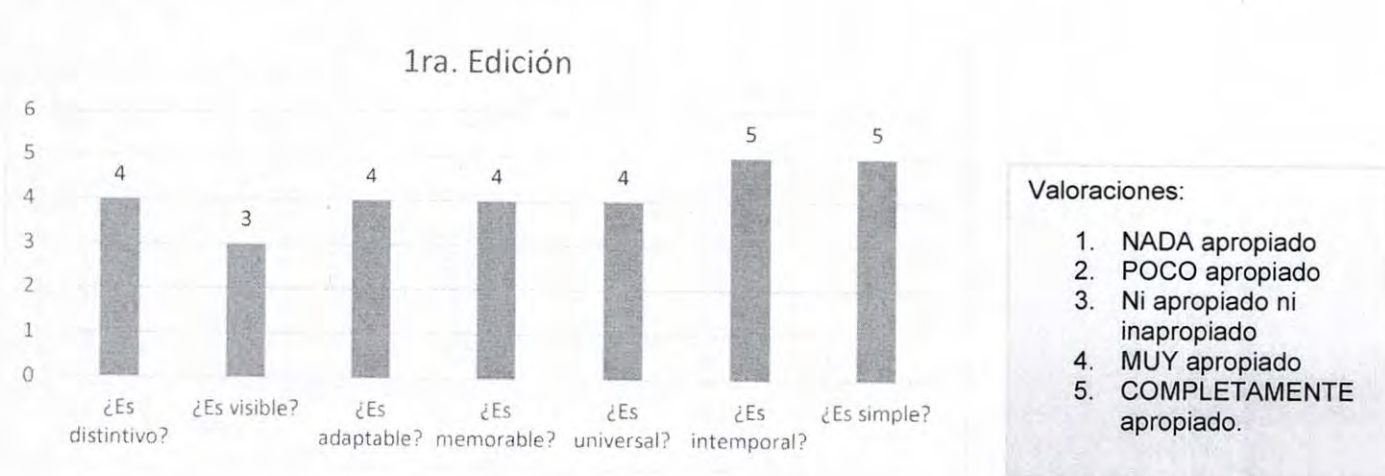
2.1 Evaluación de imagen

Es importante remarcar que como en todos los eventos o programas educativos, televisivos, radiofónicos, etc. es necesario adaptar una imagen que vaya de acuerdo al contexto, a la época y de acuerdo al público al que va dirigido, todo esto con el fin de atraer mayor atención y generar interés por lo que estemos anunciando, es por ello que en cada edición del EEE: IA, se han tenido que realizar adecuaciones en la imagen que vayan de acuerdo al estereotipo juvenil de las nuevas generaciones, con el fin de lograr despertar su curiosidad e interés por hacerse partícipes de dicho evento, es por ello que hacer una evaluación de la imagen en cada nueva edición es importante ya que innovar es parte del crecimiento y fortalecimiento de este proyecto.

2.2.1. Logotipo

En el logotipo es donde encontramos la identidad de este proyecto, con un elemento característico en casi todas las ediciones; el búho que representa nuestra institución educativa.

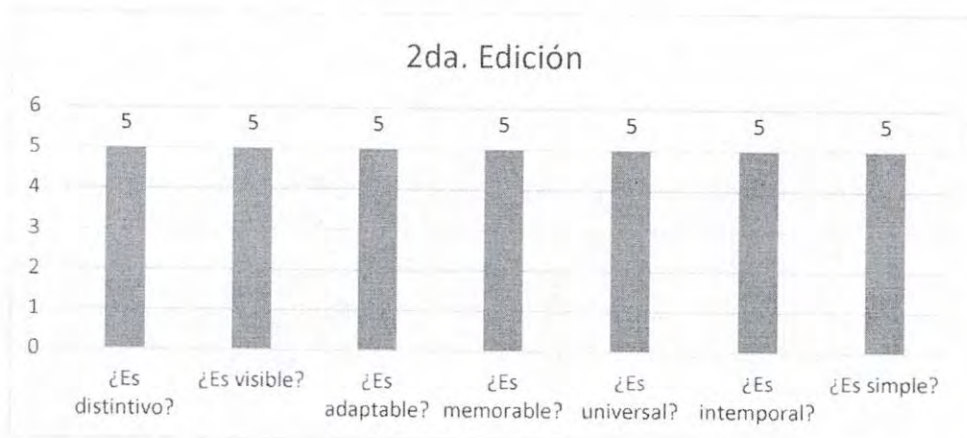
2.2.1.1. Evaluación de logotipo 1era Edición.



Durante el primer año de la realización del EEE: IA, se encontró que el logotipo se encuentra muy apropiado en cuanto a la distinción ya que maneja elementos que tienen mucha congruencia con el nombre del proyecto y los temas a tratar, se encuentra ni apropiado ni inapropiado en cuanto a lo visual ya que maneja solamente color negro y blanco lo cual lo hace poco llamativo, se encontró muy apropiado en cuanto a cuestiones de adaptación, igualmente

se posicionó muy apropiado en ser memorable y universal, a su vez, es completamente apropiado en cuanto a la intemporalidad y simplicidad ya que se puede utilizar en cualquier momento.

2.2.1.2. Evaluación de logotipo 2da. Edición.

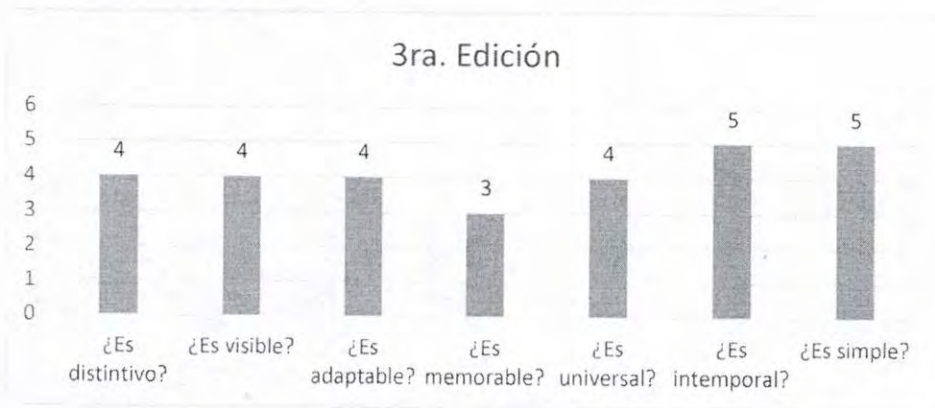


Valoraciones:

1. NADA apropiado
2. POCO apropiado
3. Ni apropiado ni inapropiado
4. MUY apropiado
5. COMPLETAMENTE apropiado.

Se puede observar que durante la segunda edición del programa, el logotipo se encontró completamente apropiado en cuanto a ser distintivo, visible, adaptable, memorable, universal, intemporal y simple. Se muestra muy juvenil y llamativo, enfocado a los principales objetivos para los cuales el EEE: IA está dirigido; a los alumnos.

2.2.1.3 Evaluación de logotipo 3ra. Edición.



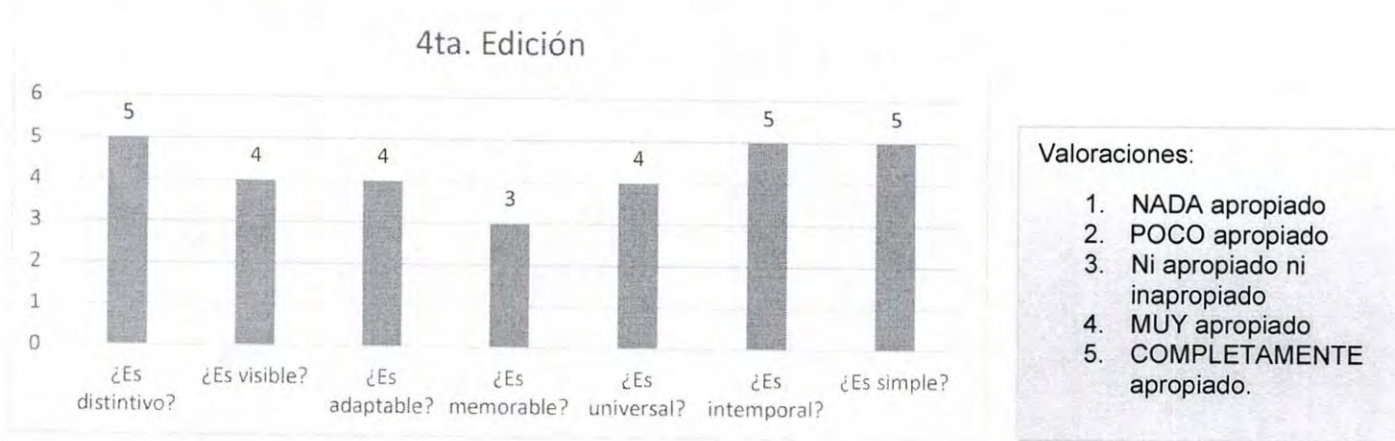
Valoraciones:

1. NADA apropiado
2. POCO apropiado
3. Ni apropiado ni inapropiado
4. MUY apropiado
5. COMPLETAMENTE apropiado.

Durante el tercer año de realización del EEE: IA, el logotipo siguió la misma línea del año anterior, siendo muy apropiado por ser distintivo, visible y adaptable, sin embargo, no es ni

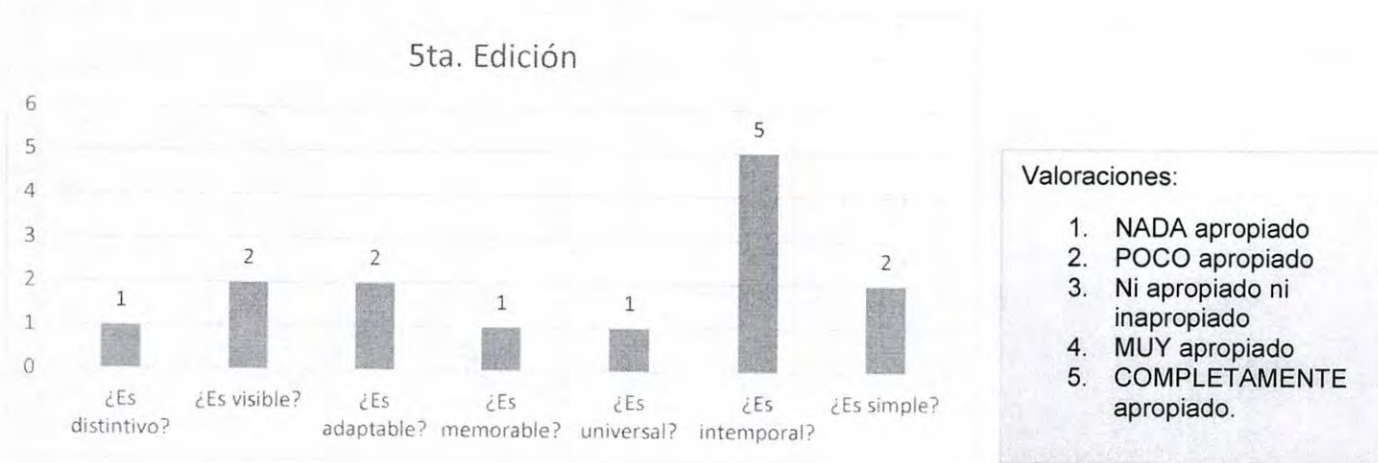
apropiado ni inapropiado comparándolo con el del año anterior, a su vez, sigue siendo muy apropiado en ser universal y completamente apropiado en intemporalidad y simplicidad.

2.2.1.4 Evaluación de logotipo 4ta. Edición.



Durante la cuarta edición del programa se encontró que su logotipo es completamente distintivo, muy apropiado en visibilidad y adaptabilidad, sin embargo no fue ni muy apropiado ni apropiado en cuanto a ser memorable. Por su lado, en cuanto a intemporalidad y simplicidad resultó ser completamente apropiado.

2.2.1.5 Evaluación de logotipo 5ta. Edición.



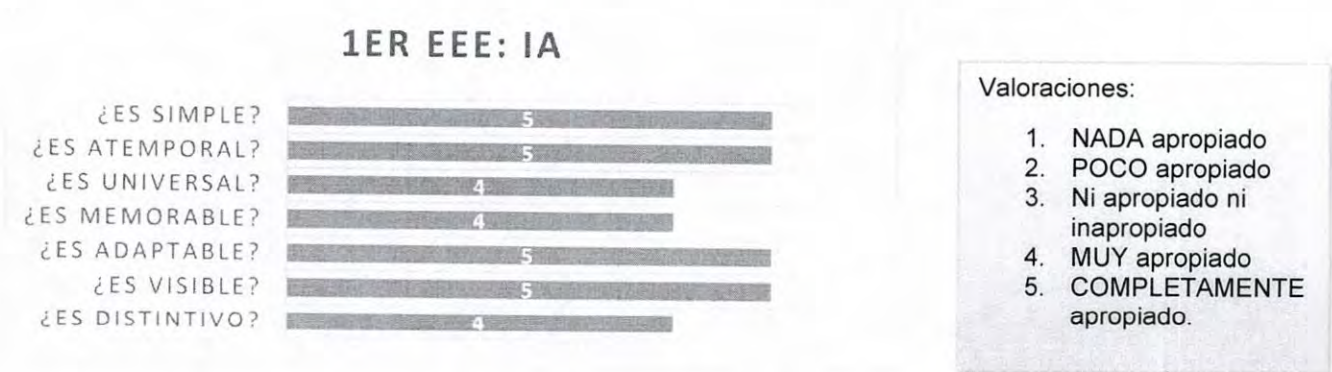
Durante la quinta edición del programa el logotipo decayó un poco ya que el diseño lo posiciono fuera del contexto y línea juvenil que se busca para atraer a los estudiantes a participar, siendo nada apropiado en cuanto a ser distintivo, poco apropiado en visibilidad y adaptabilidad, nada

apropiado en ser memorable y universal, sin embargo, se encuentra completamente apropiado en cuanto a intemporalidad pero volviéndose poco apropiado en simplicidad.

2.1.2. Cartel

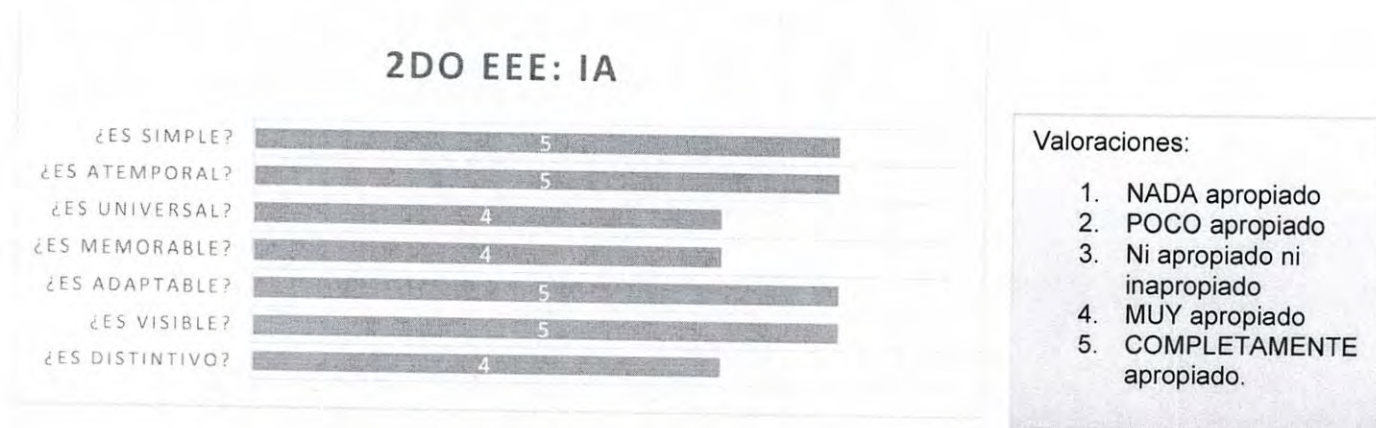
En un cartel podemos encontrar distintas finalidades dependiendo del rubro en el que se utilice, sin embargo, una de las características por las que forma parte de este programa es el promover información científica o bien algún otro tipo de mensaje que se desee transmitir al público o bien a las personas que lo observen, a su vez, los carteles se utilizan también para promover ciertas actividades culturales, educativas o científicas en donde se especifica información sobre el tema plasmado ahí, siendo un medio de comunicación utilizado desde principios del siglo XIX a la actualidad, siendo tan efectivo desde aquel entonces hasta hoy.

2.1.2.1 Evaluación de cartel 1ra. Edición.



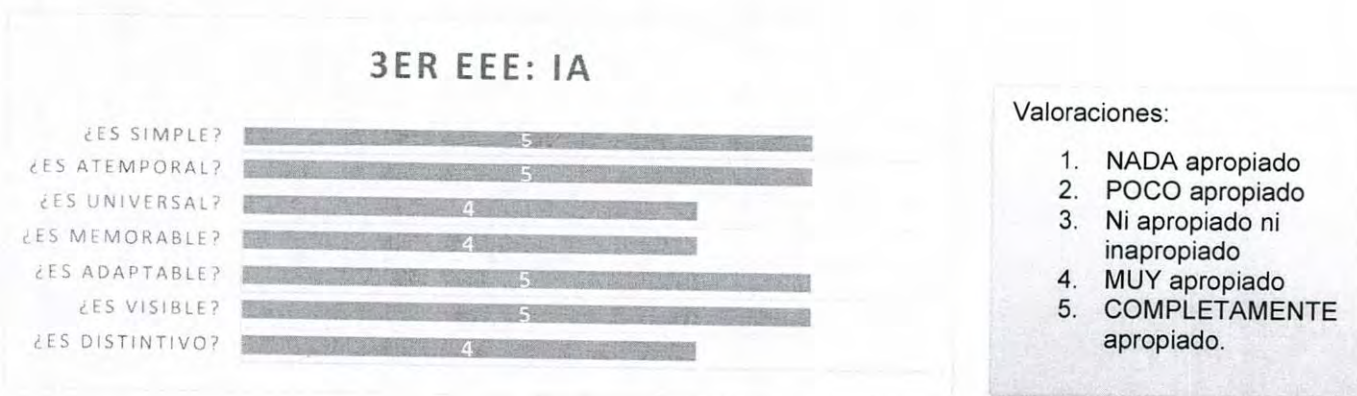
Durante el primero año del EEE: IA se diseñó un cartel el cual le diera propaganda al evento, el cual se encontró muy apropiado al ser distintivo, completamente apropiado en visibilidad, completamente apropiado en adaptabilidad, muy apropiado al encontrarse memorable, muy apropiado en mostrarse universal, completamente apropiado en atemporalidad y completamente apropiado en simplicidad. Siendo un cartel muy ad hoc al proyecto y a la generación de alumnos de ese año.

2.1.2.2 Evaluación de cartel 2da Edición.



Durante la segunda edición del EEE: IA, podemos observar que el cartel fue muy apropiado al ser distintivo, a su vez, completamente apropiado en cuanto a visibilidad y adaptabilidad, muy apropiado en mostrarse memorable y universal, así como también completamente apropiado en atemporalidad y simplicidad, siendo un cartel novedoso y llamativo para los alumnos en general, brindándole un diseño jovial y colorido a la vista.

2.1.2.3 Evaluación de cartel 3ra Edición.



Durante el tercer año del EEE: IA, el cartel que se utilizó en esa edición, fue muy apropiado al ser distintivo de los demás, se encontró completamente apropiado en ser visible y adaptable, así como intemporal y simple, por otro lado, fue memorablemente muy apropiado y universal.

2.1.2.4 Evaluación de cartel 4ta. Edición.

Durante este año no existió un cartel que se utilizara para dar propaganda al evento, por lo tanto, no existe una evaluación que se incluya dentro de este apartado.

2.1.2.5 Evaluación de cartel 5ta Edición.

Durante este año no existió un cartel que se utilizara para dar propaganda al evento, por lo tanto, no existe una evaluación que se incluya dentro de este apartado.

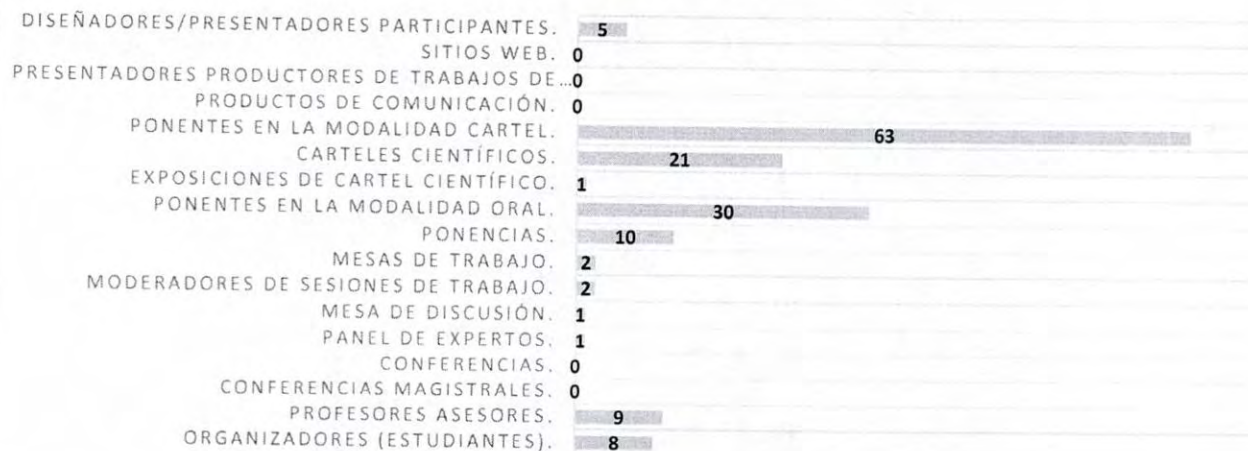
2.2. Resultados del Encuentro de Experiencias Estudiantiles por año.

En este apartado encontraremos los resultados de las participaciones tanto de maestros como alumnos que formaron parte dentro del EEE: IA en las diferentes modalidades y temáticas que se presentaron durante la primera edición en el año 2011.

2.2.1. Primer Encuentro de Experiencias Estudiantiles 2011.

En la siguiente gráfica se encuentra que los organizadores del primer Encuentro de Experiencias Estudiantiles: Investigación en Acción fueron 31 alumnos, por otro lado, 5 profesores asesores, existió 1 conferencia magisterial, 4 conferencias, 0 panel de expertos, 0 mesas de discusión, 4 moderadores de sesiones de trabajo, 3 mesas de trabajo, 13 ponencias, 31 ponentes en la modalidad oral, 1 exposición de cartel científico, 12 carteles científicos, 31 ponentes en la modalidad cartel, 0 productos de comunicación, 0 presentadores productores de trabajos de comunicación, 0 sitios web y 0 diseñadores/presentadores participantes.

1ER. EEE: IA

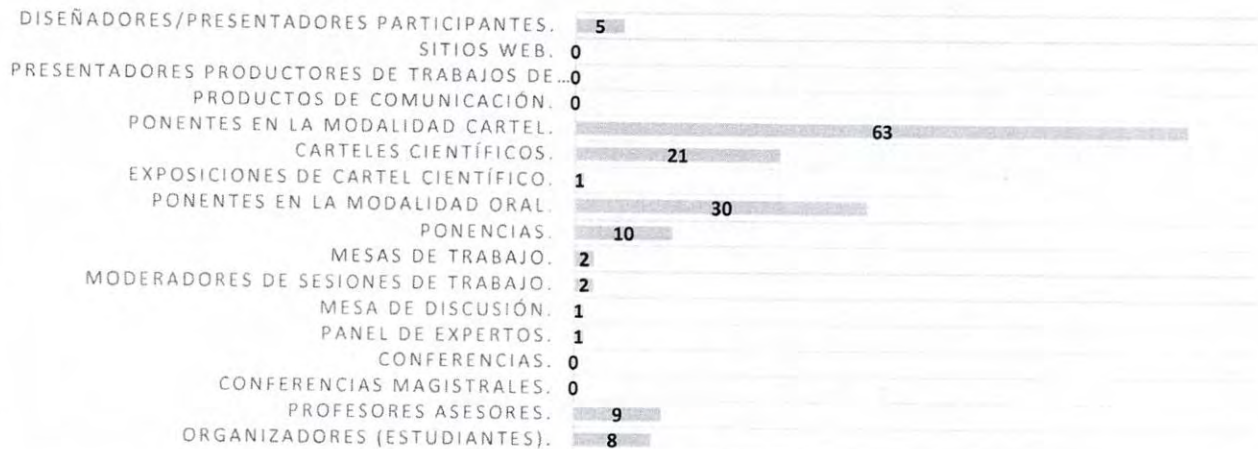


GRÁFICA No. 1. EEE: IA: 2011

2.2.2. Segundo Encuentro de Experiencias Estudiantiles 2015.

En la gráfica a continuación se puede encontrar que los estudiantes organizadores fueron 33, hubo 9 profesores asesores, 1 conferencia magisterial, 3 conferencias, 0 paneles de expertos, 0 mesas de discusión, 5 moderadores de sesiones de trabajo, 5 mesas de trabajo, 37 ponencias, 111 ponentes en la modalidad oral, 1 exposición de cartel científico, 19 carteles científicos, 57 ponentes en la modalidad cartel, 5 productos de comunicación, 12 presentadores productores de trabajos de comunicación, 0 sitios web y 0 diseñadores/presentadores participantes.

2DO. EEE: IA

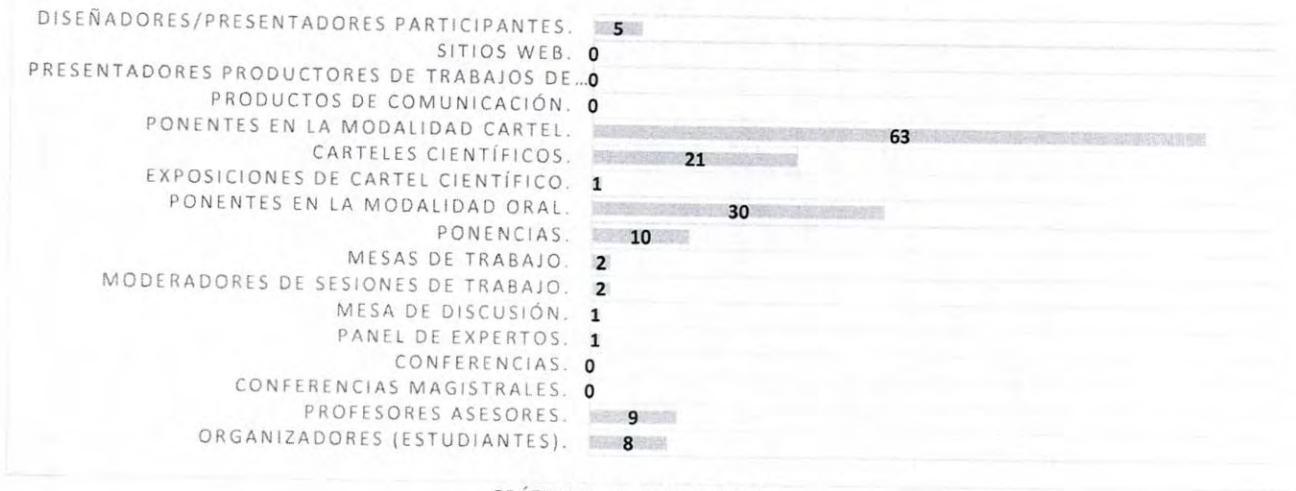


GRÁFICA No. 2. EEE: IA: 2015

2.2.3. Tercer Encuentro de Experiencias Estudiantiles 2016

En la siguiente gráfica se puede observar que los estudiantes organizadores de EEE:IA fueron 30, profesores asesores hubo 9, existió 1 conferencia magisterial, 3 conferencias, 0 paneles de expertos, 1 mesa de discusión, 5 moderadores de sesiones de trabajos, 5 mesas de trabajo, 25 ponencias, 91 ponentes en la modalidad oral, 1 exposición de cartel científico, 25 carteles científicos, 64 ponentes en la modalidad cartel, 0 productos de comunicación, 0 presentadores productores de trabajo, 0 sitios web y 0 diseñadores/presentadores participantes.

3ER. EEE: IA

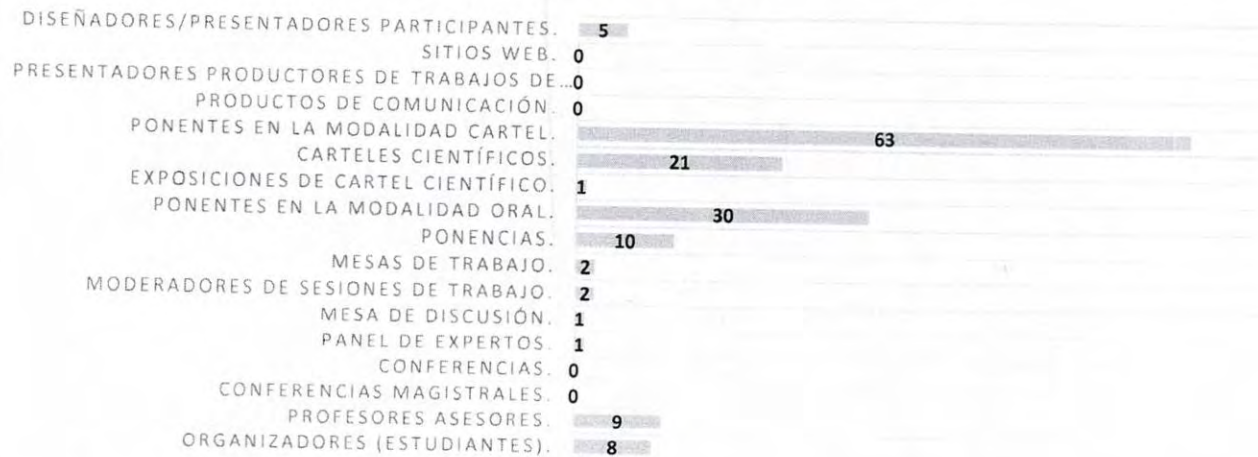


GRÁFICA No. 3. EEE: IA: 2016

2.2.4. Cuarto Encuentro de Experiencias Estudiantiles 2017-1

Se puede observar en la siguiente tabla que fueron 6 organizadores estudiantes este año, 9 profesores asesores, 0 conferencias magisteriales, 0 conferencias, 1 panel de expertos, 0 mesas de discusión, 5 moderadores de sesiones de trabajo, 5 mesas de trabajo, 27 ponencias, 86 ponentes en la modalidad oral, 1 exposición de cartel científico, 3 carteles científicos, 6 ponentes en la modalidad cartel, 0 productos de comunicación, 0 presentadores productores web, 13 sitios web y 29 diseñadores/presentadores participantes.

4TO. EEE: IA

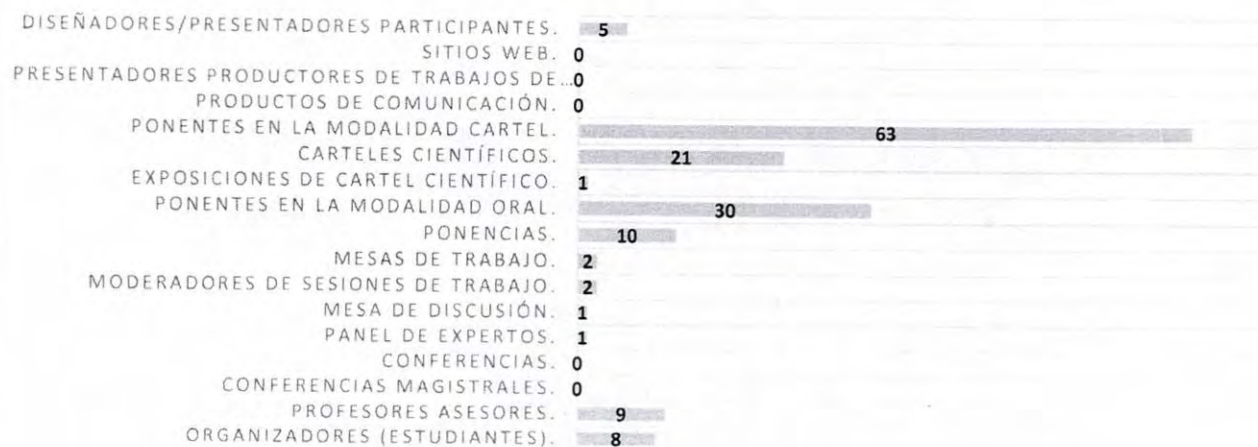


GRÁFICA No. 4. EEE: IA: 2017-1

2.2.5. Quinto Encuentro de Experiencias Estudiantiles 2017-2

En el quinto encuentro de experiencias estudiantiles se encontró que hubo 8 estudiantes organizadores, 9 profesores asesores, 0 conferencias magisteriales, 0 conferencias, 1 panel de expertos, 1 mesa de discusión, 2 moderadores de sesiones de trabajo, 2 mesas de trabajo, 10 ponencias, 30 ponentes en la modalidad oral, 1 exposición de cartel científico, 21 carteles científicos, 63 ponentes en la modalidad cartel, 0 productos de comunicación, 0 presentadores productores de trabajos de comunicación, 0 sitios web y 5 diseñadores/presentadores participantes.

5TO. EEE: IA



GRÁFICA No. 5. EEE: IA: 2017-2

2.3. Resultados del Encuentro de Experiencias Estudiantiles, por variable.

En este apartado se incluyen los resultados arrojados de la variable uno, es decir del diseño de imagen del EEE: IA; y de la variable 2, participación por evento en el Encuentro de Experiencias Estudiantiles.

2.3.1. Participación.

En este apartado se organizan en gráficas las diferentes intervenciones en las diferentes ediciones tanto de maestros como de estudiantes durante el proceso de organización y ejecución del EEE: IA, agrupando por año la cantidad de participaciones en las diferentes modalidades de trabajo.

2.3.1.1. Organizadores (Estudiantes)

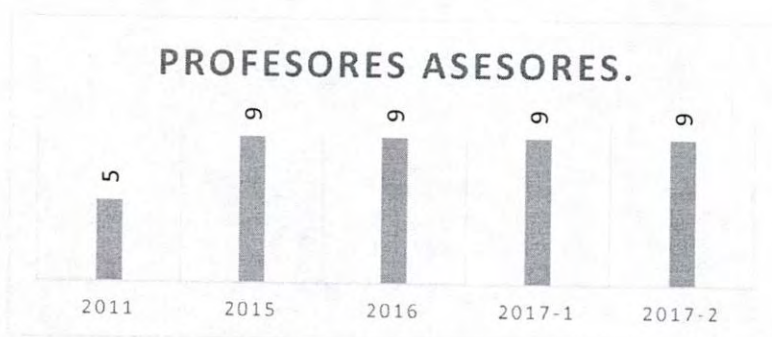
Se encontró que en el año 2011 los estudiantes organizadores fueron 31, en el 2015 fueron 33, 30 en el 2016, 6 en el 2017-1 y 8 en el 2017-2.



GRÁFICA No. 6. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.2. Profesores asesores.

Se puede observar en cuanto a profesores asesores durante el año 2011 fueron 5, en el 2015, 2016, 2017-1 y 2017-2 fueron 9.



GRÁFICA No. 7. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.3. Conferencias Magistrales.

En el año 2011 hubo solamente 1 conferencia magisterial, así como también 1 en el 2015 y 1 en el 2016, por otro lado en el año 2017-1 y 2017-2 no hubo ninguna.



GRÁFICA No. 8. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.4. Conferencias.

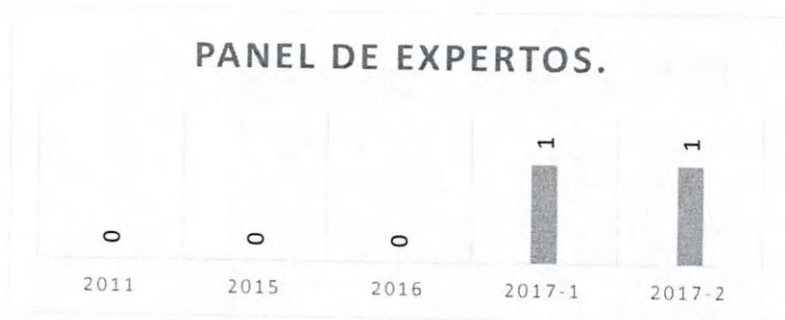
Se puede observar en el año 2011 hubo 4 conferencias, 3 en el año 2015, así como también en el 2016, por otro lado en el año 2017-1 y 2017-2 no hubo ninguna conferencia.



GRÁFICA No. 9. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.5. Panel de expertos.

En el año 2011, 2015 y 2016 no se presentaron ningún panel de expertos, sin embargo en el año 2017-1 hubo 1 y en 2017-2 hubo otro más.



GRÁFICA No. 10. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.6. Mesa de discusión.

Se observa que en el año 2011 y 2015 no existió ninguna mesa de discusión, sin embargo en el año 2016 si hubo 1, en el 2017-1 no existió ninguna, sin embargo en el 2017-2 hubo 1.



GRÁFICA No. 11. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.7. Moderadores de sesiones de trabajo.

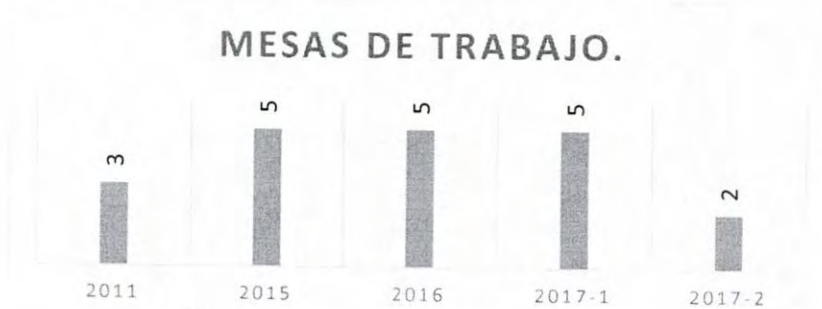
En el año 2011 hubo 4 moderadores de sesiones de trabajo, el 2015 con 5, así como en el 2016 y 2017-1, por otro lado en el 2017-2 hubo solamente 2.



GRÁFICA No. 12. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.7. Mesas de trabajo.

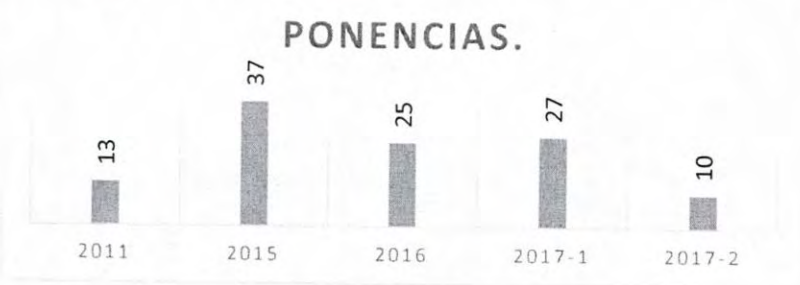
Se encontró que fueron 3 las mesas de trabajo en el año 2011, 5 en el 2015, 2016 y 2017-1 y 2 en el 2017-2.



GRÁFICA No. 13. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.8. Ponencias.

En el año 2011 fueron 13 las ponencias presentadas, 37 en el 2015, 25 en el 2016, 27 en el 2017-1 y 10 en el 2017-2.



GRÁFICA No. 14. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.9. Ponentes en la modalidad oral.

En el año 2011 fueron 31 los ponentes en la modalidad oral, en el 2015 fueron 111, en el año 2016 91, en el 2017-1 fueron 86 y en el 2017-2 fueron 30.



GRÁFICA No. 15. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.10. Exposiciones de cartel científico.

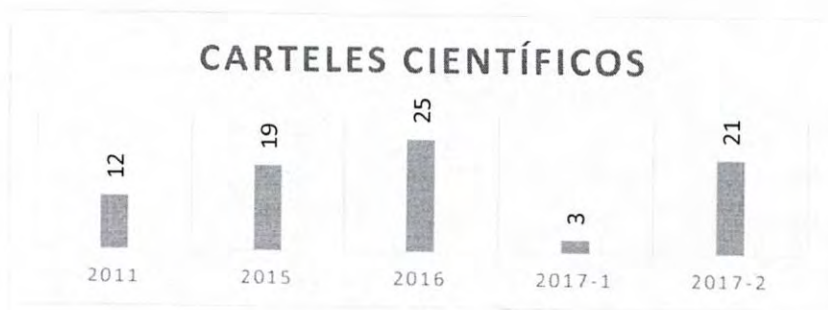
En el año 2011 solamente hubo 1 exposición de cartel científico, así como también en el año 2015, 2016, 2017-1 y 2017-2.



GRÁFICA No. 16. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.11. Carteles científicos.

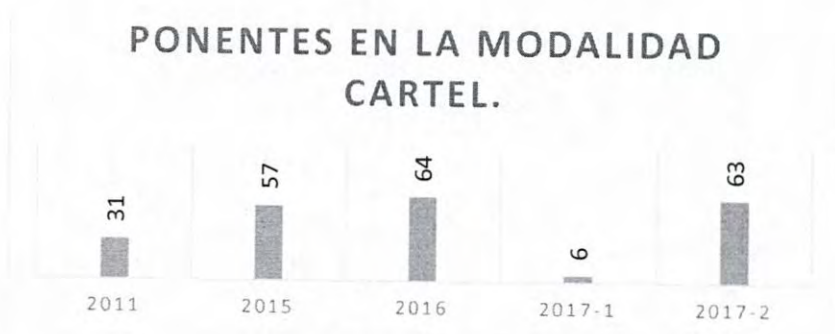
Fueron 12 los carteles científicos presentados en el 2011, 19 en el 2015, 25 en el 2016, 3 en el 2017-1 y 21 en el 2017-2.



GRÁFICA No. 17. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.12. Ponentes en la modalidad cartel.

En el año 2011 se observa que se presentaron 31 ponentes en la modalidad cartel, en el 2015 contamos con 57, en el 2016 con 64, en el 2017-1 con 6 y en el 2017-2 con 63.



GRÁFICA No. 18. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.13. Productos de comunicación.

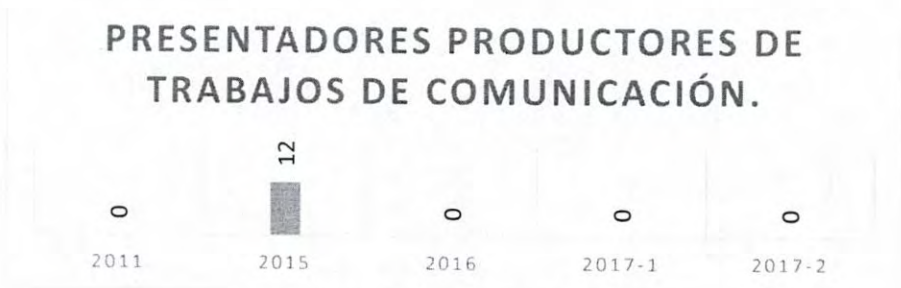
En la gráfica se observa que en el año 2011 no hubo productos de comunicación, los cuales constaron de campañas publicitarias, sitios web, programas de radio o cualquier producto de comunicación, sin embargo en el 2015 existieron 5, por otro lado en el año 2016, 2017-1 y 2017-2 de igual manera que en el 2011 no hubo ningún producto de comunicación.



GRÁFICA No. 19. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.14. Presentadores productores de trabajos de comunicación.

En el año 2011 no existieron presentadores productores de trabajos de comunicación, sin embargo en el 2015 hubo 12. Por otro lado en el año 2016, 2017-1 y 2017-2 tampoco hubo ninguno.



GRÁFICA No. 20. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.15. Sitios Web.

En el año 2011, 2015 y 2016 no hubo ningún sitio web, sin embargo en el 2017-1 se presentaron 13, en el años 2017-2 tampoco hubo ninguno.



GRÁFICA No. 21. EEE: IA: 2011-2017-2

2.3.1.16. Diseñadores/ Presentadores participantes.

En la gráfica se observa que en el 2011, 2015 y 2016 no hubo diseñadores/presentadores participantes, en el 2017-1 hubo 29 y en el 2017-2 solamente 5.



GRÁFICA No. 22. EEE: IA: 2011-2017-2

2.4. HALLAZGOS.

Durante este apartado se abordaran los hallazgos que se encontraron durante las diferentes ediciones del EEE: IA con respecto a la imagen que presentó cada evento durante cada edición.

2.4.1. Imagen.

Durante el análisis de imagen en las diferentes ediciones se puede observar como el cartel diseñado para cada edición se encontró muy apropiado para las generaciones de alumnos a las que se dirigió, mostrándose distintivo, visible, adaptable, memorable, universal, atemporal,

y simple, adecuado para las nuevas generaciones a participar así como también los que lo han hecho más de una vez. Han sido atractivos a la vista, así como precisos con la información que han manejado. La edición 2 a la 4, utilizaron la misma línea de diseño, con el distintivo búho que caracteriza nuestra institución educativa, lo cual lo hace aún más ad hoc al entorno escolar.

2.4.2. Participación.

Se encontró que durante las primeras tres ediciones (2011, 2015 y 2016) del programa el número de estudiantes colaboradores en la organización se mantuvo en un promedio entre 31 y 33 alumnos, sin embargo, en el año 2017-1 la participación bajó considerablemente a únicamente 6 y en el 2017-2 incremento a 8, siendo de igual modo una variante a considerar para poner sobre análisis la disminución tan significativa de la participación de los alumnos en la organización de dichos eventos, ya que son ellos una parte fundamental para llevar a cabo las primeras decisiones, ideas, ajustes, etc. que se llevarán a cabo durante toda la estructura del programa, por otro lado, al iniciar con los programas en el año 2011 observamos que la participación de profesores asesores durante esa edición fueron únicamente 5 en lo cual puede notarse el incremento durante el año 2015, 2016, 2017-1 y 2017-2 manteniendo la participación de 9 profesores asesores durante los 3 últimos años en los cuales hemos podido notar el interés por los maestros de apoyar dicho programa por lo que a su vez han apoyado a la credibilidad del proyecto, ya que el conocimiento que cada uno aporta es invaluable y de mucho peso cognitivo para los alumnos, siendo ellos quienes asesoran, apoyan, guían al conocimiento a los alumnos. Por otro lado, existen también las conferencias magistrales que son parte del todo el proyecto, en las cuales durante los periodos 2011, 2015 y 2016 se mantuvieron en 1 participación por edición, empero por el contrario el número disminuyó a 0 durante el año 2017-1 y 2017-2.

También pudimos notar como las conferencias en las diferentes ediciones por año del programa, han ido disminuyendo hasta desaparecer en el último año. Durante el año 2011 se encontró que hubo 4 conferencias realizadas durante el evento, por otro lado, en el 2015 y 2016 se mantuvo en 3 conferencias cada año, lo que pone en situación a evaluar es que durante el año 2017 no hubo ninguna conferencia a lo cual es importante prestar atención a la gestión elaborada para incorporar conferencistas a los programas próximos ya que son experiencias muy enriquecedoras para los participantes, así como también el contar con

paneles de expertos los cuales por su conocimiento son también una fuente de saberes a explorar para lograr andamiajes en lo cognitivo. Durante los primeros tres años del programa no se habían presentado paneles expertos siendo 0 en el año 2011, 2015 y 2016, sin embargo, durante el año 2017-1 y 2017-2 se incorporó 1 por cada edición, lo cual se espera aumente durante los próximos programas. Por su parte, La participación en mesas de discusión se ha encontrado un poco inestable durante el transcurso de las diferentes ediciones de los EEE: IA. Por ejemplo, en el año 2011 no hubo ninguna mesa de discusión así como de igual manera en el siguiente año en que se llevó a cabo el cual fue en el 2015, sin embargo, en el 2016 existió 1 participación solamente en mesa de discusión. Por el contrario, durante el siguiente año en el 2017-1, nuevamente no hubo ninguna en esta variable empero en 2017-2 nuevamente se registró 1 participación durante la edición, lo cual es punto a considerar, el ¿por qué? de la inconsistencia, es decir, se debe buscar el punto de interés para que al menos se mantenga la participación durante cada programa. En cuanto a los moderadores de sesiones de trabajo la gráfica arrojó que durante la mayoría de los años del programa se mantuvo el mismo número de participaciones, por ejemplo, durante el año 2011 hubo 4 moderadores, en el 2015, 2016 y 2017-1 permaneció estable el número de participantes con 5 por año, sin embargo durante el año 2017-2 solamente se presentaron 2, lo cual nos indica que se retrocedió en esta variable el número de participantes.

En relación con las mesas de trabajo con respecto a lo que arrojó la gráfica, podemos observar la existencia en su mayoría constante durante los distintos años del programa, por ejemplo, durante en el 2011, se inició con únicamente 3 mesas de trabajo, sin embargo durante los próximos 3 años, en el 2015, 2016 y 2017, se contó con el mismo número de participantes, los cuales fueron 5 por cada año. A su vez, durante el periodo 2017-2, éste disminuyó de 5 a 2. Ahora bien, en cuanto a ponencias durante las 5 ediciones del programa se encontró con distintas variaciones en las participaciones en ponencias ya que como se observa, durante el año 2011 existieron 13 ponencias presentadas, lo cual es un número un poco bajo a comparación del año 2015 en donde hubo 37, haciendo muy significativa la creciente participación ese año. Sin embargo, durante el 2016, descendió la estadística a 25 participantes siendo 12 menos que el año pasado. En el año 2017-1 hubo un pequeño incremento en las ponencias, siendo este año 27. Por otro lado durante el periodo 2017-2 el número de ponencias se redujo a solamente 10 siendo 17 menos que en el 2017-2. No obstante, Se encontró que durante el primer año del EEE: IA la participación en ponencias de

manera oral fueron 31, las cuales es un buen número para comenzar, sin embargo durante el próximo año en 2015 el número de ponentes incremento muy significativamente, al grado de triplicar las participantes que el año anterior. Por otro lado, en el 2016 la cifra disminuyo, cayendo 20 participaciones menos que en la edición anterior y en el año 2017-1 y 2017-2 la cifra disminuyo aún más, siendo en el 2017-1 con 86 y en el 2017-2 con únicamente 30.

Con respecto a exposiciones de cartel científico, se observó en la gráfica que durante las 5 ediciones realizadas se mantuvo el número de participaciones, siendo 1 participación por año desde 2011 hasta 2017-2, en cambio durante el año 2011, la presentación de carteles científicos fue de 12 participantes, en el siguiente año se incrementó el número a 19 y en el 2016 subió hasta 25 lo cual durante los primeros tres años podemos decir que ha tenido éxito con los alumnos, ya que cada año se unieron un poco más, sin embargo, en el año 2017-1 el número descendió hasta 3, lo cual nos indica que pudo haber alguna falta de información o tiempo para los alumnos de realizar algún proyecto ya que durante el 2017-2, la cifra se elevó hasta 21 participaciones brindándonos la pauta para continuar alentando a los alumnos a que participen en dicha modalidad gracias a la buena respuesta que se ha obtenido durante los años que se ha llevado a cabo la EEE: IA., además, a causa de ello, también se presentan ponentes en la modalidad cartel lo cual en la tabla se puede observar que durante los 5 programas llevados a cabo, la participación de ponente en la modalidad cartel se mantuvo en número de participaciones rondando entre los 57 y 64 ponentes durante el año 2015, 2016 y 2017-2, sin embargo, en la edición 2011 se inició con 31, y por el contraste en el año 2017-1 hubo únicamente 6.

Ahora bien, acerca de los productos de comunicación únicamente en el año 2015 se llevaron a cabo 5 productos, siendo éste el único año en el que se incorporaron participantes para ésta área y esperando que durante los próximos eventos a realizar se incorporen aún más participantes junto con las demás modalidades.

Durante los 4 años llevados a cabo el programa únicamente en el año 2015 se agregó la modalidad presentadores productores de trabajos de comunicación dentro del programa a llevar, siendo 12 los participantes en esa edición. Y con respecto a sitios web, Durante los años 2011, 2015, 2016 y 2017-2 no existió ninguno, sin embargo se observa como durante el año 2017-1 se llevaron a cabo 13. En relación con diseñadores/presentadores participantes, la tabla indicó que durante los primeros tres años (2011, 2015 y 2016) no hubo participación

alguna, sin embargo durante el último año los dos programas contaron con un número distinto pero igual importante, siendo 29 durante el 2017-1 y 5 durante el 2017-2.

CAPITULO III. PROPUESTA

La propuesta que ahora presentamos es resultado del estudio basado en las variables de imagen y participación y consiste en la elaboración de una estrategia de diseño y reestructuración del evento.

3.1. Objetivos de la propuesta.

Dentro de este apartado se delimitarán los objetivos que se presentan dentro de la propuesta, los cuales se encuentran divididos en objetivo general y objetivos específicos.

3.1.1. Objetivo General.

Incrementar la participación estudiantil en el Encuentro de Experiencias Estudiantiles: Investigación en Acción.

3.1.2. Objetivos específicos.

OE 1. Establecer la imagen del evento apegados a la concepción original del evento.

OE 2. Diversificar las opciones de participación.

OE 3. Diseñar un Manual para la Organización del evento adaptable a otras disciplinas.

3.2. Metas.

M1. Diseñar un logotipo y al menos 3 variaciones del diseño aplicable a diferentes formatos de diseño que responda al 100% de las características distintivas del evento.

M2. Incluir al menos 3 opciones de participación y delimitar el total.

M3. Diseñar un Manual para la Organización del evento adaptable a otras disciplinas.

3.3. Justificación.

A la fecha se han realizado cinco ediciones del Evento, la primera edición del “Encuentro de Experiencias Estudiantiles: Investigación en Acción” (EEE: IA) se realizó con el tema, “La investigación en la Comunicación”, los días 1 y 2 de diciembre de 2011; el segundo EEE: IA, con el tema “Medios de comunicación Universitarios”, los días 24, 25 y 26 de noviembre de

2015; el tercero se realizó con el tema, “La comunicación y las organizaciones”, del 28 de noviembre al 2 de diciembre de 2016; el cuarto EEE: IA, se realizó del 2 al 5 de mayo de 2017, con el tema: “El valor de la comunicación”. Y por último el cuarto EEE: IA del 4 al 8 de diciembre del 2017 con el tema “la importancia de la comunicación”.

Los resultados obtenidos se pueden presentar en sentido cuantitativo y cualitativo:

Participantes	1er. EEE: IA	2do. EEE: IA	3er. EEE: IA	4 to. EEE: IA	5 to. EEE: IA
Organizadores (Estudiantes)	31	33	30	6	8
Profesores asesores.	5	9	9	9	9
Conferencias Magistrales.	1	1	1	0	0
Conferencias.	4	3	3	0	0
Panel de expertos.	0	0	0	1	1
Mesa de discusión.	0	0	1	0	1
Moderadores de sesiones de trabajo	4	5	5	5	2
Mesas de trabajo.	3	5	5	5	2
Ponencias.	13	37	25	27	10
Ponentes en la modalidad oral.	31	111	91	86	30
Exposiciones de cartel científico	1	1	1	1	1
Carteles científicos.	12	19	25	3	21
Ponentes en la modalidad cartel	31	57	64	6	63
Productos de comunicación	0	5	0	0	0
Presentadores productores de trabajos de comunicación.	0	12	0	0	0

Sitios Web	0	0	0	13	0
Diseñadores/ Presentadores participantes	0	0	0	29	5

En la siguiente tabla, presentamos un resumen cuantitativo de evaluación de la imagen del evento, conforme a la teoría consultada:

	1ra. Edición.	2da. Edición.	3ra. Edición.	4ta. Edición.	5ta. Edición.
¿Es distintivo?					
• Logotipo	4	5	4	4	1
• Cartel	4	4	4	-	-
¿Es visible?					
• Logotipo	3	5	4	4	2
• Cartel	4	5	5	-	-
¿Es Adaptable?					
• Logotipo	4	5	5	4	2
• Cartel	4	5	5	-	-
¿Es memorable?					
• Logotipo	4	5	3	3	1
• Cartel	5	4	4	-	-
¿Es universal?					
• Logotipo	4	5	4	4	1
• Cartel	5	4	4	-	-

¿Es atemporal?					
• Logotipo	5	5	5	5	5
• Cartel	5	5	5	-	-
¿Es simple?					
• Logotipo	5	5	5	5	2
• Cartel	4	5	5	-	-
Equivalencias:	1 NADA apropiado 2 POCO apropiado 3 Ni apropiado ni inapropiado 4 MUY apropiado 5 COMPLETAMENTE apropiado				

Para la propuesta establecemos la justificación a partir de las variables de estudio:

En cuestión de la **imagen**, nos percatamos de una mejoría significativa en relación del diseño del primero al segundo evento, que se mantuvo en cuanto a colorimetría y forma, pero se rompió completamente en el último evento, haciéndolo más sobrio, serio y poco atractivo. Los carteles no son una constante en la promoción, y los consideramos indispensables para la participación de los jóvenes en el evento.

Debe existir más formalidad, aunque el evento tenga toques juveniles y sea dirigido a estudiantes, esto les brinda la certeza de que participan de actividades formales que contribuirán en su formación.

En el caso de la **participación**, la presentamos a partir de 5 puntos que contribuyen significativamente a la atracción para la asistencia al evento:

Apoyo institucional:

En la primera edición del evento se contó con el apoyo del Instituto Sonorense de Cultura y de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) Madrid, España. Posteriormente, solo ha tenido apoyo desde el nivel de división hasta las academias de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, pero no se contó con apoyo interinstitucional, ni de otras dependencias de la misma universidad, lo cual significa un retroceso pues la experiencia de los estudiantes de otras disciplinas, principalmente de posgrado, tenían un papel de motivación para el desarrollo académico relevante para la motivación de los estudiantes.

Si en los carteles promocionales apareciera información de invitados de esta categoría, fuera más atractiva la invitación a participar.

Conferencista Magistral.

En las primeras ediciones se presentaron conferencias magistrales: dos en el primero y una en el segundo. En los eventos posteriores no fue así. Esta conferencia fue impartida por un catedrático de otra institución, sobre la misma temática del evento, y convocaba a los jóvenes a trabajar en la investigación y a involucrarse en proyectos institucionales de relevancia internacional. Si bien, por cuestiones de presupuesto no es posible recurrir a un conferencista internacional, si podría invitarse a un catedrático del mismo nivel de nuestra misma institución.

Como en el caso anterior, el cartel debe estar ilustrado con información atractiva, con invitados que aporten a la formación en temas de interés para los estudiantes.

Programa artístico cultural:

En el primer EEE: IA, Se obtuvo la participación de 48 personas: 26 personas de la banda de música de la Unisón; 8 personas del grupo artístico musical coreográfico Red Feedback; 9 personas del grupo de danza de vientre de la Academia Kaela; y 5 personas que participaron como solistas en diferentes cuadros artísticos. En ninguno de los eventos posteriores se contó con programa artístico, el cual es sumamente atractivo, y una especie de recompensa para los asistentes. Esta actividad refleja la integración del equipo de organizadores, además de resaltar la cultura universitaria, cuando los invitados son de casa.

Si bien no es una actividad indispensable, es atractiva para todos y el cierre que despide a los participantes con la sensación de satisfacción y orgullo por el trabajo realizado.

Validez académica acreditada:

El evento está debidamente registrado y avalado por la Dirección de Vinculación y Extensión Universitaria, misma que en cada edición otorga créditos CULTUREST a los asistentes. Sin embargo, la acreditación en este programa no es formal, unos eventos si y en otros no, lo cual genera incertidumbre en una actividad que debería ser de las más atractivas para los jóvenes pues aporta en su formación y contribuye con créditos en su plan de estudios.

Debe incluirse en la imagen de manera permanente el logotipo de culturest y asegurarse la acreditación de los mismos para todos los participantes.

Patrocinio:

El evento ha tenido el patrocinio del Departamento de PSICOM, la División de Ciencias Sociales, la Vicerrectoría URC-UNISON, Máxima 96.3 FM, Revista "Amiga", Revista "Buena Salud", comercial "ECA, imprenta y sellos", Centro auditivo especializado, pinturas Osel y farmacéutica "Los arcos", entre otros. Después del primero no se ha buscado patrocinios para las actividades, pues estas han sido minimizadas y centradas en lo académico.

La solicitud de patrocinios debería realizarse, no en capital, pero ni en la colaboración para la re implementación de actividades como las artístico culturales.

Por lo anterior descrito, definimos que nuestra propuesta de mejora para el evento, se basaría en:

1. Diseño de logotipo.
2. Definir y delimitar las opciones de participación.
3. Diseñar un Manual para la Organización del evento.

Para el cumplimiento de dicha propuesta, incluiremos prototipos de diseño.

3.4. Propuesta.

Presentamos cada producto de nuestra propuesta para mejorar la participación en el EEE: IA.

3.4.1. Logotipo.

El logotipo se define como *un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas*. Un logotipo sirve para dar a conocer e identificar a la empresa o institución que representa por largo tiempo, de tal modo que los receptores asocien el o los productos o servicios ofrecidos fácilmente a ella.

Lo más importante de un logotipo es que sea: legible, responsivo, reproducible, de impacto visual, atemporal y único.

De manera habitual se le llama logo al elemento gráfico que identifica a una empresa, un proyecto, una institución, un producto... Si nos ponemos puristas, habría que distinguir los tipos diferentes de "logos": imagotipo, isotipo, imagen corporativa, identidad corporativa, marca o branding.

La propuesta de un logotipo es más que el diseño gráfico, incluye la descripción detallada de cada elemento que lo compone, mismos que son definidos desde el inicio del proyecto, pues son los datos que se le proporcionan al diseñador para que lleve a cabo el diseño gráfico del mismo. El proyecto debe incluir mínimo:

1. Descripción textual de la propuesta.
2. Propuesta de diseño de logo y sus diferentes versiones para impresión: escala de grises, alfa, negro y transparente;

3.4.1.1. Objetivo.

Establecer la imagen del evento apegados a la concepción original del evento.

Con este se establece la identidad del evento y se formaliza institucionalmente, de tal manera que el evento será identificado como EEE: IA sin importar la edición del mismo. Esto no impide que en cada edición se incluye un elemento distintivo, sin perder la esencia del mismo.

3.4.1.2. Valores.

Los valores que resaltan el diseño son los siguientes:

1. Identidad. Con la institución que lo alberga, es decir la Universidad de Sonora.
2. Diseño. En total apego a las tendencias y criterios para la elaboración de un logotipo exitoso.
3. Congruencia. Con las características y cualidades con las que fue diseñado el evento.

3.4.1.3. Descripción de la propuesta de logotipo a todo color.



La propuesta de logotipo cumple con los criterios básicos puntualizados por Paul Rand: identificar y la simplicidad es su medio, mientras que su eficacia depende del carácter distintivo, la visibilidad, la adaptabilidad, la facilidad para recordarse, la universalidad y la atemporalidad (Rand, 1985).

Es **distintivo** pues destaca el Búho, elemento central de la identidad del EEE: IA. Es difícil de confundir pues incluye las siglas del evento.

El logotipo del EEE: IA, se ve bien en cualquier variedad de colores, pues es monocromático, por lo tanto es **visible** en toda circunstancia.

La forma y variaciones del diseño lo hacen elegible para su impresión en diferentes materiales, por lo tanto podemos asegurar que es **adaptable**.

El logotipo es **inolvidable**, pues el color y forma te remite inmediatamente a la UNISON.

El logotipo es **universal**, pues de acuerdo a la teoría, utiliza un elemento básico, un símbolo y sin necesidad de usar palabras.

Es **atemporal**, porque es minimalista dice mucho con pocos elementos y poco susceptible de sucumbir a las modas o tendencias de diseño que se vayan presentando.

Está diseñado con la máxima **sencillez**, pues no incluye detalles superfluos o redundantes.



EL BÚHO.

El elemento central es el búho, imagen representativa de la Universidad de Sonora.

El búho aparece como recorte, o rebanada, con el objetivo de crear un efecto visual inteligente y llamativo.

LA FORMA.

Formas simples para hacerlo lo más limpio y minimalista posible.

El recuadro inferior le da peso al diseño y descansa la forma del búho.

LA FUENTE

Las siglas del evento: encuentro de Experiencias Estudiantiles: Investigación en Acción.

Utiliza una fuente geométrica simple.

Las letras, no van apiladas según la tendencia, pero sí en contraste y llamativas.

COLOR.

El diseño es monocromático y basado en el pantone de colores del manual de identidad institucional de la Universidad de Sonora. (blue 072C)

3.4.1.4. Versiones de diseño para diferentes tipos de impresión.

Las dos variaciones del logo son igual de atractivas que el diseño a todo color. No consideramos necesario la versión en grises, pues no significaría mucha diferencia con la versión en negativos.



Diseño en líneas



Diseño en negativos o negros

El diseño puede adaptarse a todos los colores del pantone del manual de identidad de la Universidad de Sonora, brindándole mayor dinamismo sin restarle cualidades.

 <p>Pantone 110 C</p>	 <p>Pantone 152 C</p>	 <p>Pantone 185 C</p>
<p>PANTONE 150C</p>	<p>PANTONE 152C</p>	<p>PANTONE 185C</p>
 <p>Pantone 1395 C</p>	 <p>Negro</p>	 <p>Pantone 361 C</p>
<p>PANTONE 1395C</p>	<p>NEGRO</p>	<p>PANTONE 361C</p>

3.4.2. Opciones de participación.

La participación es la intervención de un sujeto en un suceso, en un acto o en una actividad. La participación de las personas en eventos está determinada por la disponibilidad o posibilidad de participar en estos. Ejemplo: una persona que investiga la comunicación y desea participar como ponente en un evento académico, debe buscar una opción que incluya su tema o modalidad de participación, de lo contrario, le imposibilita la participación en el evento.

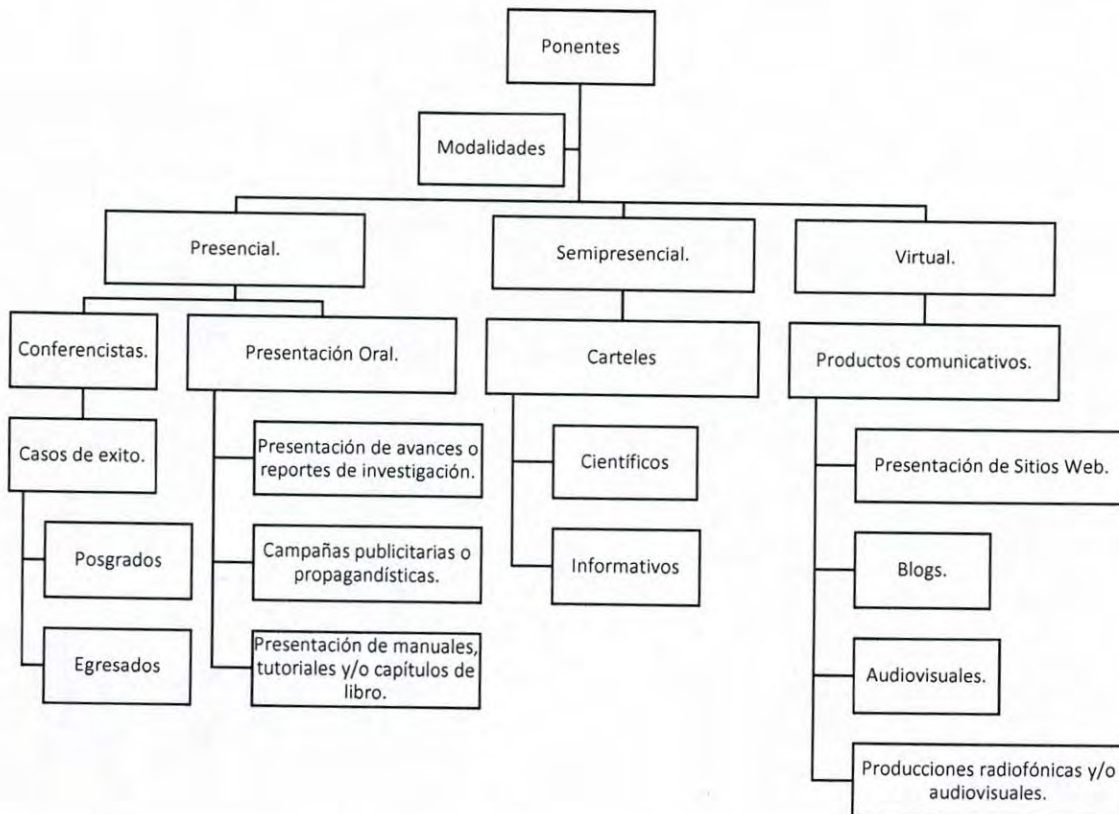
Nuestra propuesta busca abrir las opciones de participación en el EEE: IA para aumentar la participación estudiantil en el evento, para de esta manera incrementar las experiencias y aumentar el intercambio de las mismas.

3.4.2.1. Formas de participación.

El Encuentro de Experiencias Estudiantiles tiene por objeto analizar y debatir, desde distintas perspectivas y niveles de intervención, las líneas de investigación de la temática que corresponda a la edición del evento. Los trabajos presentados deben necesariamente versar sobre algún tópico relacionado con el tema principal del EEE: IA, abordándolo desde la perspectiva que le parezca conveniente al autor, y en lo posible, guiándose por los temas sugeridos por el comité organizador y expuesto en la presente convocatoria.

A la fecha el programa del evento contempla 2 formas de participación, y brinda al estudiante la oportunidad de poder participar en una o ambas modalidades: Ponente presentación oral o Ponente presentación de cartel.

Nuestra propuesta amplía dichas opciones de la siguiente manera:



En nuestra propuesta se ampliaron significativa las modalidades y formas de participación, mismas que delimitamos a continuación:

MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN. Los nuevos tiempos exigen mayor dinamismo y agilidad en los procesos. Cada día es más difícil mantener la atención y permanencia de los jóvenes en jornadas extensas de trabajo, y provocamos hastío y cansancio innecesario, por ello ampliamos las modalidades y trasladamos actividades a ámbitos más amigables y atractivos para los jóvenes, el virtual. Así las modalidades de participación serían 3:

- Presencial.
- Semipresencial.
- Virtual.

FORMAS DE PARTICIPACIÓN. Las formas de participación se agrupan, de manera flexible, en cada una de las modalidades. Esto significa que es viable que un estudiante se interese en presentar un producto comunicativo en modalidad presencial, y que lo haga. Las principales formas de participación serían:

- PRESENCIAL.
 - Conferencistas.
 - Presentación oral.
- SEMIPRESENCIAL.
 - Carteles.
- VIRTUAL.
 - Productos comunicativos.

TIPOS DE PARTICIPACIÓN. La intención es delimitar cada una de las modalidades de presentación para no causar incertidumbre en los en los participantes. Así, de cada modalidad y forma de participación, se despliegan tipos de participaciones, en la cuales pueden participar todos los interesados.

PRESENCIAL.

- Conferencistas.
 - Casos de éxito.

- Egresados.
- Posgrados.
- Presentación oral.
 - Presentación de avances o reportes de investigación.
 - Campañas publicitarias o propagandísticas.
 - Presentación de manuales, tutoriales y/o capítulos de libro.

SEMIPRESENCIAL.

- Carteles.
 - Científicos
 - Informativos

VIRTUAL.

- Productos comunicativos.
 - Presentación de Sitios Web.
 - Blogs.
 - Audiovisuales.
 - Producciones radiofónicas y/o audiovisuales.

3.4.2.3. Metodología de trabajo.

La convocatoria debe ser muy precisa en la presentación de la información referente a las modalidades de participación, y sobre todo en la metodología de trabajo del evento, pues se trata de dar formalidad y no dispersar el trabajo. Por ello, se deberá ser muy claro con los jóvenes en cuanto a su papel como ponente y asistente, sobre todo en la parte de trabajo virtual.

Se creó un blogg para el EEE: IA, mismo que se puso a disposición de los organizadores como parte de esta propuesta, para que a través de este se publiquen los trabajos que se presentan como parte de la edición del evento, y que el resto de los participantes tengan la posibilidad y obligación de comentar. En este también se incluye información general del evento, como:

- El proyecto,
- Antecedentes,
- Convocatoria,

- Logotipos,
- Capacitación, y
- Entradas.

Esta última es quizá la más importante porque durante los días del evento, cada entrada significaría una participación. Además se incluirá un Gadget de hipertexto donde se enlisten en menús y submenús las modalidades de participación y los trabajos (entradas) que se hayan registrado en cada opción.

Toda la información a la que se hace referencia se encuentra alojada en la dirección URL: <https://experienciasestudiantiles.blogspot.mx/>

Con esta metodología de trabajo la única interacción sería para la modalidad presencial, que sería de una o dos sesiones, según la cantidad de trabajos presentados, y de las cuales sería importante compartir resúmenes de información.

Con todo lo anterior se blinda el trabajo con transparencia y claridad en los procesos y formas de trabajo.

3.4.3. Manual para la Organización del evento.

La realización del evento requiere de múltiples actividades, mismas que se realizan en coordinación con otros grupos colegiados de la Universidad de Sonora, como en su momento se trabajó con el Cuerpo Académico de Multiculturalidad, Identidad y Cambio Social, se ha trabajado de manera permanente con la Academia de Comunicación Estratégica, con el fin de obtener un respaldo académico en la selección y participación de investigadores invitados; por otro lado, la División de Ciencias Sociales y el Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación, facilitan los espacios físicos para realizar las actividades, apoyan económicamente el desarrollo del proyecto junto a los patrocinadores externos con los que se ha establecido contacto; así mismo el Programa Docente de Ciencias de la Comunicación y estudiantes del Espacio Educativo de Lenguajes de la Comunicación, coordinan las actividades necesarias para la realización del evento.

3.4.3.1. Objetivo.

Diseñar un Manual para la Organización del evento adaptable a otras disciplinas.

La estructura del evento es susceptible de aplicar en cualquier tema, pero lo más importante es que sea claro en la metodología de trabajo, que ya se presentó en el apartado anterior, y se confié en la organización por cuestiones de proceso y certificación de actividades, ya sea constancias o créditos académicos, o extraordinario.

3.4.3.3. Estructura de organización.

Los participantes en la organización del evento deberán organizarse para realizar las diferentes actividades, en comisiones, cada se integrar por un coordinador y colaboradores. La responsabilidad de las actividades de preferencia deberá asignarse a un profesor, de tal manera que los colaboradores serían los estudiantes interesados en participar en la organización.

La estructura que nosotros presentamos parte de la que se ha trabajado hasta el momento.



Las funciones de cada uno consisten en lo siguiente, y subrayamos las actividades que incorporamos:

Presidente. Coordina el cumplimiento de las actividades definidas para la realización del evento y la relación efectiva entre los diferentes comités. Es el responsable de integrar y elaborar el informe de actividades del evento.

Secretario. Apoya las actividades del presidente del comité. Supervisa especialmente el trabajo que se desarrolla en los espacios virtuales.

Tesorero. Administra los recursos económicos con los que se cuenta. Es el responsable de los ingresos y egresos, así como de la realización de los informes financieros. Deberá proporcionar información al subcomité de Comunicación Web, para que la información de la administración esté disponible para todos en el portal.

Sub comités.

Académico. Son responsables de la emisión de la convocatoria para la participación, definen temas y subtemas de trabajo para cada edición del evento y realizan el programa académico final. Este comité investiga y propone al equipo a los invitados para las conferencias, paneles, moderadores para mesas de trabajo, etc. Al finalizar el evento son los encargados de hacer el informe de actividades con relación al cumplimiento del programa, razón por la cual supervisan la emisión de las constancias de participación y la disposición de estas en el portal para facilitar el acceso a las mismas de los participantes en el evento. Estas deben estar foliadas y la relación disponible para la verificación de autenticidad.

Imagen y diseño gráfico. Proponen y realizan la imagen para el evento, desde el diseño del logotipo hasta el diseño del programa final. Administran las redes sociales del evento y mantienen informadas a los interesados en el desarrollo del evento. Son los responsables de conformar la memoria gráfica de las actividades realizadas. El comité cederá algunas de sus funciones al comité de comunicación web, y se enfocará más a la producción de materiales para la divulgación de las actividades. Además deberá asegurar que la identidad se mantenga en cada edición del evento y emitirá los formatos para la acreditación de actividades.

Logística. La participación de este comité tiene como objeto emitir opiniones y formular respuestas sobre las necesidades, realidades y actividades. Se encargan de la coordinación entre todos los equipos, de gestionar espacios y equipos para la realización del evento. Debido a la inclusión de la modalidad virtual, el trabajo se amplía, pues deberá comprobar que los trabajos estén disponibles en tiempo y hora para su presentación e interacción con los usuarios.

Relaciones públicas. La tarea es promover la coordinación interinstitucional. Representan al equipo en los trabajos de gestión, ya sea para extender invitaciones o

solicitar patrocinios. Además, fungen como maestros de ceremonias, reciben a la gente en el evento, deciden y agradecen la participación de las personas, etc. En la modalidad virtual serán moderadores de los comentarios incentivando que los debates se generen de acuerdo a las formas y reglas establecidas para la interactividad.

Actividades artísticas. Organizan espacios de entretenimiento cultural para incluir en el programa del evento. Se acercan a otras dependencias de la Universidad de Sonora y/o con instituciones externas.

A estas agregaríamos los siguientes subcomités.

Comunicación WEB. Esta se desempeña en dos líneas de acción: **Community Manager.** Son los encargados de la promoción del evento en redes sociales; y **Planeador de contenidos Web.** Organizan y publican contenidos en el blog del EEE: IA, ya sean los trabajos presentados o la información del resto de las páginas del portal.

3.4.3.4. Realización.

La organización implica un desarrollo metodológico secuencial, el cual se hemos simplificado en 3 momentos:

Antes del evento:

- Planeación de evento,
- Organización de los equipos de trabajo,
- Búsqueda de patrocinios,
- Diseño del plan logístico,
- Producción de promocionales,
- Diseño de convocatoria para participación,
- Elaboración y envío de cartas invitación,
- Permisos,
- Registros,
- Confirmación de invitados,
- Elaboración del programa académico y artístico,
- Promoción y difusión del programa,
- Confirmación de espacios y equipo técnico necesario,

- Diseño de constancias de participación: impresión y firmas, y
- Elaboración de reconocimientos.

Durante el evento:

- Seguimiento del programa,
- Atención a invitados,
- Entrega de constancias de participación,
- Memoria gráfica de las actividades, y
- Logística general;

Después del evento:

- Elaboración de informes y reportes de trabajo,
- Conformación de la memoria gráfica,
- Comprobación de gastos, y
- la Autoevaluación del trabajo realizado.

Para realizar todas las actividades es sumamente importante que todos los equipos de trabajo estén coordinados, conozcan y estén comprometidos con el proyecto.

CONCLUSIÓN

Han pasado más de cinco años desde que se empezó la consolidación de esta estrategia de aprendizaje y comunicación que seguro seguirá creciendo y adaptándose a las nuevas necesidades académicas y sociales de los jóvenes estudiantes que se desenvuelven en una realidad muchos más cambiante que las viejas generaciones, en espacios intangibles pero tan acelerados que arrastran a nuevas formas de conocimientos que se deben traer a los espacios físicos, adaptarlos a los planes institucionales y curriculares, porque se trata de personas que gustan comunicar cada suceso de su vida, dar a conocer de forma inmediata sus hacer y logros, que tienen a las redes sociales como su principal fuente de información y de contacto.

La pausa realizada en el trabajo fue voluntaria, se extrajeron del espacio formal para ganar libertad y atreverse a hacer sin limitantes y aprendieron mucho de ello, ahora se sabe que no son necesarias lonas, identificadores, impresiones, es decir, no se necesita presupuesto económico, solo creatividad, computadoras, acceso a los espacios virtuales y físicos, porque los primeros no son posibles sin los segundo, de tal manera que se dedican a generar

información para seguir haciendo atractivos a los primeros y después sumergirse en la vorágine de información generada por otros que también creen en el talento joven, en el ejercicio experimental, en la prueba y ensayo, en el “echando a perder se aprende”, porque al final no pasa nada un “control + z” es la solución cotidiana a la mayoría de los errores que enfrentamos en nuestra vida diaria, ¿o no?.

Del 2012 al 2014 se dedicaron a fortalecerse para ofertar un espacio de intercambio enriquecedor para todos, donde todos pudieran participar y crecer como investigadores, porque hay que ponerse en acción y que el mundo lo sepa. En este tiempo, también formalizaron para que la experiencia tuviera trascendencia en el curriculum académico de los participantes, convirtiendo este fogueo en una experiencia acreditada con evidencia curricular para futuros potenciales empleadores.

El último año de “time out”, en el 2014, se atrevieron a realizar una edición virtual con la participación exclusiva del grupo organizador, más allá de la evaluación de los contenidos expuestos, la estructura de trabajo arrojó varios hallazgos interesantes, por ejemplo:

- Se deben incorporar a las redes sociales de moda para atraer la atención del público potencia, pues difícilmente abandonar su quehacer para acceder a otro espacio a explorar sus contenidos.
- Las plataformas para el trabajo online no son prioridad, puede ser cualquier canal disponible, una fan page, un blog, un sitio que concentre la información, básicamente para darle validez a la actividad. La elección depende de la flexibilidad para generar interactividad con el usuario.
- El diseño de los canales de divulgación deben ser atractivos, “a la moda” del juego o tema vigente en las redes, por ejemplo, memes, puzzles, snapchat, etc.
- Es necesario atender cada participación, sin importar lo oportuno o amplitud de la participación, un comentario, un gracias, un like, lo que sea es válido para hacer ver que sus opiniones son importantes, con ello al verse atendidos seguirán participando. Si en el comentario cuestionan, hay que responder, siempre con coherencia, seriedad y respeto a los usuarios.
- Hay que incluir contenidos apropiados al tema de la convocatoria y publicarlos en una estructura de navegación accesible e intuitiva para el usuario.

Con estos hallazgos también se descubrió que la responsabilidad es grande en cualquier espacio de intercambio de conocimientos, y que son los académicos quienes deben establecer las formas para dar validez a las estrategias que más nos acercan a las nuevas generaciones. El encuentro de Experiencias Estudiantiles: Investigación en Acción, se ha convertido en la oportunidad de transformar un momento inevitable, la evaluación final del semestre, de aburrido a divertido.

Como académicos se tiene el desafío de competir con las tecnologías por la atención de los estudiantes, para que su aprendizaje no sea por obligación, si no por el deseo de aprender lo que les gusta. Aún falta mucho por hacer, pero uno de los quehaceres más divertidos, sin duda, será descubrir que nuevo reto trae consigo la próxima generación de nuevo ingreso.

REFERENCIAS

- (s.f.). Obtenido de <http://experienciasestudiantiles.blogspot.mx/p/ediciones.html>
(1914-1996), P. R. (s.f.).
- HOTEL SUITES ALBAYZIN DEL MAR. (19 de Febrero de 2009). *Congresos y Jornadas*. Recuperado el 20 de Abril de 2013, de <https://congresosyjornadas.wordpress.com/2009/02/19/eventos/>
- Orozco Toro, J. A., & Ferré Pavia, C. (01 de julio de 2013). (V. E. Palermo", Ed.) doi:ISSN: 1850-2032
- PABÓN, Y. T. (2013). *DISEÑO DEL 1° EVENTO ACADÉMICO, COMO ESTRATEGIA PEDAGOGICA PARA LA CIRCULACIÓN DE CONOCIMIENTO ESPECIALIZADO, EN LA SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN EDUCACIÓN FÍSICA EN ÁMBITOS DIS-FORMALES*. Bogota, Colombia.: UNIVERSIDAD LIBRE DE COLOMBIA.
- Rand, P. (1985). *Paul Rand: a Designer's Art: A Designer's Art* (Yale University Press ed.). Princeton Architectural Press.
- Sampieri, R. H. (2010).
- UNISON. (01 de Agosto de 2003). *Universidad de Sonora*. (G. Universitaria., Ed.) Recuperado el 01 de Noviembre de 2017, de <http://www.uson.mx/institucional/marconormativo/reglamentosacademicos/ReglamentoDeAcademiasAgosto2003/#p=4>
- UNISON. (2004). *Plan de Estudios de Ciencias de la Comunicación 2004*. Hermosillo, Sonora, México: Unison.

AGENDA DE INVESTIGACIÓN.

El trabajo realizado ha sido muy importante para la formación profesional de quienes participamos en el, por ello sugerimos que se siga trabajando en líneas derivadas del mismo, que se consideren interesantes y de gran provecho para futuros tesisistas.

Academia. Que se analice la importancia del aspecto académico a partir de la opinión de los profesores participantes en el EEE: IA, para conocer como incide en la organización del evento.

Curso de ponencias y carteles. Cómo se ha ido desarrollando académicamente el curso y la importancia que tiene en la formación y participación estudiantil.

Tema de evento. El tema es muy importante, pues convoca, suma o resta participaciones. Una vez que el evento se establezca a nivel institucional, esta designación será pieza clave para la convocatoria.