



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Artes y Diseño

**El diseño de información centrado en el voluntario:
propuesta de plataforma web aplicada dentro del
ecosistema universitario de la FAD UNAM.**

TESIS

Que para obtener el título de:
Licenciada en Arte y Diseño

PRESENTA

Rosario Viviana Badillo Villanueva

DIRECTOR DE TESIS

Mtra. Claudia Mena González

Ciudad de México, 2022



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Artes y Diseño

**El diseño de información centrado en el voluntario:
propuesta de plataforma web aplicada dentro del
ecosistema universitario de la FAD UNAM.**

TESIS

Que para obtener el título de:

Licenciada en Arte y Diseño

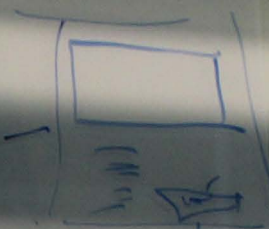
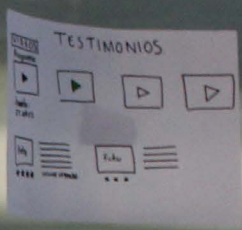
PRESENTA

Rosario Viviana Badillo Villanueva

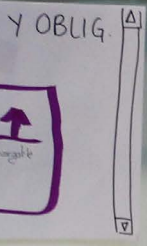
DIRECTOR DE TESIS

Mtra. Claudia Mena González

Ciudad de México, 2022



- PASOS**
1. Video introductorio.
 2. Causas / Intereses → Test / Ma
 3. Derechos y obligaciones = voluntarios
 4. Requisitos = v
 5. Registro **Voluntarios**
 6. Capacitación → Agenda y c
 7. Incorporación
 8. Evaluación (Cualitativa o cuantitativa) = v
 9. Compartir experiencias.



DATOS PERSONALES

NOMBRE

APELLIDO

EDAD

ESCOLARIDAD:

¿Cómo te identifi?

DIRECCIÓN

TELÉFONO

CORREO ELECTRÓNICO

PROGRAMA

Interés/Asigna

TÍTULO **MENÚ**

MENSAJE DE CONFIRMACIÓN DE REGISTRO

FORO TESTIMONIOS

EVALUA TU EXPERIENCIA

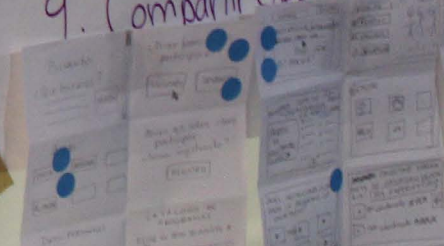
Comentarios: 😊 😐 😞

ENVIAR

- Menú**
- Calendario
 - Foro/Asigna
 - Mapa
 - Dex y oblig.
 - Causas

INICIA SESIÓN

ENVIAR



*A mis padres Rosario y Julian
por acompañarme en este
proceso, a toda mi familia, a mi
asesora Claudia Mena, a Ludving
Castellanos y a Norma Montañez
por seguir inspirando mi amor por
el voluntariado. A todos los que en
algún momento les conté este sueño
hecho realidad, pero sobre todo a mi
misma por no haberme abandonado
en el proceso.*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	10
---------------------	----

CAPÍTULO 1

Diseño de Información Centrado en el Usuario.	16
1.1 Definición del diseño de información.	18
1.2 Tipos de diseño de información.	25
1.3 El proceso del diseño de información.	31
1.4 El proceso comunicativo.	49

CAPÍTULO 2

El voluntariado universitario en la UNAM: Un estudio de caso en la FAD.	59
2.1 Hacia una definición del voluntariado universitario	60
2.2 El voluntariado universitario en la UNAM.	72
2.3 Plataformas digitales que promueven el voluntariado universitario en la UNAM.	83
2.4 Casos de éxito del voluntariado universitario y su relación con los alumnos de la FAD.	95

CAPÍTULO 3

Diseño de Información Centrado en el Voluntario. 105

3.1 Inspiración: Antecedentes y planteamiento del problema. 106

3.2 Lo que la comunidad dice: encuesta, entrevistas y taller en TelmexHub. 115

3.3 Ideación: Diseño de Arquitectura de la información y desarrollo de plataforma. 141

3.4 Implementación: Validación. 156

CONCLUSIONES 162

FUENTES DE CONSULTA 167

ANEXOS 176

INTRODUCCIÓN

La presente investigación llevó un proceso de amplia consolidación. Este trabajo comenzó en el año 2018 y a pesar de la evolución del mismo, gracias al apoyo de investigadores expertos en el área y voluntarios fue posible su culminación.

El interés por este tema, nació cuando fui voluntaria en una edición de Fotofestín en el año 2015, y cuando tuve la oportunidad de formar parte del programa de voluntariado Ojos que Sienten A.C. Formar parte de ambos, no solo me ayudó a desarrollar múltiples habilidades, a crear comunidad o a comenzar a descubrir mi propósito de vida, sino que pude entender la poderosa herramienta del voluntariado, la cual sirve primordialmente para transformar realidades a través de la participación activa de miles de jóvenes en distintas causas.

Por tanto, como egresada de la Licenciatura en Arte y Diseño pienso que es trascendental que las habilidades adquiridas en esta carrera sean puestas en práctica siendo posible su contribución al desarrollo del voluntariado, así como para impulsar actividades de esta índole en la Facultad de Arte y Diseño (FAD).

Las artes y el diseño como carrera plantean un “perfil integrador y multidisciplinario”, es decir, que incorpore procesos, metodologías y enfoques de diferentes disciplinas que ayuden a la construcción de un proyecto a implementar de manera factible e inmediata en el entorno, y por entorno en la presente investigación será entendido como el ecosistema universitario (UNAM, Oferta académica, 2021).

Las artes y el diseño intervienen en el estudio del voluntariado universitario a través de una visión humanista, (UNAM, Oferta Académica, 2021) aportando experiencias y formas de interacción, comunicando y transformando a la sociedad mediante diversos tipos de lenguajes e imágenes.

Por lo que, algunos de los puntos en común con el voluntariado es que es un ejercicio en el que por decisión propia se ejerce el derecho a participar y a crear comunidad para adquirir nuevas habilidades; es otra manera de incidir en el entorno al aprender en comunidad. Por consiguiente en esta investigación se estudian las necesidades de “el voluntario”, buscando crear conocimiento entre pares.

La investigación se realiza con el fin de atender diversas problemáticas, entre ellas, se encuentra la necesidad de establecer la situación que enfrenta la UNAM específicamente en la Facultad de Artes y Diseño como estudio de caso en cuanto al voluntariado universitario, así como para esclarecer el concepto adaptado a la realidad de nuestro contexto cultural, económico, social e histórico del siglo XXI. Asimismo, analiza es decir la forma en la que se entiende el voluntariado en México, con el propósito de fomentar la creación de las herramientas pertinentes y adecuadas así como la implementación de estrategias e información dirigidas al usuario, esto a raíz de la falta de un sistema universitario específico que se encargue de la gestión, coordinación y ejecución de actividades de voluntariado por parte de los jóvenes universitarios que tengan interés en actividades de esta naturaleza, ya que esto constituye un problema actual en la comunidad de la FAD dado que aún no se ha profundizado en este marco de acción.

Otra de las razones fundamentales que motivan la investigación en esta área se relaciona con las plataformas digitales de la UNAM, mismas en las que existen evidentes áreas de oportunidad relacionadas a la comunicación, creación de comunidad, identidad, herramientas digitales de diseño web así como visualización de la información. Entonces, de esta forma se pretende crear una propuesta que cubra con las necesidades del usuario para ser de fácil acceso, atractivas y cercanas.

Por otro lado, uno de los problemas que aborda la presente investigación es la falta de comunicación y visualización de información que evita un correcto funcionamiento en la interacción y la búsqueda de la misma. En consecuencia, las herramientas tecnológicas no permiten percibir y alcanzar una conexión que responda a las necesidades de los jóvenes que desean ser voluntarios.

Algunos datos relevantes sobre el voluntariado en México que dieron pauta a desarrollar la presente investigación son:

En 2018 el valor económico del trabajo voluntario en las organizaciones públicas no lucrativas alcanzó un monto de 6 mil 119 millones de pesos, que significó el 4.2% del valor total generado por las ISFL (Instituciones Sin Fines de Lucro). El valor económico que aportó el trabajo del personal voluntario empleado en las ISFL públicas se concentró principalmente en las mujeres, que contribuyeron con el 67.1% y el 32.9% restante, los hombres. Dicho valor se generó primordialmente en actividades relacionadas con la enseñanza y la investigación (47.2%), los de desarrollo y vivienda (20.5%) y los servicios sociales (19%) (INEGI, 2019, p.12).

De igual forma “El tiempo de trabajo que los voluntarios invirtieron en las ISFL públicas fue equivalente a 15 mil 361 empleos de tiempo completo. De éstos, las mujeres ocuparon 10 mil 400 puestos y los hombres 4 mil 961” (INEGI, 2019, p.12) ¿Qué nos dicen los números? Que esta actividad sigue siendo un factor que genera activos económicos, aporta valor cultural en distintas esferas de la sociedad, de la misma forma que incentiva la participación ciudadana de hombres y mujeres, siendo un campo de exploración e investigación en crecimiento.

En el proceso de diseño se utilizó un método particular, el método del Diseño Centrado en las Personas (DCP), el cual se divide en las fases de **inspiración, ideación e implementación**. En la primera etapa se lleva a cabo la investigación de campo, donde se recaba información por medio de entrevistas a expertos en el tema e información recopilada de la misma comunidad universitaria. En la segunda etapa se utilizan herramientas de diseño para la creación de una plataforma web que pudiera mostrar qué es el voluntariado universitario y las ofertas que existen, mediante el uso del color, la tipografía y de aspectos formales de diseño se creó el sitio web. Por último, en la tercera etapa se evaluó el prototipo diseñado, analizando algunos aspectos en su funcionalidad y diseño.

Se utilizó una encuesta digital cuantitativa compuesta de 13 preguntas para comprender rasgos psicográficos y sociodemográficos, con la finalidad de conocer acerca de los intereses y el estado actual del voluntariado en la FAD, con una muestra de 95 estudiantes. Y de forma cualitativa 3 entrevistas a expertos en la materia, además se llevó a cabo un taller presencial con duración de 3 días de dos horas y media cada día, con una asistencia de 4 a 5 personas por sesión en TelmexHub (espacio

ubicado en la Ciudad de México y dedicado a la innovación, creatividad, tecnología y emprendimiento).

La experiencia que tuve como voluntaria me ha permitido conocer de manera empírica el valor de este quehacer, para entender sus fortalezas y debilidades. Aunado a esto, tras un acercamiento teórico identifiqué tres áreas de oportunidad para desarrollar este proyecto de investigación, las cuales son: la definición entendida por voluntariado en México, un marco de acción poco explorado para crear programas de voluntariado en el ecosistema universitario de la UNAM y el análisis de las plataformas digitales existentes que promueven esta práctica en la UNAM, para conocer su impacto, relevancia y funcionalidad.

Por otro lado, investigué cómo impacta el diseño a este tema y los procesos que se desarrollan en la comunidad de voluntarios, para hacer una aportación significativa desde el área de conocimiento del diseño.

Esto me llevó a profundizar de manera teórico y práctica sobre el voluntariado universitario, hacer un análisis situacional a nivel UNAM para posteriormente centrarme en el caso de estudio de la Facultad de Artes y Diseño, para entender las dinámicas de participación voluntaria en la universidad y cómo diseñar estrategias que permitan crear comunidad y accionar con plena consciencia la práctica de la cultura voluntaria.

Por esta razón el objetivo principal de esta investigación es:

Diseñar una plataforma digital que permita la interacción y el intercambio de experiencias entre jóvenes universitarios de la Facultad de Artes y Diseño para dar reconocimiento y promoción a la cultura del voluntariado local, sustentando la propuesta y desarrollo en la metodología del Diseño Centrado en las Personas con el enfoque del Diseño de Información.

Asimismo los objetivos secundarios por capítulos son los siguientes:

Capítulo 1:

- Conocer qué es el Diseño de Información.
- Identificar cuál es la importancia del Diseño de Información en la vida cotidiana.
- Analizar el impacto del Diseño de Información en un contexto local.
- Identificar qué metodología se aplica para desarrollar un adecuado diseño de Información.
- Analizar los puntos de convergencia entre el Diseño de Información y el Diseño Centrado en las Personas.

Capítulo 2:

- Definir el voluntariado universitario.
- Conocer las características del voluntariado universitario.
- Analizar el contexto del voluntariado universitario en la UNAM.
- Valorar las plataformas existentes de voluntariado universitario.
- Identificar las características de voluntariado en la FAD.

Capítulo 3:

- Mapear las experiencias de voluntariado de la comunidad FAD.
- Mostrar ofertas de voluntariado dentro de la plataforma.
- Ejecutar las herramientas metodológicas del Diseño Centrado en las Personas.
- Intercambiar experiencias para crear comunidad.
- Aplicar la metodología del Diseño Centrado en el Usuario con enfoque en el Diseño de Información aplicados a los procesos de vinculación, experiencia, empatía y visualización de datos para crear una comunidad voluntaria.

Algunas de las implicaciones de la presente investigación son: hacer un diagnóstico del conocimiento y participación en actividades de voluntariado en la FAD (Facultad de Artes y Diseño), promocionar la creación de servicios orientados a necesidades específicas y de estrategias para desarrollar empatía con quienes nos rodean. También, fomentar el voluntariado con un enfoque universitario, incentivar el desarrollo profesional de los estudiantes, aportar nuevas estrategias digitales dirigidas a la comunidad universitaria ampliando el panorama de la revolución tecnológica y contribuyendo al conocimiento en el ámbito del Diseño de la Información, aplicar

la promoción de esta práctica y generar vínculos entre las diversas causas de la sociedad civil y de la propia comunidad.

Por último, la presente investigación se divide en 3 apartados, de los cuales el primero trata sobre qué es el diseño de información y cómo se pueden diseñar estrategias para implementar el diseño centrado en nuestro objeto de investigación: el voluntario. En el segundo apartado se desarrolla el marco teórico que define la palabra voluntariado y su pertinencia en el ecosistema universitario, y de igual forma se presenta la propuesta práctica para diseñar una plataforma digital que permita la interacción y el intercambio de experiencias entre jóvenes universitarios que deseen ser voluntarios, a través de la creación de una comunidad activa de la Facultad de Artes y Diseño para dar valor, reconocimiento y promoción a la cultura del voluntariado local.

Cabe mencionar que la mayoría de esta investigación se realizó antes de la pandemia del COVID-19, sin embargo, durante el año 2021, dicho factor mundial obligó a gobiernos, desarrollando nuevas formas de interacción social, en donde el voluntariado virtual cobró sentido y aportó nuevas áreas de investigación para enriquecer dicha práctica y continuar divulgando desde la vida universitaria el voluntariado.

CAPÍTULO 1

El Diseño de Información Centrado en el Usuario

En el primer capítulo se aborda de manera teórica el campo del diseño de información que se ocupa para desarrollar la presente investigación. Primero se define qué es, qué tipos existen, cuál es su metodología y cómo funciona el proceso de comunicación.

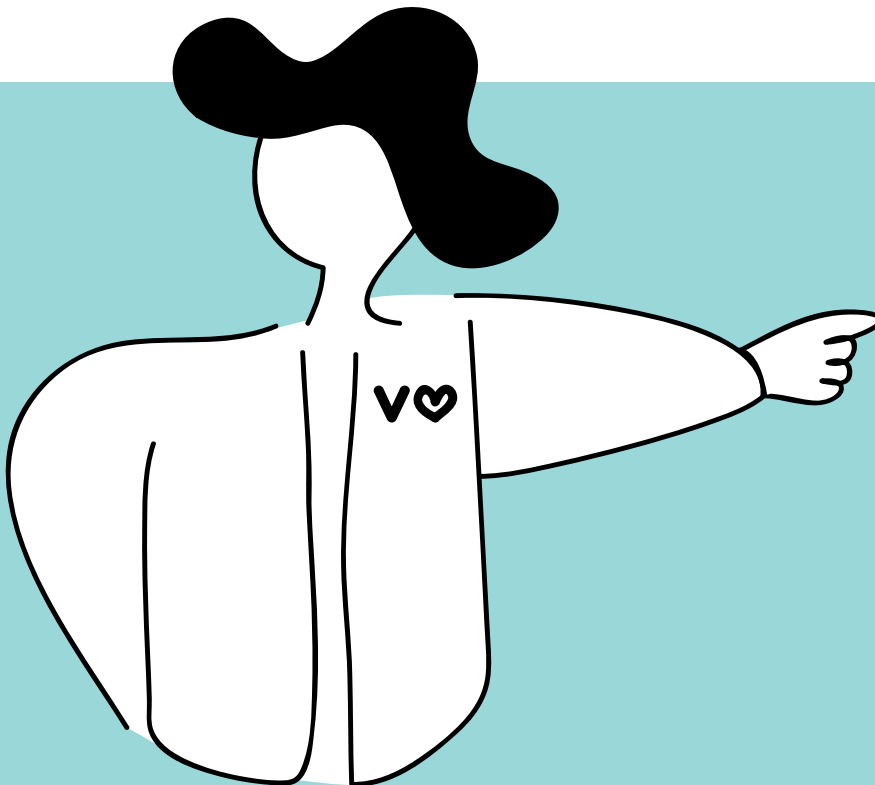




Figura 1.

Nota. Adaptado de *El Aeropuerto Internacional de Narita, Terminal 3, funciona exclusivamente para las compañías de bajo costo.* [Fotografía] por Hasegawa K., 2015, Archdaily (<https://www.archdaily.mx/mx/767410/aeropuerto-internacional-de-narita-terminal-3-nikken-sekkei-plus-ryohin-keikaku-plus-party>).

1.1 Definición del diseño de información

“El objetivo del diseño de información no es la información en sí misma, sino facilitar la toma de decisiones y acciones en la vida cotidiana”.

- González M.

Como punto de partida para comenzar a delimitar el marco teórico de la presente investigación, se expondrá una definición general de la palabra información, para comprender su relación transversal con el diseño. Se hablará del diseño de información como **un área dentro de esta disciplina**, se analizarán diferentes definiciones del mismo para vislumbrar sus aristas, al igual que sus objetivos, sus características principales y su importancia con el contexto comunicativo para los usuarios y su entorno.

Según la RAE (s.f., definición 5) etimológicamente la palabra información proviene del sustantivo latino *informatio (-nis)* del verbo *informare*, cuyo significado es “dar forma a la mente”. Cabe mencionar que dicho concepto, se remonta desde el pensamiento aristotélico y ha sido moldeado con el paso del tiempo, teniendo relevancia en todas las áreas del conocimiento. Sin ahondar en una visión disciplinar en específico, en un sentido más amplio se puede definir a la palabra información como: “imponer o dar forma, transformar, cambiar el estado de una porción de la realidad” (García, 1998, p.310), siendo “la materia prima del conocimiento” (García, 1998, p.305).

Si por definición la información modifica en cierto grado la percepción de la realidad, esta ocupa un papel de trascendencia social ante las interacciones que día a día genera con los usuarios y lo efímeras que estas pueden llegar a ser, al igual que su veracidad y capacidad para convertirse en conocimiento. Hay una codificación constante adquirida, la cual, conduce a comprender la complejidad del impacto causado en cada una de las personas.

Asimismo, dicha problemática no radica en acceder a la información, sino en diseñar estrategias para entender la cuantía de la misma que se procesa en la vida diaria. El desarrollo acelerado y constante de nuevos medios de comunicación y tecnologías inteligentes, ha provocado que en cuestión de segundos se pueda acceder a la red, googlear cualquier palabra y encontrar millones de páginas relacionadas con esa búsqueda. Se tiene información voluntaria e involuntaria en todos lados, pero, ¿cómo se convive con ella? y ¿cómo afecta en la toma de decisiones de los seres humanos? García (1998) explica que se necesita tomar conciencia sobre cómo es adquirida la información que llega a las personas para tener mayor control sobre los cambios que se producen en el entorno (p.305).

En este sentido, el diseño ayuda a mejorar los procesos para informar y comenzar a ser críticos al momento de interactuar con la misma. Por lo que el diseño como disciplina integradora y proyectual¹ (Vilchis, 2000, p.38) está inmersa en estrategias y metodologías que conviven con la realidad social y nuevas formas de aprender a comprender lo que nos rodea. Por ello la información necesita ser moldeada y así pueda ser entendida en la forma en que los usuarios la requieren, codificada y procesada por y para quienes conviven con ésta, adaptándola a sus necesidades.

De ahí surge el denominado diseño de información. Pero, ¿qué es? el diseño de información es un área del diseño que no es nueva, los primeros registros que se pueden considerar datan de 3000 a.C.² (Coates y Ellison, 2014, pp. 12 - 13) Sin embargo es un concepto que ha evolucionado y tomado relevancia desde la era de la información, la masificación y globalización de la misma, hasta la producción constante de nuevas tecnologías en las que hoy en día el mundo se ve envuelto.

Este enfoque dentro del diseño se ve mejor ejemplificado en mapas plasmados en el arte de la cartografía que usaban los navegantes del mundo antiguo, diagramas del cuerpo humano, esquemas que clasifican la flora o fauna, cuadros que precisan la hora de llegada y salida de algún transporte, señalizaciones que permiten movilidad en el entorno, gráficas para mostrar estadísticas y un sinfín de expresiones que en su mayoría son visuales. A lo largo del tiempo han aportado a los objetivos y cualidades del diseño de información.

1 Existen un sin número de definiciones del diseño, pero se pondrá en común el punto de vista de Vilchis, quien expresa que el diseño es: "una disciplina proyectual que se orienta hacia la resolución de problemas que el hombre se plantea en su continuo proceso de adaptación según sus necesidades físicas y espirituales" (Vilchis, 2000, p. 38).

2 No existe fecha exacta de cuando surgió el diseño de información, pues ha venido acompañando al hombre con la evolución en las distintas formas de comunicación, sin embargo, algunos autores como Coates y Ellison (2014) lo relacionan a expresiones primitivas creadas en Mesopotamia (p.12)..

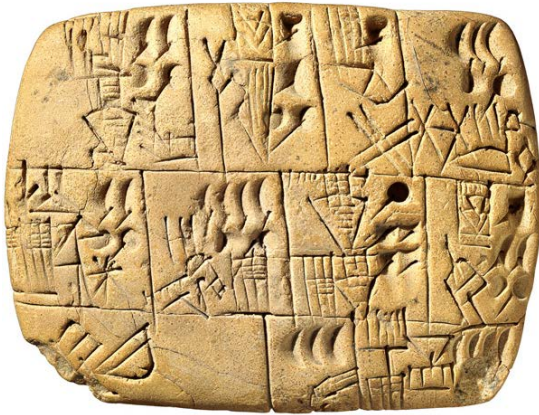


Figura 2.
 Nota. Adaptado de *Tablilla sumeria* [Imagen] por *The British Museum*, (s.f), (<https://www.cervezartesana.es/blog/post/sumeria.html>).

Tabla sumeria que data del 3.00 -3.100 a.C. aproximadamente tiene una forma de escriura cuneiforme y servia para explicar el recibimiento de la cerveza.

También, cabe señalar que es un término al que diversos autores siguen sumando visiones en su definición, no es estático ni singular, puede haber puntos de convergencia y discrepancia entre los distintos especialistas que se mencionan a continuación, pero que llevan a una iteración constante para ampliar sus alcances.

El IID (*The International Institute for Information Design*), fundado en 1986, explica que:

El diseño de información consiste en definir, planificar y dar forma a los contenidos de un mensaje y a los entornos en los que esta se presenta, con la intención de satisfacer las necesidades de información de los destinatarios a los que va dirigido. (IID, 2007b como se citó en Frascara, 2011)

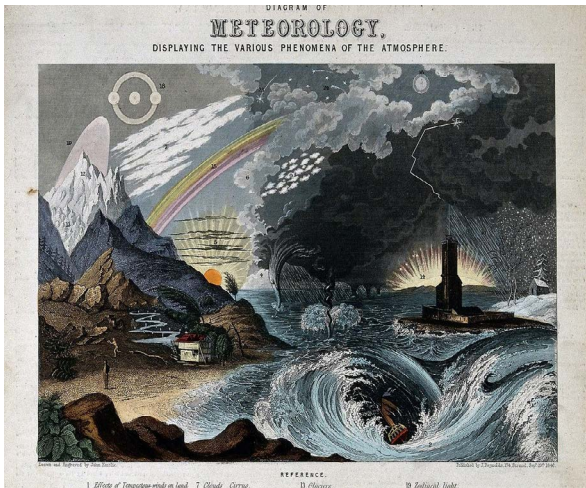


Figura 3.
 Nota. Adaptado de *Diagrama de Meteorología* [Imagen] por Philipps J.1846, (https://www.elconfidencial.com/multimedia/album/tecnologia/ciencia/08-04-2017/ciencia-ilustraciones-siglo-xix_0#/1363568).

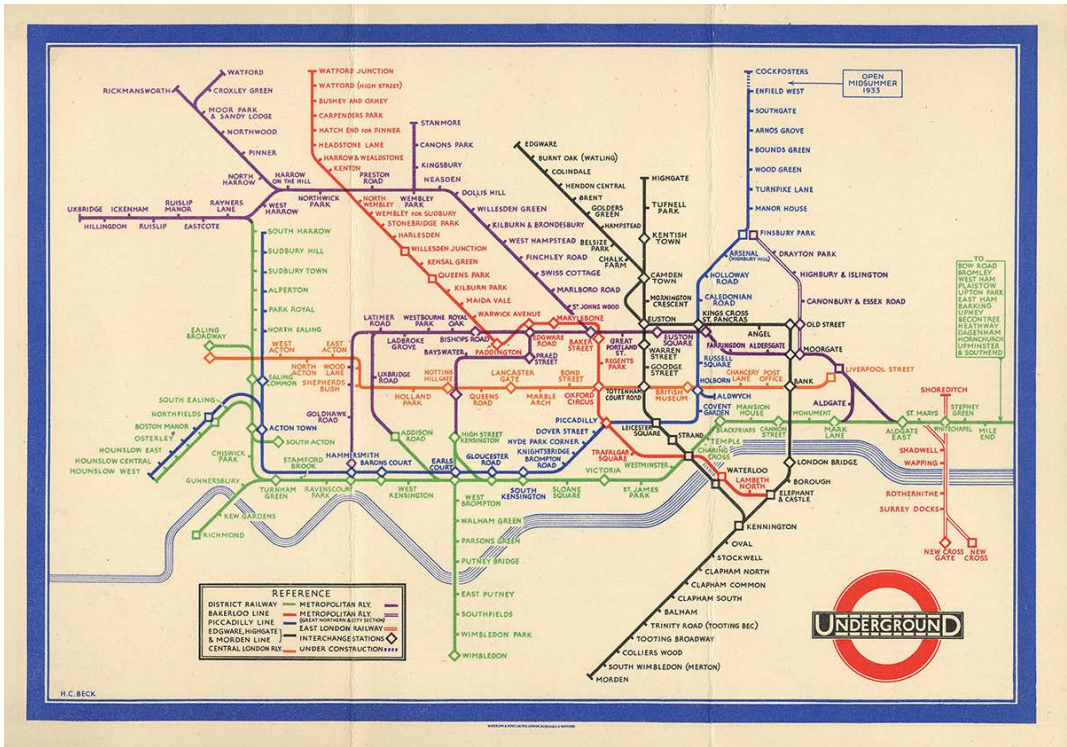


Figura 4.

Nota. Adaptado de *Mapa del metro de Londres de 1933* [Imagen] por Beck H.,1933, (<https://magnet.xataka.com/idolos-de-hoy-y-siempre/mapa-metro-londres-1933-que-revoluciono-para-siempre-cartografia-urbana->).

Este icónico mapa, es un referente mundial del diseño de información. Beck era ingeniero, y tomó de inspiración los diagramas de circuitos para crear visualmente un mapa que ayudó a los usuarios a desplazarse correctamente.

Según Horn (1993), señala que; “el diseño de información se define como el arte y la ciencia de preparar información para que pueda ser utilizada por el ser humano con eficacia y efectividad” (p.15). Por otro lado Costa (1989), lo define como: “todos aquellos mensajes que son transmisores de contenidos complejos” (p.19). Es un conjunto entre letra y texto (información lingüística), con ilustración e imágenes (información icónica) (Costa, 1989, p.19).

Adicional a la definición que propone este autor, cabe mencionar que el diseño de información **es un área que hoy en día comienza a tener relevancia en la disciplina del diseño**, el cual, ayuda a comprender las múltiples formas en que se presenta ésta

para hacer efectivos los procesos de comunicación e interacción entre las personas, y que sean conscientes en la toma de decisiones, respondiendo a necesidades que demandan con relación a sus contextos.

Este también se relaciona con los diversos y nuevos apellidos de la disciplina de diseño, desde el *Design Thinking*, Diseño de Interfaces, Diseño Centrado en las Personas (DCP), Experiencia de Usuario (UX), Diseño de experiencias, entre otros. Aprovechando sus herramientas para ofrecer procesos claros y eficaces que impacten en los productos y servicios que ofrecen.

Con relación a esto, Pontis (2011) especifica que el carácter de este campo consiste en diseccionar datos complejos para organizarlos, analizarlos, entender su estructura y transformarlos en información digerible y con sentido comunicativo (párr.4). Otra definición extendida, que permite entender cómo influye este enfoque en la vida cotidiana, es que:

El diseño de información es la transferencia de datos en la mayor parte complejos, a representaciones visuales bidimensionales, con el objeto de comunicar, documentar y preservar el conocimiento. Trata de hacer comprensibles una serie de hechos y sus interrelaciones para crear transparencia y eliminar incertidumbre (...) no son representaciones de lo que uno ve, si no de lo que uno sabe³ (Schuller, 2007, p.1).

González (2016), distribuye una fracción de la definición de Schuller, al explicar que la complejidad de los datos es transformada por medio de un tratamiento para convertir a la información en algo que los usuarios puedan transformar en conocimiento y les permita empoderarse para accionar en la vida cotidiana, en toda la extensión de lo que eso significa (p.21).

La mayoría de los autores en sus definiciones atribuyen algunas características al diseño de información, entre las esenciales se encuentran las mencionadas por Frascara (2011) , quien propone que este enfoque sea centrado en los usuarios, como eje principal y necesario antes de comenzar con cualquier proceso (p.23).

Por consiguiente, Frascara (2011) menciona algunas particularidades en el apartado; “Diseñando información para el lugar de trabajo”, expuestas por Wright, que se muestran en la figura 5:

3 Cabe destacar, que no es exclusivo que tiengan que ser representaciones bidimensionales, podrían ser incluso activos intangibles como estrategias o planificaciones.

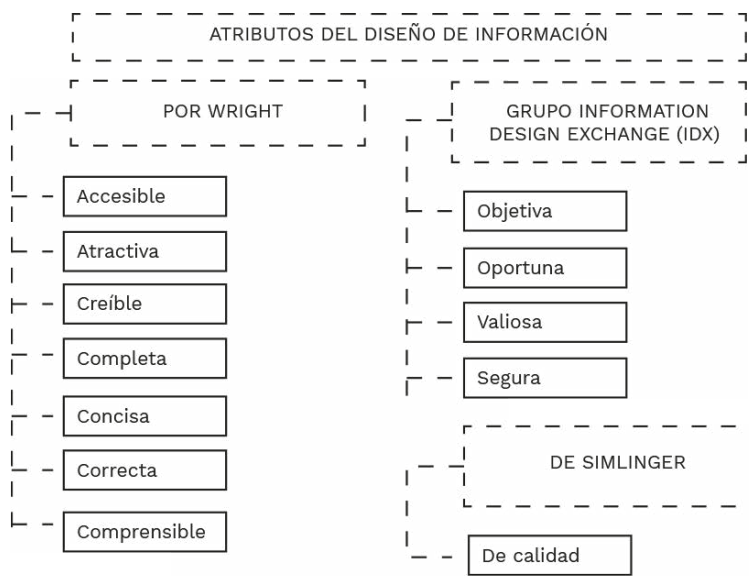


Figura 5.

Nota. Autoría propia

En este mapa se muestran las características del diseño de información de Wright, las del grupo *Information Design Exchange* (IDX) y la de Simlinger.

A estos atributos se adhieren cuatro complementarios a los anteriores, propuestos por el grupo *Information Design Exchange* (IDX, 2007), y por último añadiría uno propuesto por Simlinger (2007 como se citó en Frascara, 2011), expresando que la información deber ser de calidad, si bien el que sea cuantitativa ayuda a que sea precisa y confiable, este atributo cualitativo ayuda a ser críticos con lo que se consume (p.80), le otorga valor o excelencia a algo, y la información debe de ser vista como ese algo que permite hacer las cosas de manera eficiente y por ende, mejora la calidad de vida.

Otra característica más del diseño de información, es que esencialmente necesita ser interdisciplinario porque complementa la visión de este enfoque con distintas ciencias al momento de resolver problemáticas. Desde la antropología, psicología,

economía, estadística y un sinfín de disciplinas que convergen para comprender el cómo responder a todas las interrogantes de un problema. Otra cualidad más que diferencia a este campo dentro del diseño es la efectividad, es decir, que logra un resultado en el proceso comunicativo. Algunos de los objetivos que Horn (1999) propone para el diseño de información son:

- **Desarrollar documentos que sean comprensibles**, recuperables de manera rápida, precisa, y fáciles de traducir en acciones efectivas.
- **Diseñar interacciones con tecnologías que sean fáciles, naturales y agradables** como sea posible. Esto implica resolver muchos problemas en el diseño de la interfaz de la computadora.
- **Permitir que las personas encuentren su camino en el espacio tridimensional** con la mayor comodidad, especialmente en el espacio no abierto, pero también, dado el reciente desarrollo del espacio virtual (p.15).

Se considera que estos objetivos, hablan del mundo real y virtual en el que se está inmerso hoy en día, sin embargo, una visión más amplia y primordial de este enfoque, es “facilitar la toma de decisiones y acciones en la vida cotidiana” (González, 2016, p.24). Por tanto, concluyo que **esta área del diseño resuelve el problema que ocasiona que las personas resuelvan los suyos en distintos sentidos, dándole valor a la experiencia. Además, comprender cuáles son los alcances del diseño de información permite visualizar cómo las personas pueden decidir sobre qué consumen o comparten. Identificar cuándo los empodera, disminuye la incertidumbre que va desde una simple decisión sobre cómo moverse en la ciudad, hasta la interfaz de aplicaciones móviles que permiten al usuario desenvolverse y darle seguridad en la vida diaria.**

1.2 Tipos de diseño de información

“Un diseñador debe ser capaz de analizar con un ojo crítico y fino, darle valor y sentido a la experiencia”.

- Badillo R.



El diseño de información está representado en diversas formas de expresión que involucran la experiencia sensorial. Coates y Ellison (2014), proponen tres categorías, las cuales son: **impreso, interactivo y ambiental**. (pp. 21-25) Cabe mencionar, que esta forma de clasificación no es única, ni exclusiva. Sin embargo, estas tres categorías son relevantes porque permiten comprender cómo las personas se desenvuelven en espacios físicos y virtuales, sin limitarse al formato popular de la infografía, como se muestra en la figura 7.

Figura 6.

Nota. Adaptado de *La nueva app de Uber: un aliado para tu día a día* [Imagen] por Uber, 2020, Uber (<https://www.uber.com/es-ES/blog/nueva-generacion/>).

La aplicación de Uber es un ejemplo de información interactiva que proporciona servicios de movilidad, transporte y alimentación.

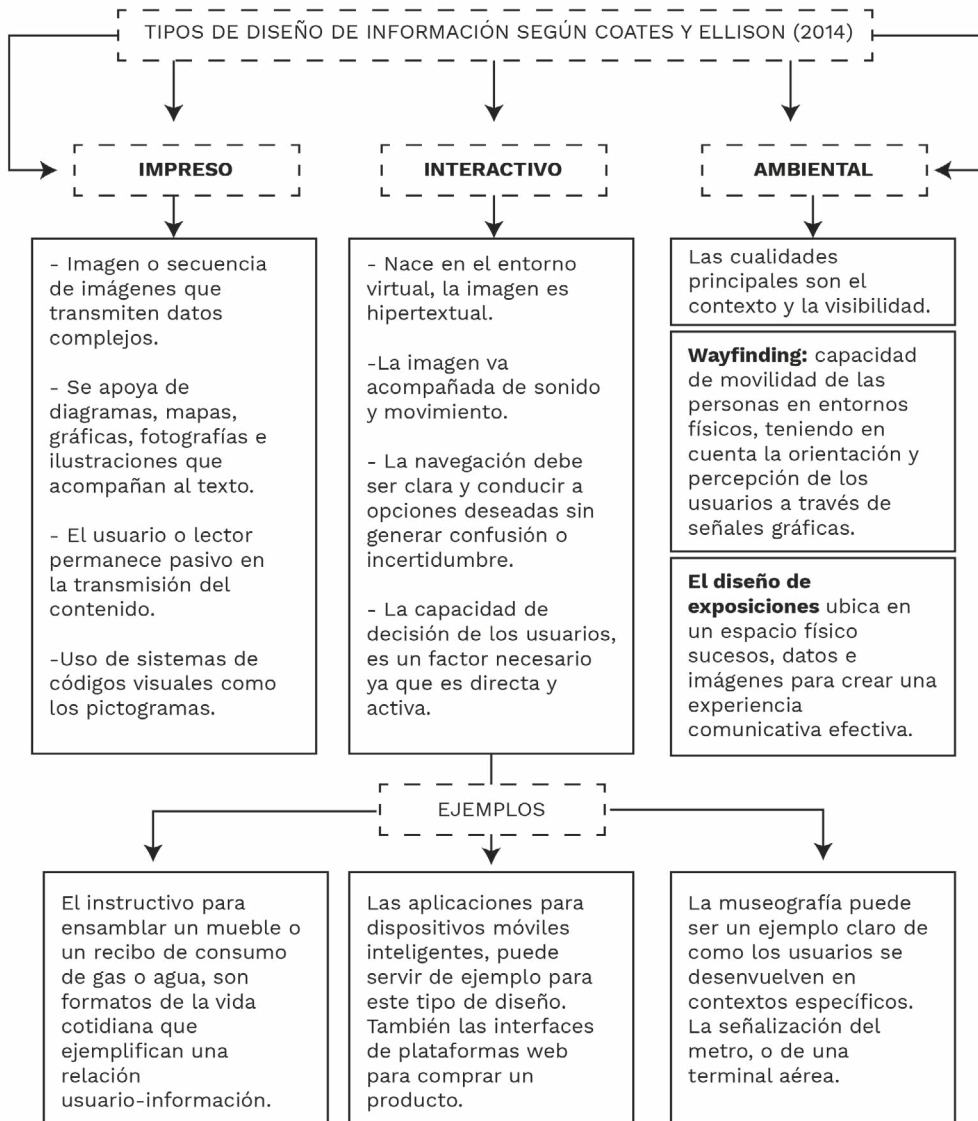


Figura 7.

Nota. Autoría propia basado en capítulo 1 ¿Qué es el Diseño de información? (Coates y Ellison, 2014, pp. 21-25).



Figura 8.

Nota. Adaptado de *Ejemplo de un etiquetado de advertencia* [Imágen] por Etiquetados Claros ORG (<https://etiquetadosclaros.org/etiquetados-enganosos-en-mexico/>).

El nuevo etiquetado frontal de alimentos aprobado el 1º de octubre del 2020 por el pleno de la Cámara de Diputados en la Ciudad de México, es un ejemplo de diseño de información impreso. Busca evitar engaños a los consumidores sobre la información nutrimental buscando ser entendible, segura, honesta y confiable para todos.



Figura 9.

Nota. Adaptado de *La nueva app de Uber: un aliado para tu día a día* [Imagen] por Google (https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ubercab&hl=es_MX).

La app Uber es un ejemplo de diseño de información interactivo. La clave está en la facilidad de navegación geoespacial, un diseño que piensa en las necesidades de los usuarios con respecto a innovar en la idea que se tiene del transporte público y movilidad urbana.

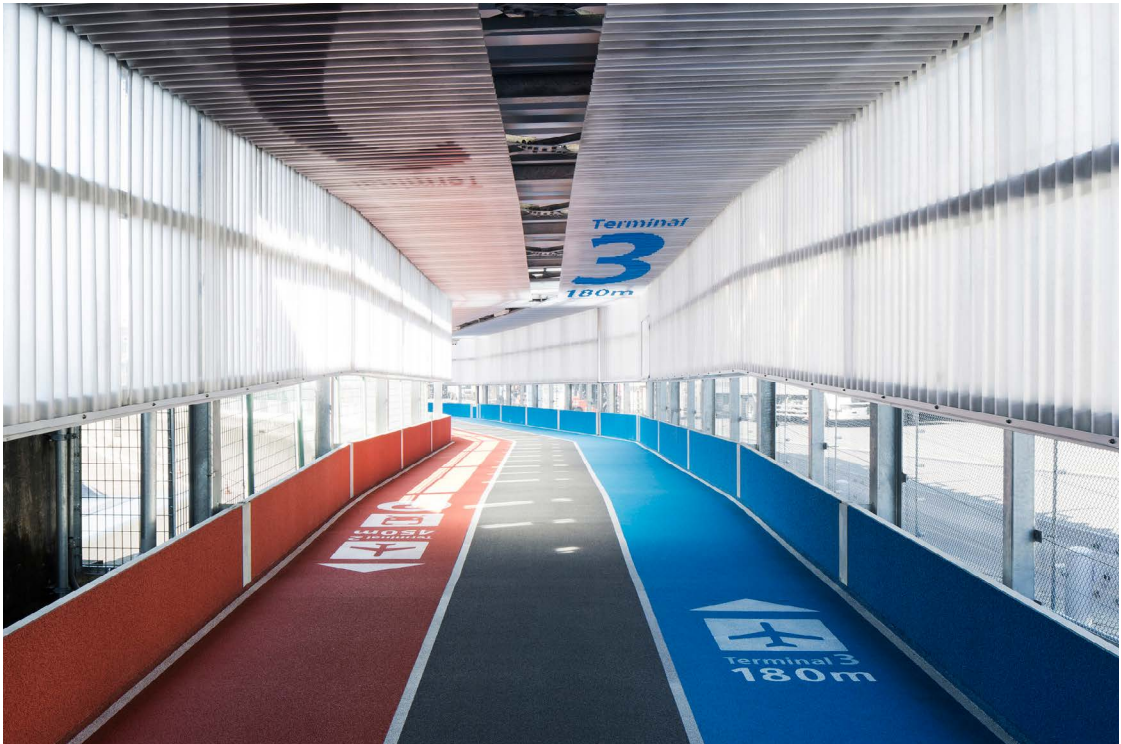


Figura 10.

Nota. Adaptado de *El Aeropuerto Internacional de Narita, Terminal 3, funciona exclusivamente para las compañías de bajo costo*. [Fotografía] por Hasegawa K., 2015, Archdaily (<https://www.archdaily.mx/mx/767410/aeropuerto-internacional-de-narita-terminal-3-nikken-sekke-plus-ryohin-keikaku-plus-party>).

Un ejemplo de *wayfinding* es el diseño de la Terminal 3 del aeropuerto internacional de Narita, Japón. Este espacio fue inaugurado en abril del 2015 por la firma de arquitectura Nikken Sekke. Dicha terminal es utilizada por compañías aéreas de bajo coste, teniendo una relación directa entre el poco presupuesto y su diseño que logró una experiencia atractiva, funcional e interactiva, implementando la idea de una pista de atletismo que sirve para guiar a los pasajeros a su destino. Esta cuenta con carriles azules que buscan llevar a la ruta de despegue y con carriles rojos que indican la salida del aeropuerto. La implementación de señalización en el suelo y las vigas crean una sensación de amplitud, la estructura de los interiores piensa en la comodidad y ergonomía de las personas. Es la creación de un espacio icónico y memorable que rinde homenaje en ciertos aspectos de su diseño a los Juegos Olímpicos de Tokio 2020.

Otra forma común de clasificar la información es la propuesta por Wurman (1990), arquitecto diseñador, fundador de TED TALKS y creador del concepto de *arquitectura de la información*. Él propone 5 dimensiones básicas para ordenar la información⁴ bajo las siglas L.A.T.C.H (*Location, Alphabet, Time, Category and Hierarchy*) en español: *Lugar, Alfabeto, Tiempo, Categoría y Jerarquía*⁵. Sus particularidades son:



Figura 11.

Nota. Autoría propia basado en capítulo 1 Clasificación de la información por Wurman, (1900, como se citó en Butler J., Holden K. y Lidwell W., 2003).

⁴ Este término también es conocido en inglés como *Five Hat Racks*.

⁵ En el Libro Universal Principle of Design (2003) hablan de esta categoría como "Continuidad", porque los autores consideran que este término lo refleja mejor, de la misma forma que Wurman también cambió esta palabra por la "Jerarquía" en 1990, para formar el acrónimo en inglés LATCH. (p.100)

De igual forma Costa (1989, pp. 19-20), clasifica a la información en sus tres grandes formas de comunicación:

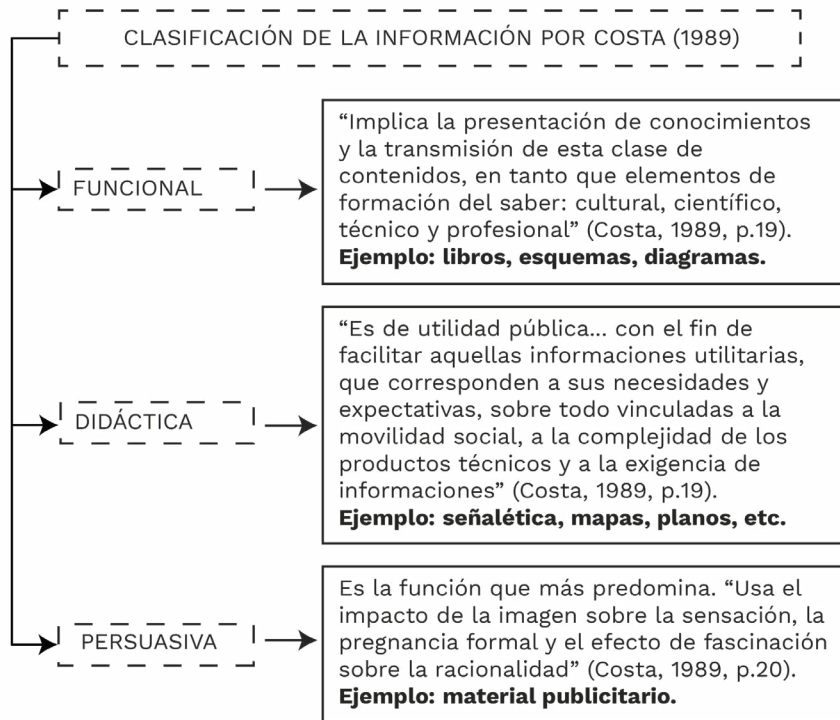


Figura 12.

Nota. Autoría propia basado en la Clasificación de la información por Costa (2019).

En conclusión, las formas de aplicación son variadas y se adaptan a distintas necesidades de organizar los datos. Tanto la clasificación de Coates y Ellison (2014) como la de Wurman (1990) y Costa (1989), ayudan a ampliar la relación de las personas con la información. Es un proceso de analizar el entorno en el que se convive para proponer soluciones eficaces con un grado de impacto significativo. **Por ejemplo, un diseñador debe ser capaz de analizar con un ojo crítico y fino, darle valor y sentido a la experiencia** para hacer consciente de cómo un proceso de diseño afecta la toma de decisiones de cosas simples en la vida diaria.

1.3 El proceso del diseño de información

“El diseñador es creador de hábitos cognitivos.

...Un diseño respetuoso de la gente, fomenta el respeto de los unos a otros”.

- Frascara J.

En este apartado se habla de la pertinencia metodológica en el enfoque del diseño de información, tomando como base principal la del Diseño Centrado en las Personas⁶, propuesta por IDEO⁷. Se muestran sus herramientas e instrumentos que serán complementados con la visión de autores como Vilchis, Coates y Ellison, al igual que la de Frascara para entender el desenvolvimiento del proceso.

¿Por qué hablar de metodología? Porque ayuda a estructurar las ideas para hacer consciente los procesos teórico-prácticos que conviven de principio a fin en un proyecto. También porque “todo proyecto siempre tiene alguna condición especial que debe atenderse y que no puede cubrirse con la información existente” (Frascara, 2011, p.15). ¿Para qué sirve el método en el diseño? para conjugar la capacidad creativa con la intelectual y que conduzcan a la acción, siendo “maneras de tomar decisiones sobre estrategias y formas de implementarlas física o visualmente” (Frascara, 2011, p.14). De igual forma sirve para sustentar un proyecto y saber enfrentarnos lo mejor posible al problema o reto que se asume en una investigación.

Por otro lado, “tampoco puede entenderse el método en el sentido de uno solo y universal válido para todo tipo de investigaciones y problemas” (Vilchis, 2000, p.41). No existe un método general cuando hablamos del proceso de diseño. Los enfoques,

⁶ Diseño Centrado en las Personas, o en inglés, Human Centered Design es un campo de la disciplina del diseño en la que se involucra a las personas como agentes primordiales de principio a fin dentro del proceso.

⁷ IDEO (2015) es una empresa de diseño estadounidense fundada formalmente en 1991 por David Kelley, Bill Moggridge y Mike Nuttal. Esta comunidad es pionera en metodologías como el Design Thinking y el Diseño Centrado en las Personas.

ajustes culturales, sociales o históricos, lo hacen una disciplina que se va adaptando a las formas de resolver o plantear el problema de investigación.

Los métodos están para aplicarse, “el método en el diseño está determinado por los fines: responde a problemas determinados y sus características específicas, por lo que no es suficiente el conocimiento de los métodos, es necesario saber aplicarlos en las situaciones dadas”(Vilchis, 2000, p.42). Es ahí donde se encuentra el verdadero reto, en entender cómo funciona, que no son pasos lineales que conducen a resultados preestablecidos, y que por el contrario, su comportamiento es moldeable para llegar a los fines.

Ahora bien, el método del Diseño Centrado en las Personas (DCP) se apropia de las herramientas que el diseño ha ido creando, y al tener como eje principal a las personas, este método se adecua para entender de manera holística un proyecto de diseño. En este apartado se tomará como base la guía propuesta por IDEO, y se complementará con herramientas y modelos para extender los alcances del diseño de información en los desafíos que afronta. Y como menciona Cossio (2016):

Los especialistas en estadística y en estudios cuantitativos, son quienes generan los datos, pero es necesario hacerlos accesibles para que los usuarios los entiendan.

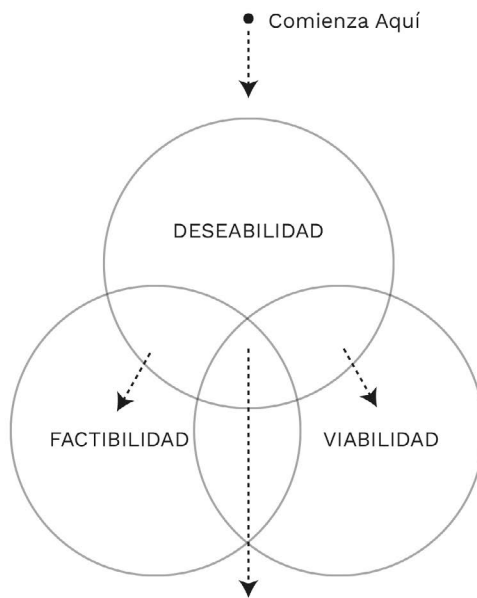
El diseñador es quien organiza la información, la cual, al estructurar, pasa del estado de alta entropía al de baja entropía, le da sentido y legibilidad para que los usuarios adquieran conocimientos o puedan ejecutar acciones informadas (p.29).

Antes de comenzar a describir en qué consiste esta metodología, es importante hablar sobre qué es el DCP y su pertinencia metodológica. El DCP es un proceso que conjuga varias técnicas para crear soluciones a retos de diseño tomando en cuenta la capacidad cognitiva, creativa y el trabajo en equipo. Esto ayuda a “mejorar la calidad de vida de las personas” (IDEO, 2015, p.3) aplicando el concepto de innovación. También ayuda a “escuchar de un modo diferente a los miembros de la comunidad cuando expresan sus necesidades” (IDEO, 2015, p.3), las personas ocupan un rol participativo y se involucran de una manera cercana para no ser ajenos a las soluciones. Es el puente para adaptar la información a servicios, productos, sistemas, o modos de interacción adecuándose a su contexto. A este enfoque lo componen tres dimensiones que interactúan entre sí: lo deseable, factible y viable. (IDEO, 2015)

Este proceso se divide en tres fases: **inspiración, ideación e implementación**⁸, en cada una se usan herramientas para potencializar la forma en que nos relacionamos con los actores de cada proyecto. Es un proceso iterativo, y adaptativo a los tiempos en el que se está trabajando el reto identificado conviviendo con otros métodos de forma interdisciplinaria. Estas tres lupas responden a las interrogantes de la figura 13 complementando la figura 14.

El diseñador parte de una realidad preconcebida pero conforme va investigando el trabajo teórico y de campo se encarga de otorgarle el poder de cuestionar lo que conoce, y entender a las personas con las que está diseñando, no es un proceso unilateral, se ve a través de la mirada del otro.

El reto de diseño podría igualarse al denominado problema a resolver, con el que los proyectos de diseño inician y manejan al explicar los procesos en esta disciplina. Dicho esto, se debe estar pensado en términos humanos más que en objetuales. El reto de diseño debe ser conciso y reducido a una frase que permita ser una guía principal para toda la metodología a aplicar.



Las soluciones que surjan al final del Diseño Centrado en las Personas deben caer en la intersección de estas tres lupas: tienen que ser **Deseables, Factibles y Viables.**

Figura 13.

Nota. Adaptado de el *Diseño Centrado en las Personas, Kit de herramientas, 2da edición* [Imagen] por IDEO, 2015 (<https://www.designkit.org/resources/1>)

Figura 13.

Este diagrama muestra las tres lupas del Diseño Centrado en el Usuario por IDEO.

⁸ En las traducciones de los idiomas que ofrece la guía hay variaciones con respecto a los nombres. En español las tres fases se llaman: *Escuchar, Entregar y Crear*. Para este trabajo de investigación se tomará la traducción de los nombres en inglés los cuales son: *Inspiración, Ideación e Implementación*. El desarrollo de los instrumentos, procesos y metodología se apegan al desarrollo de la guía en español.

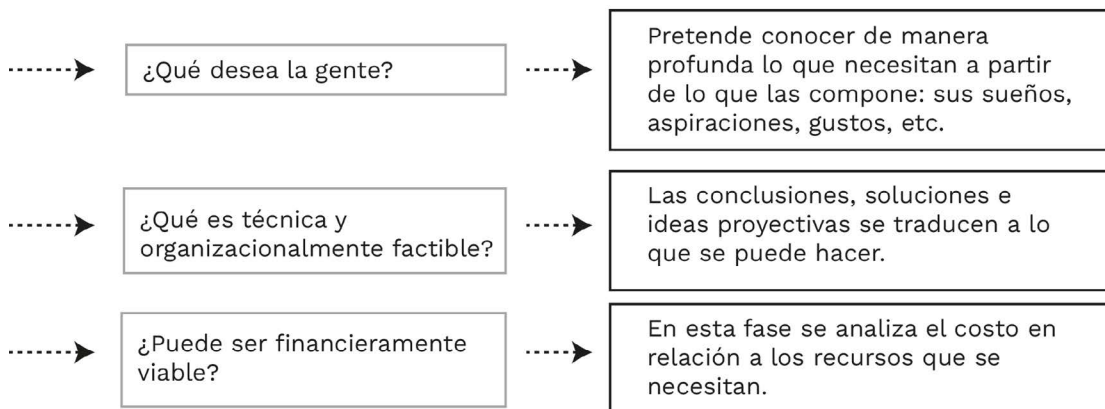
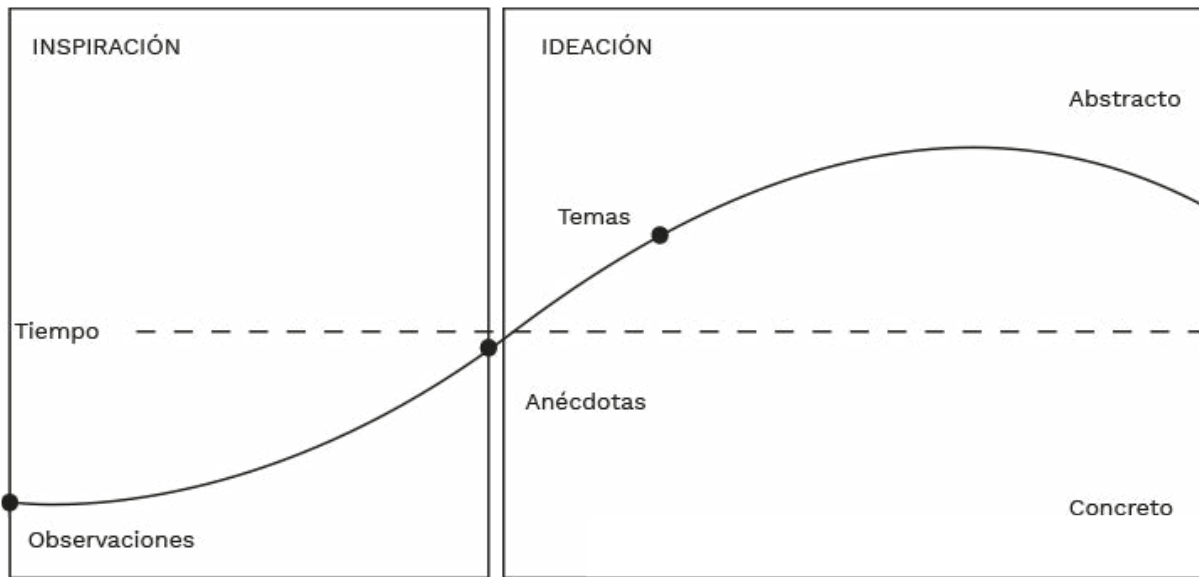


Figura 14.
 Nota. Adaptado de el *Diseño Centrado en las Personas, Kit de herramientas, 2da edición* [Imagen] por IDEO, 2015 (<https://www.designkit.org/resources/1>)

Figura 14. Se muestran las preguntas claves para entender las tres lupas del Diseño Centrado en el Usuario propuestas por IDEO.



Una distinción valiosa es el nivel de involucramiento que existe para conocer y comenzar a pensar que no diseñamos para las personas si no con las personas.

Con respecto a esto Frascara (2011) expresa que:

La efectividad de una comunicación depende en gran medida de su adecuación al usuario, esto implica un cambio de noción de usuario como receptor, a otra del usuario como socio, y considera a la comunicación como un acto de negociación, donde el originador de información y su intérprete buscan establecer un terreno en común (p. 23-24).

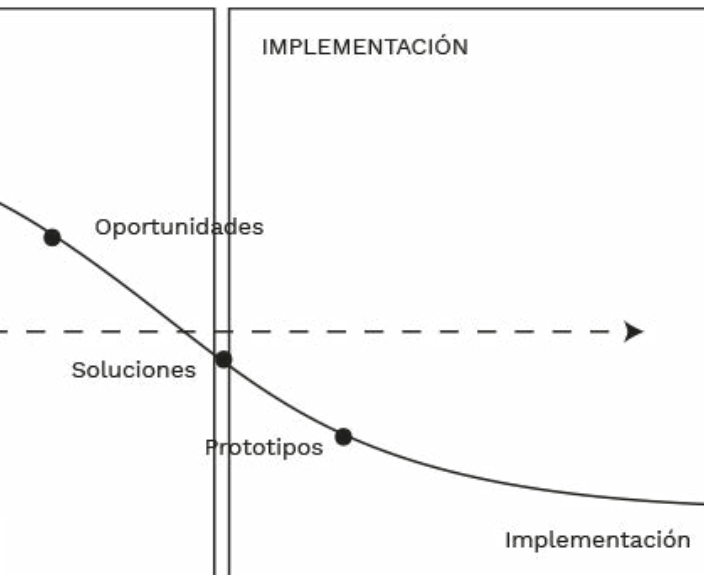


Figura 15.

Nota. Adaptado del *Diseño Centrado en las Personas, Kit de herramientas, 2da edición* [Imagen] por IDEO, 2015 (<https://www.designkit.org/resources/1>)

Figura 15. Este diagrama muestra las tres lupas del Diseño Centrado en el Usuario por IDEO.

FASE 1- INSPIRACIÓN

La primera etapa se enfoca en el quién y en una comprensión amplia de sus necesidades para crear una atmósfera de posibilidades a través de la escucha y la empatía con la gente. Se trata de crear una proximidad profunda para ser un observador activo que recopila historias y anécdotas que convierten a la información obtenida en el denominado reto de diseño.

Una característica de esta primera fase es que es cualitativa, puesto que algo esencial es “la comprensión profunda y no la amplitud de su cobertura” (IDEO, 2015, p.33) y de cuestionarse sobre cuáles son las personas que se involucran en el proceso, quiénes son piezas claves e influyen para la investigación a partir de su perfil psicográfico, cultural, rol en la sociedad, gustos, inquietudes, económicos, entre otros aspectos. Algunas características que pueden definir a los usuarios son las demográficas como el género, ocupación, la edad, entre otros, y las psicográficas como estilo de vida, rasgos de personalidad, clase social, entre otras (IDEO, 2015).

Es relevante “saber si el público es global o local, porque algunas soluciones pueden resultar mejores para un público que para el otro” (Coates y Ellison, 2014, p. 31). También es importante mencionar que, si bien el género es una característica determinante para conocer y delimitar a los usuarios, “es importante destacar que los diseñadores deben basar sus diseños en una investigación sólida y no limitarse a hacer suposiciones” (Coates y Ellison, 2014, p. 31).

Con relación a esto se menciona que “cuanto más sepa sobre el público, más informadas serán las decisiones que tomen con respecto al diseño y a si responder o no a sus necesidades” (Coates y Ellison, 2014, p. 28). Se puede utilizar el método de crear un arquetipo para comprender mejor al público. Por consiguiente, los instrumentos de investigación sugeridos son los siguientes:

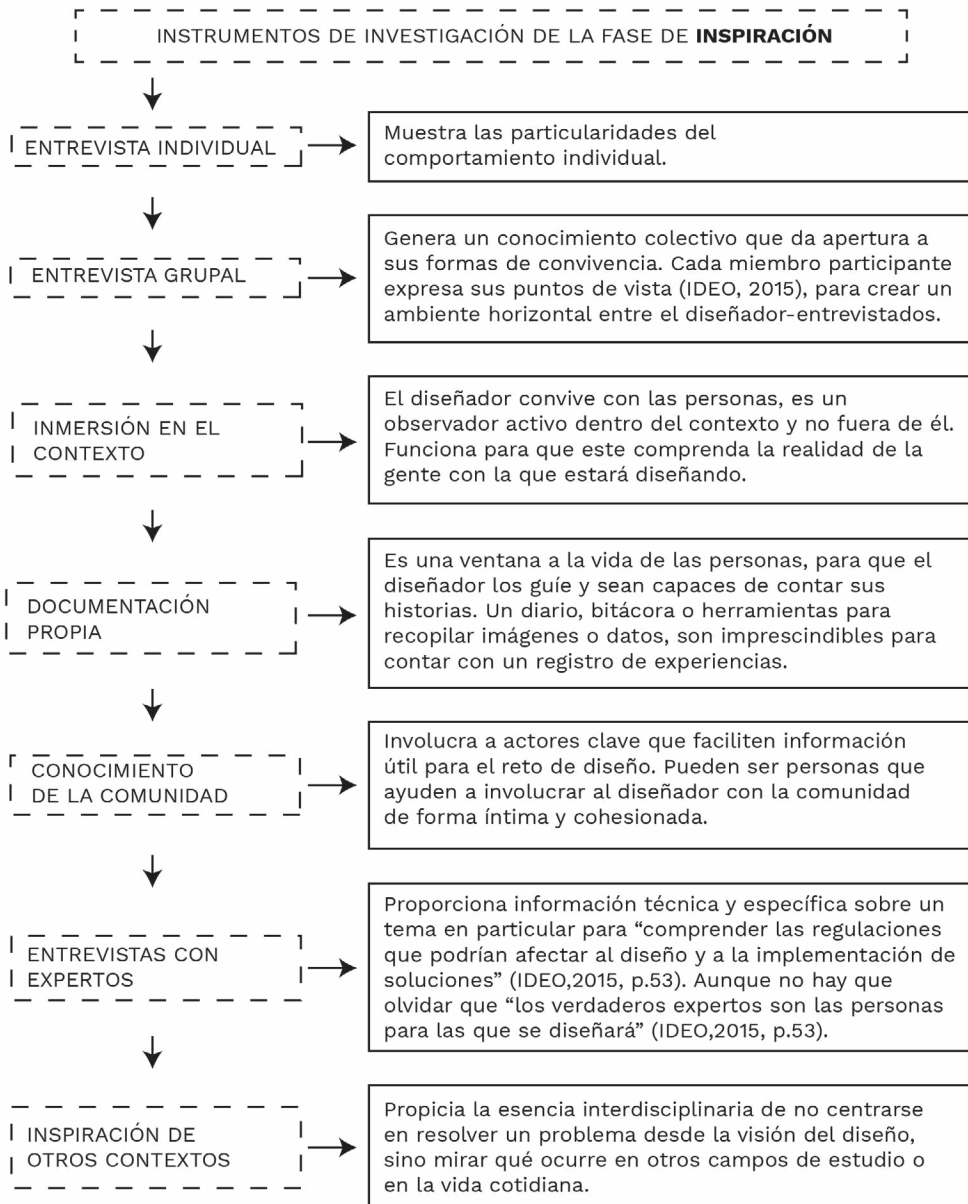


Figura 16.
 Autoría propia basado en el *Diseño Centrado en las Personas, Kit de herramientas, 2da edición (IDEO, 2015)*

Arquetipos

Para la presente investigación y la serie de ejercicios que se mencionan en el capítulo 3, se utilizan como punto de partida los arquetipos. Según la RAE un arquetipo proviene del *lat. archetypum*, y este del *gr. ἀρχέτυπον archetypon*, influye en su acentuación por el fr. *archétype*. Del griego deriva de la palabra “arjetipos”, “arjé” que es igual a origen y “tipos” que es igual a modelos, lo que podría manejarse como **“modelo original”**, es decir, **“Imágenes o esquemas congénitos con valor simbólico que forman parte del inconsciente colectivo”**. (RAE, 2021)

Para Jung (1970):

“El arquetipo representa esencialmente un contenido inconsciente que al concienzializarse y ser percibido cambia de acuerdo con cada conciencia individual en que surge” (p.11). Nacen desde el inconsciente colectivo y tienen la capacidad de manifestarse a través del lenguaje, el comportamiento o los sueños (Jung, 1970).

Jung (1920) tiene al menos doce imágenes arquetípicas también conocidos como arquetipos primarios, en la tabla 1 se muestran sus principales características:

Imágenes Arquetípicas o Arquetipos primarios	Características
El inocente	También son conocidos como soñadores ingenuos. Su meta es ser felices, su principal miedo es ser castigado por haber hecho algo malo, Tienen una actitud positiva y son relajados porque logran ver el lado bueno de las cosas.
El amigo	Son personas confiables, pragmáticas y honestas. Buscan un lugar en el mundo, un sentido de pertenencia y aceptación, su principal miedo es no sobresalir o quedarse afuera.

Imágenes Arquetípicas o Arquetipos primarios	Características
El héroe	Son personas que defienden a otros mostrando fortaleza y coraje. Su objetivo es buscar justicia e igualdad porque sienten que tienen un destino a cumplir. Su mayor miedo es ser percibidos como débiles y pueden llegar a ser arrogantes necesitando otra batalla para luchar contra ella.
El cuidador	Los define la empatía, la compasión y la generosidad. Su meta es ayudar a los demás aunque deben ser cuidadosos de que otras personas no abusen de ellos para fines propios. Deben aprender a cuidarse a sí mismos. Su principal miedo es sentirse egoístas.
El explorador	Su felicidad se basa en experimentar emociones nuevas, es fiel a sus deseos y uno de sus talentos es la capacidad de asombro. Evita permanecer en un mismo lugar o círculo social a menos que pueda conservar su libertad a vivir la vida. Su principal miedo es quedar atrapado o ser conformista en ciertas circunstancias. Su punto débil es deambular sin rumbo.
El rebelde	Personas que evitan el conformismo, rompen estereotipos y tradiciones. Su meta es modificar aquello que no funciona. Uno de sus talentos es ser fuente de inspiración y lograr que otros se unan a su forma de pensar. Su miedo es no ser capaz de lograr un cambio y su debilidad es una excesiva obsesión por modificar las cosas cuando no funcionan.

Imágenes Arquetípicas o Arquetipos primarios	Características
El amante	Están en búsqueda de un equilibrio constante con todo lo que lo rodea, les resulta difícil sobrellevar conflictos, sus atributos son la diplomacia, pasión y aprecio. Su miedo es no sentirse amado y puede llegar a ser demasiado complaciente.
El creador	Nació para crear algo desde la nada, que sea valioso y duradero. Son personas relacionadas al campo de las artes por su talento innato, sin embargo puede destacar en cualquier área por su creatividad e imaginación. Su principal miedo es no lograr crear nada relevante y su debilidad son la búsqueda constante del perfeccionismo aunado a los bloqueos creativos.
El bufón	Su principal objetivo es hacer felices a los demás, haciéndolos reír, aligerando el peso del mundo con diversión y humor. Tiene un alma profunda sin embargo, pueden llegar a ser frívolos y ocultar su propio dolor a través de una máscara. Su miedo es ser vistos como personas aburridas.
El sabio	Las ideas tienen un valor por encima de cualquier cosa. Son personas inteligentes y curiosas. Son buenos oyentes por naturaleza y en su mayoría ocupan posiciones de enseñanza. Su mayor miedo es sentirse ignorante y su debilidad es limitarse a no poder tomar decisiones porque considera que nunca tendrá la información suficiente.

Imágenes Arquetípicas o Arquetipos primarios	Características
El mago	Es una persona carismática que tiene la habilidad de transmitir ideas innovadoras. Su meta es entender las leyes fundamentales del universo para así transformar la experiencia cotidiana al mostrar otra forma de percibir el mundo. Su miedo son las consecuencias negativas no deseadas y su debilidad es caer en la manipulación.
El gobernante	Posee un deseo de control. Su objetivo es su alto sentido de comunidad, ser líder por naturaleza, posición que le permite guiar a grupos. Su mayor miedo es el caos y que su liderazgo caiga. Su debilidad es ser autoritario e incapaz de delegar responsabilidades.

Tabla 1.

Nota. Autoría propia basado en el libro Arquetipos e Inconsciente Colectivo. (Jung, 1070)

Tabla 1. Está tabla muestra las principales características de las *Imágenes Arquetípicas o Arquetipos primarios* del autor Carl G. Jung.

¿Para qué sirven los arquetipos? y ¿cómo ayudan a la presente investigación?

En este sentido es preciso destacar que los arquetipos permiten crear personajes modelo que ayuden a entender las motivaciones, necesidades, perfil psicográfico y estilo de vida de manera general al momento de crear soluciones centradas en las personas. Ayudan a visualizar un perfil psicográfico, ponerle cara al consumidor, lector o individuo que consuma el producto o servicio.

También Jung (1970) menciona al menos siete arquetipos del yo o conocidos como arquetipos principales, en la tabla 2 se muestran cuáles son y sus principales características:

Arquetipos del yo	Características
<p>Ánima</p>	<p>Se refiere a lo relacionado con el alma. Se centra en el lado femenino del hombre en su inconsciente. Conexión entre el Yo - inconsciente colectivo. Expresa fantasías con la figura femenina como protagonista en las que se deposita necesidades y experiencias con una elevada emocionalidad.</p>
<p>Ánimus</p>	<p>Se refiere a lo relacionado con el espíritu. Se centra en el lado masculino de la mujer en su inconsciente. Expresa fantasías con la figura masculina como protagonista en las que se deposita necesidades y experiencias con una elevada emocionalidad.</p>
<p>Sombra</p>	<p>Arquetipo que refleja rasgos de personalidad y comportamiento que son considerados como negativos. Comúnmente no se muestran a los demás para evitar sentir vergüenza o ansiedad. Influyen ideas o pensamientos reprimidos que se buscan resolver para alcanzar nuestra individualización total.</p>

Arquetipos del yo	Características
<p>La persona</p>	<p>Nos representa de forma pública a través de los que queremos proyectar a los demás. Son rasgos adoptados que impone la sociedad o que el contexto mismo los determina para construir la imagen pública.</p>
<p>El sí mismo</p>	<p>Es el arquetipo primordial del inconsciente colectivo. Hace referencia al centro de la psique humana. Constituye equilibrio en la personalidad.</p>
<p>La Gran madre</p>	<p>Idealización de las cualidades maternas como el cuidado, la compasión y la guía que nos muestra el camino. Representado por la madre original o la madre tierra.</p>
<p>El Gran padre</p>	<p>Está representado por una figura de autoridad, guardián del orden y la cordura en el mundo.</p>

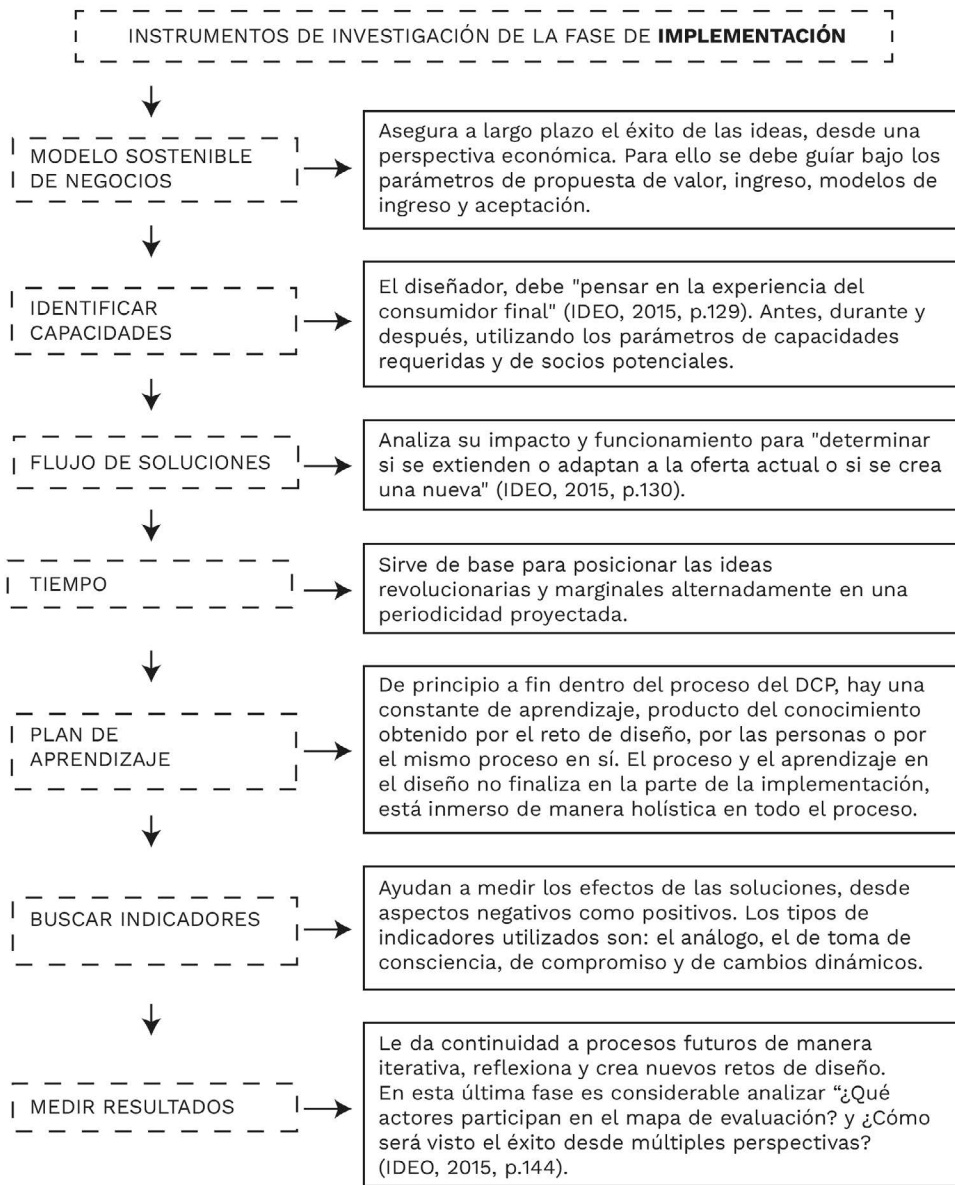
Tabla 2.

Nota. Autoría propia basado en el libro Arquetipos e Inconsciente Colectivo (Jung, 1970).

Tabla 2. Esta tabla muestra las principales características de los *Arquetipos del yo* del autor Carl G. Jung.

FASE 2 IDEACIÓN

Los instrumentos de investigación sugeridos para crear soluciones son:



Fase 3: IMPLEMENTACIÓN

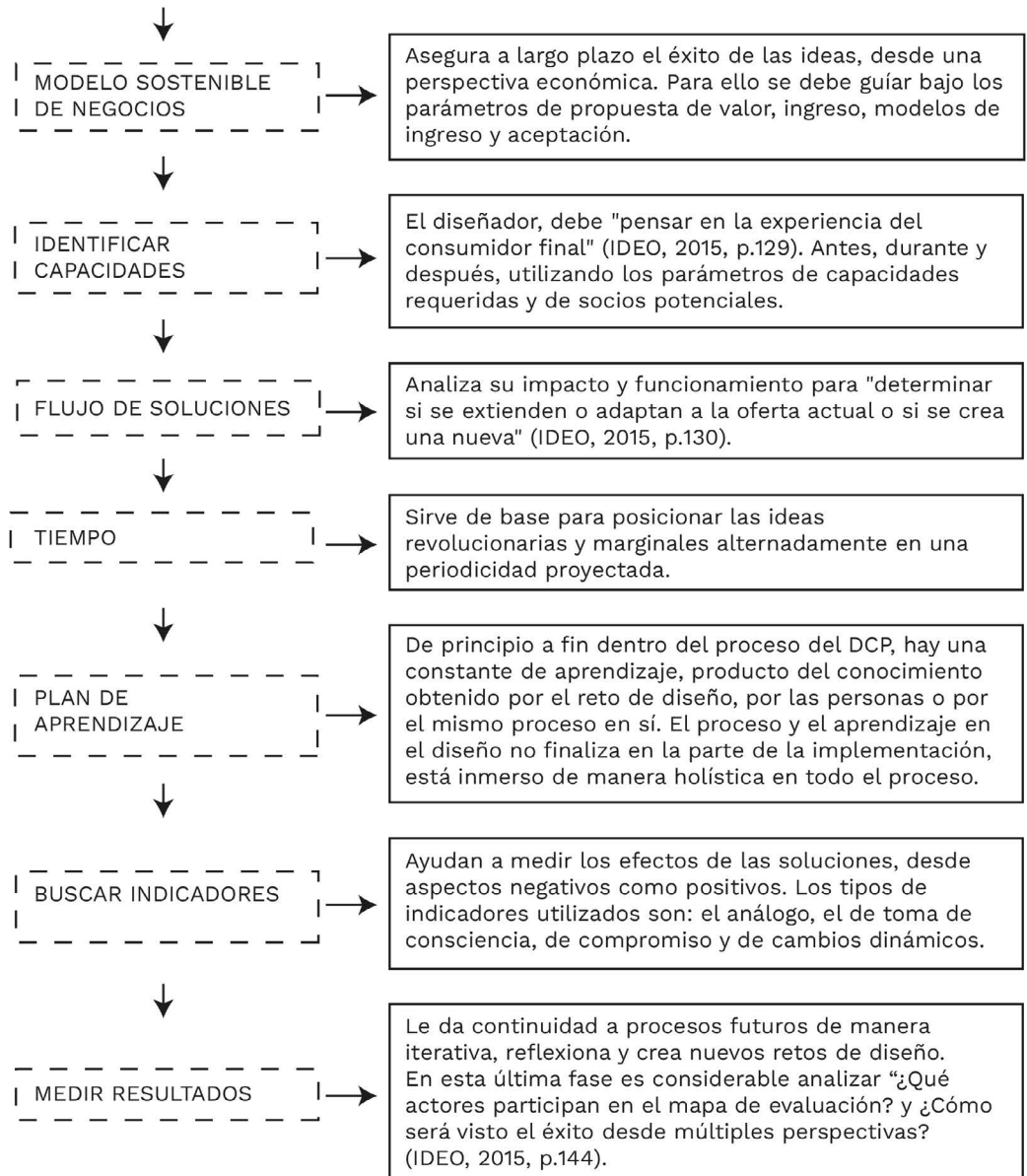
La última fase del proceso del DCP, consiste en pasar de la deseabilidad de las ideas principales a la factibilidad y la viabilidad para conocer el impacto de las soluciones en las vidas de los usuarios, que logren ser de bajo costo y demanden una pequeña inversión. Esta última consta de siete pasos que buscan llevar a cabo de forma sostenible y real las propuestas. Para realizar la implementación, es necesario aplicar pequeñas pruebas piloto antes del programa completo, y ser conscientes de que este es un proceso iterativo, en el cual, la soluciones deben estar en constante mejora para ser adecuadas.



Figura 18.
Autoría propia, recuperado de la Memoria fotográfica del taller de diseño centrado en el usuario realizado en TelmexHub (2019).

Figura 17. (Izquierda)
Autoría propia basado en el Diseño Centrado en las Personas, Kit de herramientas, 2da edición (IDEO, 2015)

INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN DE LA FASE DE **IMPLEMENTACIÓN**



Cabe destacar que “Al alentar la medición, evaluación y la iteración permanente, las soluciones que se desarrollen no pierdan de vista el impacto que tendrán en el mundo real y están abiertas a una evolución continua” (IDEO, 2015, p.125).

Una visión sistémica y holística serán de ayuda para entender los retos que se presentan, el impacto de las propuestas realizadas y la adopción de las mismas en la comunidad. Para concluir es relevante recordar que al final este proceso es adaptable, moldeable e interdisciplinario, al igual que transversal porque convive con otros métodos de investigación.

La guía de IDEO, es una perspectiva metodológica que se amolda a las necesidades de las personas y que puede interactuar con visiones de otros autores según sea el caso. También es preciso recordar que lo descrito anteriormente está pensado para abrir camino a una investigación teórico-práctica dentro de este “enfoque no tradicional del diseño, que es el diseño de información” (González, 2016, pág. 34), y que sirva como una propuesta que los diseñadores apliquen en cualquiera que sea el problema a resolver. Y con esta frase sobre el tipo de diseño que queremos lograr concluyo que:

El diseñador es creador de hábitos cognitivos. Un diseño autoritario fomenta la creación de un público sumiso o autoritario. Un diseño respetuoso de la gente, fomenta el respeto de los unos a los otros. Un diseño que invita a pensar, invita al público a pensar por sí mismo. De esta manera, la tarea del diseñador no es sólo la de facilitar la gestión de la vida cotidiana, sino también educar a través de la promoción de ciertas estructuras que están asociadas al sistema de valores (Frascara, 2011, pág. 23).

Figura 19. (Izquierda)

Autoría propia basado en el *Diseño Centrado en las Personas, Kit de herramientas, 2da edición* (IDEO, 2015)

Con relación a la cita anterior de Frascara, se expresa que la Licenciatura en Arte y Diseño es un vínculo entre la universidad y la sociedad. Gracias a los conocimientos adquiridos en esta, y al modelo de aprendizaje de investigación-producción basado en proyectos, el egresado se apropia del conocimiento y aprende haciendo lo que le permite mapear e identificar necesidades que el contexto actual demanda.

Con relación al voluntariado y a los egresados de esta licenciatura es que, ambos tienen un aspecto en común: ser agentes activos de transformación social, cultural, política, económica entre otros. El voluntariado lo hace a través mecanismos de participación ciudadana y el Licenciado en Artes y Diseño también lo crea a partir productos y servicios éticos pensando en las necesidades de las personas.

El perfil de egreso y el voluntariado también promueven el carácter retributivo a la sociedad a través de conocimientos que permitan sumergirse en las dinámicas sociales con un enfoque antropológico, sociológico y holístico.

1.4 El proceso comunicativo

“El medio es el mensaje”.

- M. McLuhan.

Para hablar del modelo comunicativo en el presente apartado, se utilizará el enfoque de autores como Vilchis (2000), Costa (1989), Gozález (2016) y Tapia, para poner en común premisas que ayudarán a articular la comunicación como hilo conductor dentro de los procesos de diseño. Antes de comenzar es relevante cuestionarse ¿en qué consiste el proceso comunicativo en el diseño?, ¿cuál es el papel del diseñador dentro del mismo?, ¿cómo es que las nuevas tecnologías alteran la transmisión del mensaje? y ¿cuál es su relevancia dentro del diseño de información?

Partiendo de que “Todas las formas de diseño⁹ implican un doble proceso, internamente, un desarrollo creativo; externamente un desarrollo comunicacional” (Costa, 1989, p.16).

Es relevante comprender que ambos se relacionan simbióticamente y que interactúan para que se desarrollen productos o servicios insertándose en un esquema social. Pero ¿Cuál es la importancia de la relación entre diseño (especialmente gráfico) y comunicación? Vilchis (2000) explica que:

⁹ En el libro Imagen Global, Costa (1989) clasifica las formas de diseño en tres: “El diseño del medio ambiente o del entorno (*diseño espacial de construcción*); el diseño de productos y objetos industriales (*diseño de producción*); el diseño de mensajes o grafismo (*diseño de comunicación, propiamente dicho*)” (p.17). Es preciso aclarar que aunque este autor no menciona las implicaciones tecnológicas que han dado pie a nuevos enfoques de diseño como: la Experiencia de Usuario, el *Design Thinking*, diseño de servicios y las múltiples perspectivas que existen hoy en día, estos tipos de diseño no son limitados, aún permanecen en el imaginario colectivo de las personas, ayudando a entender de manera general el quehacer de esta disciplina para comprender cómo, por qué, para quién y qué se diseña.

...la importancia de la relación entre comunicación y diseño, es que el diseñador ha de abordar en un doble sentido; primero en razón de su conocimiento obligado de las distintas corrientes de pensamiento y su influjo social, y segundo, en razón de los efectos que el diseño tiene por el mensaje que es portador (Pág. 84).

El diseño entendido como un proceso (Costa, 1989, p.10) ha de ayudar a crear el mensaje, el cual será un elemento partícipe y elemental en la comunicación, siempre hay un porqué, para qué y para quién en el diseño. El esquema que comúnmente se utiliza para explicar el modelo comunicativo es el de Shannon y Weaver (1948- 1949). Costa lo expone en su libro Imagen Global y este será el punto de partida para analizar qué papel juega el diseñador y que funciones desarrolla.

Dicho proceso comienza con **un emisor** como aquella figura que envía el mensaje; **un medio**, “que es el canal por el cual fluye la información” (Vilchis, 2000, p.85), **un mensaje** que es el contenido enviado por el emisor; **un código**, el cual es “un conjunto de claves que hacen inteligible la información” (Vilchis, 2000, p.85), el referente que es el “patrón cultural en el cual el mensaje adquiere sentido” (Vilchis, 2000, p.85) y un receptor, quien se encarga de recibir y decodificar el mensaje.

Ahora bien, desde un punto de vista organizacional Costa (1989, p.11) ocupa el mismo modelo haciendo ligeras variaciones, posicionando al diseñador como un codificador de las necesidades del emisor y un intermediario dentro del proceso como se muestra en la figura 15.

Como inicio se tiene a la figura del usuario (emisor-empresa), quien recurre y motiva al diseñador con ciertas premisas de orden técnico, económico, temporal y de marketing. Esto detona el inicio del proceso y abre la interrogante sobre ¿Quién utiliza el diseño? Seguida a esta figura, se encuentra la del “diseñador como codificador” (Costa, 1989, p. 12) quien es el que traduce las necesidades del usuario y del receptor. “Su función es la de convertir unos datos simbólicos en un proyecto funcional, y este en un producto o mensaje” (Costa, 1989, p.12). Él forma parte de la construcción del mensaje y del impacto que tendrá en las personas a las que va destinado. Con la imagen del diseñador se cuestiona ¿Quién establece el diseño? Sin olvidar que “el diseñador gráfico, es un diseñador de mensajes visuales a través de un **código lingüístico y de un código icónico**” (Costa, 1989) .

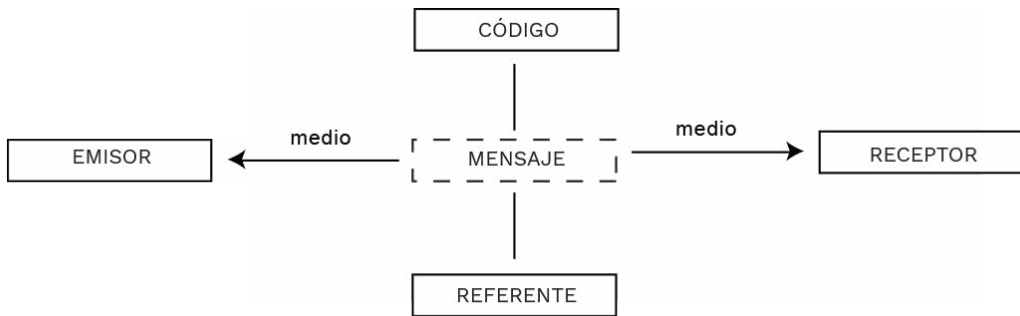


Figura 20.

Nota. Adaptado de *Modelo clásico de comunicación* por Shannon y Weaver, en Vilchis, 2000.

Figura 20. Modelo clásico de comunicación Shannon y Weaver citado en "Metodología del diseño, fundamentos teóricos" (Vilchis, 2000, p.85). Este modelo comunicativo fue propuesto a finales de la década de los 40's.

El mensaje responde a la pregunta de ¿cómo se construye? Joan Costa (1989) hace una distinción del mismo refiriéndose a este como *mensaje gráfico*, el cual lo definió como:

Un conjunto de signos, extraídos de un código visual determinado, que son ensamblados en cierto orden. Por medio de estos signos y sus reglas combinatorias se construye el sentido, emerge el significado, la información, esto es el mensaje (p.12).

El mensaje se transforma en algo tangible y puede convertirse en un producto o servicio siendo el resultado de un proceso de diseño. Un mensaje gráfico debe componerse por una realidad material, forma parte de un contexto determinado, una "semiótica, pregnancia formal y una capacidad psicológica" (Vilchis, 2000, pp. 13 -14). Es relevante mencionar que el diseño no es el mensaje. Costa (1989) explica que el diseño es un proceso, una actividad creadora, compleja e interdisciplinaria, y el resultado del mismo es el lo que va a constituir el ADN del mensaje. El modelo que explica Costa no mide el impacto de los mensajes gráficos, pero sí considera la existencia de estos y la carga que conlleva para que el diseñador sea participe de este proceso. El diseño implica una responsabilidad social, cultural, política y económica al momento de crear productos y servicios. Como se expresa, el papel del diseñador no es un pilar más que

se le ordena que hacer, de manera crítica, objetiva y multidisciplinaria tiene que ser consciente de lo que lo rodea, conocer su contexto para que las propuestas intangibles sean reales y apuesten por generar impactos provocativos, cargas estéticas, cumplan con su función encomendada y que logren su *capacidad transformadora* y su *capacidad informativa* (Vilchis, 2000, p.79).

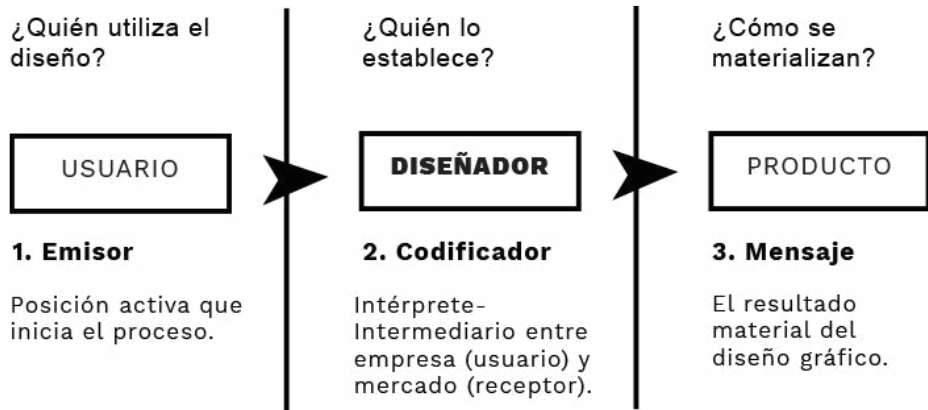


Figura 21.

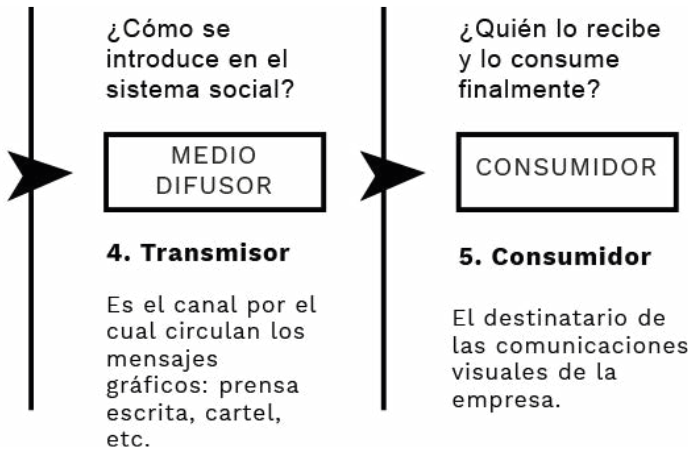
Nota. Adaptado de Cadena de comunicación, *Esquema Shannon y Weaver*, adaptado por el profesor Gaínza S.

Figura 21. Modelo clásico de comunicación de Shannon y Weaver citado en Imagen Global, Evolución de diseño de identidad, (Costa, 1989, p 11). Adaptos por el profesor de la FAD, UNAM, Sabino Ignacio Gaínza Kawano.

Para que el mensaje llegue al público, se utiliza el medio difusor como la vía para que ocurra esto. En esta parte del modelo comunicativo se responde a la interrogante de ¿Cómo se introduce en el sistema social? Y por último está la figura del consumidor como receptor. Es el destinatario, que usualmente es un segmento de la población definido previamente por rasgos psico y sociográficos. Este responde a la interrogante de ¿Quién recibe y consume finalmente el mensaje?

“El destinatario es quien va a retroalimentar el proceso de comunicación, quien acepta o rechaza el mensaje” y que “constituye una energía retroactiva del circuito comunicacional” (Costa, 1989, p.13). Él va a decodificar el mensaje, de manera objetiva para culminar con dicho esquema.

Costa disecciona el proceso comunicativo y expresa que función tiene cada una de sus partes para entender a profundidad su relación con el diseño. Aunado a esto, es preciso hablar de algunos elementos que terminan de definir a este, como el concepto de signo, ruido y los cambios tecnológicos en los medios difusores.



Costa define al mensaje como un *conjunto de signos* (1989, p.12), pero qué son los signos, por qué son tan importantes en la construcción del mensaje y cuáles son sus características principales. Una respuesta es que los productos o servicios que se diseñan son conductores de mensajes, los cuales son signos. Vilchis (2000) define al signo a través de Pierre Guiraud, quien define a este como: **“un estímulo en virtud del cual se asocia una imagen mental a otra que el signo evoca a fin de establecer una comunicación”** (p.84).

Su significado se puede estudiar a partir de los códigos, los cuales son “convenciones necesarias” (Vilchis, 2000, p.84), para que los emisores y receptores comprendan la vinculación con el mensaje que portan los objetos de diseño. De igual manera los signos se pueden distinguir entre monosémicos (que tienen un significado) y polisémicos (que contienen varios significados) y estos valores se estudian a través de tres características diferentes, las cuales son:

- **Significado:** son todos los aspectos relacionados a “factores iconológicos” (Vilchis 2000, p.85) que se relacionan al producto de diseño como el gusto, estilo, intenciones o aspiraciones. Vilchis (2000) menciona que es el “aspecto semántico o del estudio de los signos al que pertenece la relación entre ellos con lo que denotan” (p.85).
- **Significante:** Se analizan los aspectos formales del producto de diseño como la materia, color, tamaño y tipología, siendo características físicas y tangibles. Se hace un estudio sintáctico en relación a la materia que responde a su significado.
- **Función:** Relación del signo con respecto al emisor y el receptor desde el análisis pragmático.

Por otro lado, **el ruido** es un elemento a considerar, que se encuentra inmerso dentro del proceso de decodificación. Munari (1974), define a este como “un conjunto de filtros que impiden recibir los mensajes correctamente o en su totalidad y trae por consecuencia la imposibilidad de respuestas o respuestas equivocadas” (pp. 83-84).

En otras palabras, se puede definir al ruido como aquellos elementos que impiden un proceso de comunicación eficaz ya que alteran la forma en la que el mensaje llegará al receptor. Munari (1974) hace la distinción de los diferentes tipos de ruidos, los cuáles pueden ser de carácter; sensorial, operativo o cultural. Es un aspecto que puede alterar la forma y el contenido de la forma en la que llegan los mensajes, y es relevante considerarlo para la comprensión del modelo comunicativo ya que puede representar un problema.

Por otro lado, es inevitable la trascendencia de los cambios tecnológicos dentro de la comunicación y cómo está relacionada con los medios difusores. Además, es preciso cuestionarse cómo la tecnología ha sido una constante transformadora dentro del modelo comunicativo. Sin detenerse a ahondar cronológicamente sobre este proceso se podría tomar como punto de partida el lema de M. McLuhan: “El medio es el mensaje” (McLuhan, 1996, p.29). Este autor expresa que los medios de comunicación tienen un impacto social y cultural en la forma de relacionarnos, ya que considera que son “extensiones del hombre” (Vilchis, (2000), p. 81). Un ejemplo es el televisor, McLuhan expresaba que no importaba el contenido visto en este aparato, sino que las personas se adaptaran y modificarán sus roles sociales a partir de lo que veían en esta, teniendo así un impacto cultural.

Con el paso del tiempo, la tecnología ha sido una constante de cambio en la manera en que los seres humanos se relacionan y adoptan nuevas formas de comunicación que dependen de esta. En el siglo XX se tenía preponderancia de la imagen a partir de lo que se veía en la televisión o los medios impresos, y con la llegada del mundo digital a finales de siglo XX principios del XXI, los contenidos que, si bien siguen siendo en su mayoría visuales, ahora sí se consumen en diferentes aparatos como un teléfono inteligente, tablet, computadora, entre otros, para relacionarse y adoptar nuevas formas de interacción.

Esta evolución ha traído consigo cambios, Tapia (2004) menciona que “la transformación del código analógico a lo digital ha dado origen a una nueva lógica de producción de símbolos y signos y a un nuevo tipo de reglas y redes para el intercambio de comunicación” (p.210).

La forma de transmitir información es efímera, inmediata y cuantiosa. Lo que antes se necesitaba para que el mensaje llegará de un continente a otro, ahora está al alcance de un click, es cuestión de segundos para saber que pasa en el mundo y la relevancia de que tiene, provocando que la “la información así contenida sea fácilmente desplazable, reproducible y modificable” (Tapia, 2004, p.210). A estas características se le añaden la complejidad y la multidireccionalidad (hipertexto). El impacto de la era digital es un desarrollo que se debe evitar obviar, y es relevante para entender las estructuras complejas de la información en las que se está inmerso hoy en día desde la forma en que producimos los mensajes gráficos, como los difundimos, como creamos un perfil psicosocial hasta el proceso de diseño en sí mismo.

Ahora bien, tras identificar los elementos dentro del proceso comunicativo, ¿Qué relación tienen estos en el diseño de información? Una respuesta a esto, es que ayuda a que esta se vuelva conocimiento, a que pase por un proceso de codificación por parte de los usuarios para que se apropien de la misma en cualquiera que sea su contexto.

Shedroff (1999, p.274) explica a los tres actores principales en un modelo: el diseñador, los “lectores” o público al que va destinado el mensaje y el contexto. El proceso comienza en los datos que se convierten en información, esta información en conocimiento y en un grado más consciente pasa a ser sabiduría. A su vez, el contexto se muestra en tres ámbitos que van de lo particular a lo general; *el personal, el local y el global* con las actividades a realizar dentro de este modelo son *la investigación, presentación, conversaciones y contemplación*. Aunque este proceso comprende como la información se transforma en conocimiento, otorga un panorama del papel que juega

el diseñador dentro del mismo y las actividades a realizar para que este proceso se lleve a cabo. El diseñador es quién se encuentra en un punto de convergencia para traducir los datos en información y que está a su vez sea conocimiento a partir de la investigación y presentación de los mismos. El diseñador es quien procesa los datos en información, es quien selecciona, moldea, depura y esculpe la misma para que las personas a las que va destinada, puedan entender de la mejor manera posible y así poder tomar decisiones más eficientes (Veáse figura 22).

González (2106), explica que; “La forma en que los datos y la información son presentados es de una importancia crucial para procesar, comprender y facilitar una acción efectiva” (p. 29). No se debe dejar a un lado los aspectos estéticos, puesto que serán el gancho para que los usuarios se apropien del producto o servicio de diseño. Aunado a esto, Según Wright, el significado del “mensaje es un factor fundamental para que éste sea recordado y aprendido, si el mensaje resulta de más significativo, relacionado con los intereses de los usuarios, permanecerán sus mentes”. (2003, como se cito en González, 2016, p.31) En otras palabras desde el punto de vista semiótico se cumple con la función “sintáctica, semántica y pragmática, estas tres características hacen a un signo completo y por ello eficaz” (González, 2016, p.31).

En conclusión, se puede decir que los sistemas en el que se desarrolla el proceso de diseño de información y comunicación es complejo y sistemático, en este apartado conviven ideas de diversos autores mencionados en el primer párrafo. Ponen en común la labor del diseñador dentro de un contexto y que dependen de diversos factores, culturales, sociales e ideológicos. Por lo tanto el impacto de este proceso en el diseño es imprescindible para la construcción del mensaje gráfico y servicios orientados a mejorar la calidad de vida de las personas.

Es importante aclarar que este solo es un análisis que se basa en la investigación de los mismos, pero el proceso comunicativo no está exclusivamente construido bajo sus investigaciones. Como explica Vilchis (2001):

“Tanto el modelo clásico del proceso de comunicación como su adaptación al diseño constituyen una síntesis de su complejidad y abarca tanto los factores técnicos como los objetivos, subjetivos e intersubjetivos que lo insertan en una realidad social” (p. 87).

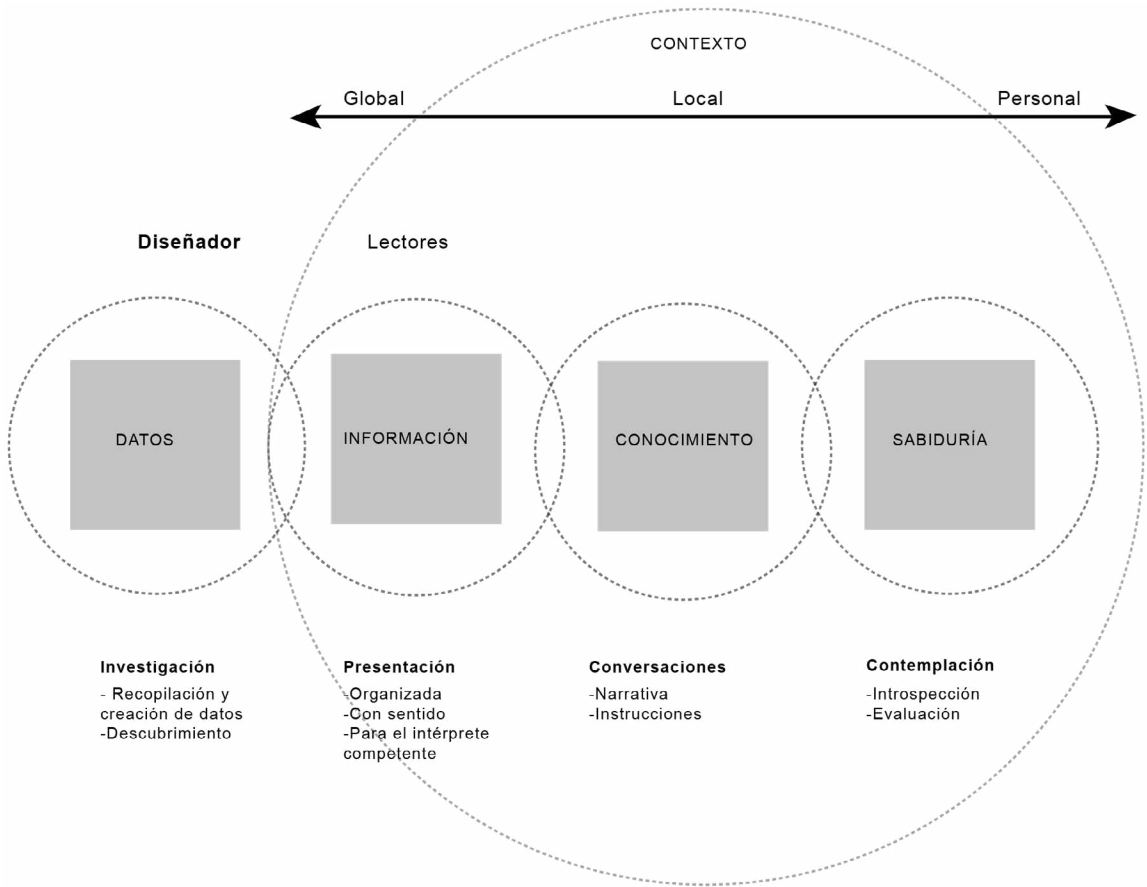


Figura 22.
 Nota. Adaptado de *Espectro del entendimiento* [Imagen] por Shedroff en Gozález, 2016.

Figura 22. Espectro del entendimiento de Shedroff citado en el libro Diseño de información y vida cotidiana, (González de Cossio M., 2016, p 30).

También es relevante mencionar que como diseñadores se debe de comprender que el proceso comunicativo no está aislado al de diseño, y que todos sus elementos deben ser estudiados a profundidad para que el contenido sea eficaz ya que “su claridad y precisión depende entonces del conocimiento que tenga el diseñador de la realidad social (Vilchis, 2001, p.81).



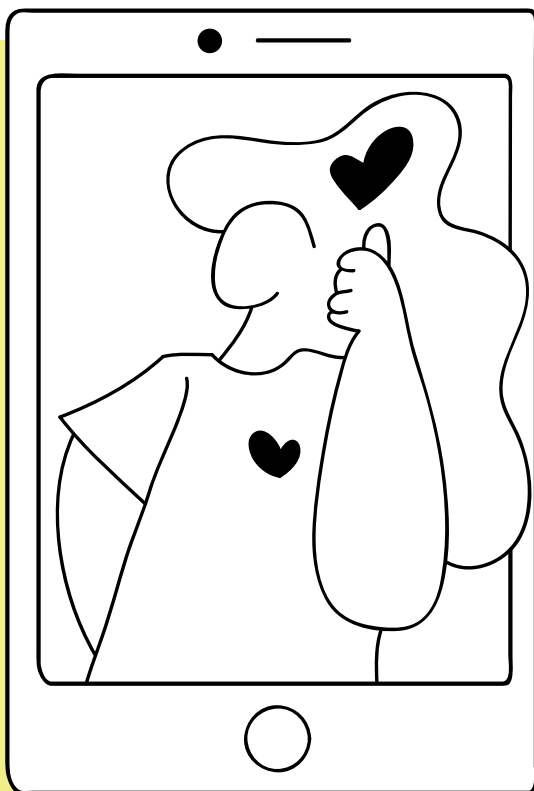
Figura 23.

Nota. Foto del cierre del Festival FOTOFESTÍN, edición 2015 [Fotografía] por Nolasco T. (<https://fotofestín.com>).

CAPÍTULO 2

El voluntariado universitario en la UNAM: Un estudio de caso en la FAD.

En el segundo capítulo se desarrolla de forma teórica el voluntariado universitario como objeto de estudio, se habla de su definición, se investiga de manera general el voluntariado en la UNAM y las herramientas digitales y mecanismos de difusión que existen. De manera particular se hace un estudio de caso en la Facultad de Artes y Diseño para concluir con ejemplos del voluntariado universitario.



2.1 Hacia una definición del voluntariado universitario

“El voluntariado universitario nace como un medio para lograr un cambio significativo y resolver las distintas problemáticas actuales de la sociedad y en la misma universidad”.

- Márquez M.

Para entender el fenómeno de estudio y las expresiones que giran en torno al voluntariado, es necesario definirlo, conocer su naturaleza, sus características principales, los parámetros en los que opera y las expresiones culturales, sociales y políticas que lo definen en un contexto local. En este apartado se comenzará a desmembrar el significado de esta palabra, yendo de lo general a lo particular, para abrir paso a una definición propia del voluntariado dentro del ecosistema universitario, comprender de forma más profunda los valores que construyen esta práctica, y que la han llevado a posicionar su espíritu de participación activa, constante y transformativa dentro de esta comunidad.

A lo largo de los años el voluntariado ha tratado de ser definido desde distintos criterios que lo hacen un “fenómeno heterogéneo y en constante evolución” (Martí, 2008, p.12). Las normas regulatorias de cada país, su contexto e historia han hecho que delimiten la forma en la que interviene, al igual que el perfil para quienes son voluntarios, sus derechos y obligaciones que deben cumplir para ejercer plenamente esta expresión.

La percepción de otros países con respecto a la definición del voluntariado no es aplicable en un espectro global. Aunque este tema ha sido investigado, promovido y desarrollado en distintas partes del mundo en donde incluso hay políticas públicas que respaldan esta actividad como en Europa o Estados Unidos (Butcher y Verduzco, 2016, p. 34), en América Latina es un tema relativamente joven para las investigaciones que se han elaborado, tal es el caso de México. Por un lado, Butcher (2016) señala que:

Hasta ahora lo más frecuente ha sido que las investigaciones sobre el tema se realicen en países de Norteamérica y de Europa Occidental siguiendo sus propios esquemas conceptuales y, por otra parte, las escasas investigaciones realizadas en otros contextos (Latinoamérica, Europa del Este, Japón), normalmente se han hecho siguiendo esos mismos esquemas, lo que no ha ayudado para desentrañar las diversas maneras de organizar este tipo de acciones, así como sus significados (p.33).

El voluntariado en México, como actividad de incidencia social, lleva más tiempo de lo que se podría imaginar, a pesar de que sus inicios se remontan hasta la época prehispánica con las formas de organización nombradas *tequio*¹⁰, la importancia de velar por el bienestar común en distintos ámbitos ha sido inminente. En la actualidad, la solidaridad es practicada en distintos entornos que hacen sentir empatía con el otro, no está de más mencionar que el deseo de ayudar es latente no solo con las personas del llamado tercer sector¹¹, sino con la diversidad de acontecimientos y contextos en los que las personas están inmersas.

Pero, ¿qué es lo que mueve a un ciudadano que decide ser voluntario? Bosch (2000) señala que existen dos motivaciones principales por las que uno escoge ser voluntario: el denominado *gusano interior* y el derecho a participar (p.15).

La primera motivación nace desde un sentido personal que se traduce en acciones con perspectiva humana de carácter; solidario, sensibles y empáticas. Parte desde inquietudes propias con respecto a cómo el individuo se relaciona con su entorno y está inconforme con el papel que ejerce en él, reconociéndose a sí mismo con un elemento de cambio y mejora para este.

¹⁰ Según la RAE, dentro de la cultura mexicana, esta palabra se designa como una "faena o trabajo colectivo que todo vecino de un pueblo debe a su comunidad."

¹¹ En el libro *Acción Voluntaria y Voluntariado en México* Butcher (2016) presenta al tercer sector como "como el conjunto de agentes privados no lucrativos con fines públicos" (p. 17).

La primera motivación es subsecuente a la segunda ya que en la primera nace desde el individuo y la segunda nace en comunidad, desarrollando un sentido de responsabilidad compartida por los ciudadanos y como señala Bosch (2000) “este derecho participar (...), nos ayuda a ver las dificultades que rodean a los demás como algo propio y nos abre las puertas a asociarnos con otros y otras para contribuir a paliarlas o a solucionarlas” (p.15).

Ahora bien, reconociendo desde dónde se enuncian estas manifestaciones, ¿cómo podríamos definir el voluntariado? ¿qué prácticas se consideran voluntariado? y ¿cuáles son las características de las personas que son voluntarias? En un esfuerzo por entender sus cualidades, Cnaan, Handy y Wadsworth (1996, como se citó en Chacón y Vecina, 2002, p. 24), crearon la siguiente tabla que muestra las dimensiones y categorías utilizadas para definir el voluntariado.

La tabla (véase tabla 3) muestra los parámetros más comunes que varios autores han incluido en las definiciones de voluntariado. El contenido de esta busca dar una visión general al emitir un discurso sobre este tema y contrasta de forma asertiva algunas maneras de entender y reflexionar sobre el mismo.



Tabla 3.
 Nota. *Tabla de las dimensiones del voluntariado por Cnaan, Handy y Wadsworth (1996, como se citó en Chacón y Vecina, 2002, p. 24).*

Tabla 3. En esta tabla se muestran los diferentes parámetros para construir la definición de voluntariado según Cnaan, Handy y Wadsworth (1996).

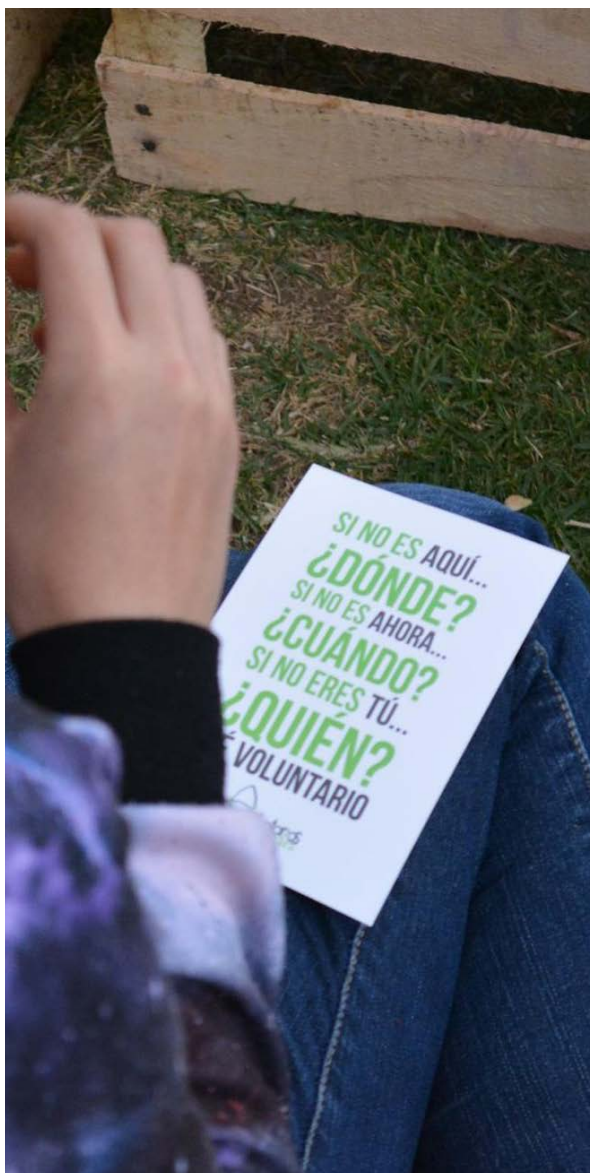


Figura 24.
Autoría propia (2019), recuperado de la *Memoria fotográfica del evento FIDNIC, realizado en la Facultad de Artes y Diseño UNAM (2019).*

Se divide en 4 dimensiones principales con sus respectivas categorías que van desde el ideal (izquierda), buscando un equilibrio (intermedio) hasta lo que pondría en duda la esencia de su definición misma (derecha):

1. La naturaleza de la acción: se refiere a cómo ejerce su participación el individuo, reconocer y ubicar desde donde nacen sus intereses: si es voluntaria, no forzada u obligada.

2. Naturaleza del esfuerzo: ubica cuáles son las pretensiones esperadas, y si desea obtener algo a cambio. Al igual que si la institución que busca voluntarios retribuye económicamente, es decir, si no hay ninguna recompensa, ninguna recompensa esperada, compensación de gastos o en su caso un bajo salario.

3. Contexto: es desde dónde nace el voluntariado, si es regulado, creado y aplicado por alguna institución o nace desde el espíritu solidario en comunidad bajo acciones de ayuda mutua, sin intervención de algún organismo regulador de por medio. Si es formal o informal.

4. Beneficiario: es la figura que recibe el impacto del voluntario. ¿Quiénes van a recibir la ayuda? Si es un desconocido, un conocido o uno mismo.

Otra forma de ver al voluntariado y comparar algunas perspectivas y bases para su definición son las que se describen en la tabla 4¹² (Soler, 2007, p 55).

NATURALEZA DE LA ACCIÓN

CARACTERÍSTICAS	TRADICIONAL	ACTUAL
Población objetivo	Dirigido a los pobres y menesteros	Dirigido a cualquier persona o miembro de la comunidad
Tipo de intervención	El individuo es receptor de ayuda	Implicación de la comunidad para resolver sus dificultades
Consecuencia de la intervención	Pasividad del usuario	Participación activa
Objeto de la ayuda	La tarea es un fin en sí mismo	Únicamente es un medio para el voluntario
Marco de actuación	Espontáneo	Organizativo
Capacitación	Con buena voluntad es suficiente	Formación adecuada
Motivación	Motivos religiosos, morales	Pluralidad de motivos
Reconocimiento legal	Sin control normativo	Sujeto a normatividad jurídica

Tabla 4.

Nota. *Tabla Aspectos que diferencian el voluntariado tradicional del actual por Soler (2007, p.55).*

Tabla 4. Tabla comparativa sobre aspectos esenciales para definir al voluntariado desde una forma tradicional a una más contemporánea según Soler.

Soler (2007) hace un contraste de las características que dentro del voluntariado han cambiando desde su forma más tradicional y antigua de concebirlo hasta cómo se busca re-pensar la idea de voluntariado imaginando otras posibilidades dentro de esta definición. A partir de esta perspectiva es que algunos autores delimitan las

¹² Aunado con la tabla 4, se agregará el valor de la resiliencia. Ya que en el Informe del estado de voluntariado en el mundo 2018, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) lo pone como un valor esencial para entender este fenómeno.

características del voluntario pero ¿cómo se podría definir? el peso de estas y las motivaciones previamente mencionadas, varían en función de cada autor. Aunque si tienen puntos en convergencia, se definirá el voluntariado a partir de visiones que contribuyan significativamente a la presente investigación.

Para Martí Bosch:

El voluntariado es un servicio efectuado en beneficio de la comunidad, de carácter altruista y solidario que no implica ninguna relación laboral, que no realiza tareas profesionalizadas, que se lleva a cabo gratuitamente, integrado en una organización de voluntarios y que comparte un compromiso personal de solidaridad y humanización de nuestra sociedad (2000, p.16).

De igual forma Soler (2007) define al voluntariado como:

Un conjunto de personas que ha adquirido, una conciencia solidaria fundamentada en una visión crítica de la realidad, y en su derecho como ciudadano, desarrollando actividades de forma altruista y solidaria, basadas en su libre decisión, en un compromiso con el marco organizativo que le facilita un proceso formativo adecuado. La finalidad última de su colaboración es la transformación de la realidad social, con unos ideales que aspiran a crear un mundo más solidario, justo y pacífico (p.25).

En ambas definiciones se ve un gran peso en los valores como la solidaridad y su interés de actuar y sumar colectividades, no hay esfuerzos aislados. Por consiguiente, el individuo que se asume como voluntario entiende su papel al desarrollar su participación ciudadana, no persigue un fin lucrativo porque de manera crítica y por decisión libre asume su compromiso con el entorno que lo rodea. Por medio de este esquema de valores, características, visiones e investigaciones, se puede definir al voluntariado como:

“Un conjunto de acciones colaborativas y solidarias, que persiguen un fin social involucrando un intercambio de tiempo, experiencia y conocimiento, sin que necesariamente se involucre una retribución económica o material¹³”.

¹³ Definición colectiva, trabajada a partir de esta investigación aunado a un taller realizado en mayo del 2019 en TelmexHub, Ciudad de México.

Con un acercamiento a su definición, ¿cómo trasladamos el enfoque de las distintas construcciones conceptuales propuestas para el voluntariado a un ecosistema universitario? ¿qué parámetros pueden delimitar lo que se concibe como voluntariado y lo que no? y ¿cuál es la relevancia dentro y fuera de la comunidad universitaria?

En nuestro contexto, día con día se convive con distintas problemáticas que van desde la violencia de género, guerra contra el narcotráfico, desapariciones forzadas, contaminación, calentamiento global, injusticias y actos de deshumanización, por mencionar algunas cuestiones. Ante este panorama al que se enfrenta el individuo y al identificar qué es aquello que debería ser diferente, éste se ve como un agente de cambio para generar eslabones de soluciones, que no sean aisladas y pudieran contribuir al bienestar en su comunidad.

La universidad no puede obviar ni dejar a un lado esta realidad social, puesto que los estudiantes a los que está preparando profesionalmente serán insertos en ella y tendrán que enfrentarse a retos para idear de manera creativa y ética, políticas públicas, proyectos, emprendimientos, movimientos, investigaciones, campañas, productos, servicios y un sinfín de propuestas.

Un dato relevante, mencionando en la *Encuesta Nacional de Solidaridad y Acción Voluntaria* (ENSAV) del año 2016 es que la escuela es uno de los principales ecosistemas en donde las acciones voluntarias tienen presencia. Aunque los ejemplos mencionados por el análisis de Verduzco en el libro *Acción Voluntaria y Voluntariado en México*, hacen referencia a la participación de los padres de familia dentro de contextos estudiantiles, es importante reconocer que dentro de la comunidad universitaria también existen actividades que promueven la sensibilización, empatía, colaboración y solidaridad no solo con la misma comunidad, sino con el compromiso social hacia distintos sectores de la población.

Por ejemplo, de la universidad, el voluntariado emerge bajo el marco del desarrollo de la responsabilidad social, Márquez (2016) señala que “(...) tiende a procurar la profesionalización de los jóvenes universitarios, enseñándoles valores humanistas y las herramientas suficientes para dar solución a los problemas sociales aprovechando capacidades y talentos profesionales”(p.4).

Si bien esta visión es acertada, es relevante precisar que el voluntario nunca debe suplir el perfil profesional, puesto que los objetivos y alcances deben ser orientados a mejorar habilidades, poner en práctica valores y contribuir a un mejor desarrollo humano que se concatena con la teoría y la práctica vistas en el aula educativa;

Pero bajo ningún esquema laboral se dejará a un lado la característica de que no es retribuido económicamente, porque desvirtúa esta práctica. Debido a la connotación que tiene la palabra trabajo y el desempleo en la población juvenil en México, es inoportuno hablar de este concepto en su definición, si bien es necesario mencionarlo, esta investigación busca darle un sentido humanista y que el aspecto económico no sea una motivación primordial que promueva a los jóvenes universitarios para realizar alguna labor de solidaridad, empatía y servicio. De igual forma, el voluntariado de ninguna forma suple los servicios de un profesionista, no podría tener el mismo número de horas empleadas, o las mismas obligaciones, sus objetivos y fines son distintos.

Con relación a los jóvenes, la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) en 2021 estimó que la desocupación en el primer trimestre fue del 7% comparado a la tasa de desempleo para personas mayores de 29 años la cual resultó ser de 3%, se distingue una diferencia importante, de tal suerte que el empleo no sustituye al voluntariado dado a su naturaleza y capacidad intrínseca para realizarse (INEGI, 2021). Si bien el fin primordial del voluntariado no es perseguir una retribución económica, es imprescindible mencionar el impacto que puede llegar a tener a nivel personal y en comunidad para no desvirtuar esta labor.

Por otro lado Arias (2008) hace una distinción expresando que “la responsabilidad de la universidad no es sólo acumular y difundir el conocimiento en la sociedad, debe ir pareja con su responsabilidad y con la consecuente obligación de generar un pensamiento crítico” (p.16). Y una forma de llegar a construirlo, es a partir de la “investigación y de nuevos modelos e instrumentos en la consecución de una sociedad más sensible, comprometida y justa” (Arias, 2008, p.16).

También, Arias (2008) reafirma el punto anterior y le da mérito al voluntariado dentro del ecosistema universitario, expresando que esta herramienta promueve valores fundamentales como “(...) el respeto, la tolerancia o la empatía con el otro es lo que les permitirá asegurarse de que sus estudiantes, han adquirido la sensibilidad suficiente para que valoren la dimensión humana que acompaña cada problema, y así poder entender mejor y más justamente” (p.33).

El voluntariado universitario nace como un medio para lograr un cambio significativo y resolver las distintas problemáticas actuales de la sociedad y en la misma universidad. Asimismo, Márquez (2016, p.5) define al voluntariado universitario desde una perspectiva general y una particular, en la primera basa este concepto en las relaciones de cooperación que se pueden generar con los principales actores del

voluntariado, y en la segunda menciona que este “puede responder a motivaciones personales, principalmente a una escala subjetiva de valores como la solidaridad, el compromiso social, altruismo, entre otros” (Márquez, 2016, p. 5) aunado a la estrecha relación directa con la participación que tiene en el mundo laboral, ya que puede crear experiencia en él.

De igual manera, Márquez (2016) menciona que la cooperación es un concepto clave:

para que los objetivos del voluntariado se cumplan y puedan emerger diversas formas de trabajo mutuo entre todos los actores primordiales involucrados como: organizaciones de la sociedad civil, la universidad, las instituciones públicas y privadas los beneficiarios y su comunidad (p.2).

Arias (2008) define al voluntariado universitario como una “herramienta de acercamiento de la universidad y la sociedad, es una seña de identidad Universitaria y es un valor del espacio de educación superior” (p.8). Por tanto el voluntariado es una práctica adoptada por la academia, debido al impacto que tiene en el desenvolvimiento de la comunidad. En una entrevista realizada a Celeste Cruz¹⁴ quien es encargada del programa de voluntariado de la UNAM, define al voluntariado universitario, como particular de los otros tipos, puesto que “aquí hay una comunidad ciertamente privilegiada, pensando en la comunidad estudiantil y académica, hay muchos conocimientos que pueden ser útiles para otras poblaciones que no tienen acceso a estos espacios universitarios (C. Cruz, comunicación personal, 6 de diciembre del 2020).

Por otro lado, Cruz (2019) menciona que este tipo de voluntariado es especializado, ya que no se da en todos lados pero que no se limita a los conocimientos profesionales, puede servir para desarrollar otro tipo de habilidades que se mezclan con otras disciplinas de estudio. Por ejemplo, un voluntario experto en física, no forzosamente tendrá que serlo en su área de conocimiento, tal vez le guste tocar la guitarra y desee buscar algún voluntariado afín a esta práctica. También señala que este tipo de voluntariado, busca romper con las jerarquías verticales, en donde se abra paso a relaciones horizontales, toda la comunidad pueda ser partícipe de cómo se hace el voluntariado, y cuáles son las necesidades de las personas que se involucran en él. En este sentido el voluntario puede asumir un rol más activo, más allá de que se haga un llamado a la ayuda, que este se acerque a crear esas redes de colaboración e intercambio con la comunidad universitaria, en este caso sería la comunidad UNAM.

14 Véase anexo 2

Con lo mencionado anteriormente, para este trabajo se definirá al voluntariado universitario como **una herramienta formativa y educativa, que busca crear redes de cooperación entre la comunidad universitaria para involucrarse dentro y fuera de ella, ejerciendo su participación con solidaridad, justicia, ética, resiliencia y empatía.** El concepto de voluntariado universitario se define a través de sus actores participantes, el tipo de incidencia e impacto dentro de la misma comunidad universitaria y en la sociedad, aunado a que el voluntario no actúa solo, siempre va acompañado por redes de cooperación que ayudan a que tenga una adecuada supervisión, capacitación, orientación y desarrollo en programas que sean específicamente diseñados para cada tipo de servicio que se desea o problemática a resolver.

¿Cuáles serían estos actores participantes? Arias (2008) menciona que el voluntariado universitario:

(...)hace alusión no solo al voluntariado que tiene como protagonistas de la acción a los jóvenes universitarios, sino también a toda la política universitaria y al conjunto de actividades llevadas a cabo desde la comunidad universitaria orientadas a este cambio. Se trata por lo tanto de un concepto amplio que abarca y engloba a toda la comunidad universitaria y a todos los ámbitos que como universidad le son propios (p.30).

Es pertinente destacar que no se puede limitar el voluntariado universitario solo al asistencialismo y la filantropía, su universo se expande a distintas formas de expresión, desde la cultura, la política, el deporte, la ciencia, entre otros. Por ejemplo, en la investigación de Ríos (2004) sobre el involucramiento de estudiantes universitarios en acciones de voluntariado señala la clasificación de Smith (1999), la cuales incluyen; “la ayuda a terceros (filantropía), distintos tipos de participación: en asociaciones de interés (centro de alumnos y federaciones de estudiantes), en actividades culturales, en causas y campañas y en movimientos o partidos políticos”.

A través del voluntariado universitario, los estudiantes se involucran con el desarrollo concreto de un proyecto, desde la identificación de un problema hasta la evaluación de la solución propuesta, trabajan colaborativa e interdisciplinariamente en una solución; ponen en práctica valores y cualidades de la ciudadanía activa a partir de la prestación de servicios y refuerzan de manera importante sus habilidades de investigación (Márquez, 2016, p. 1-2).

Desventajas del voluntariado

Es destacable considerar que no todo en cuanto al voluntariado son fortalezas, por lo tanto se analizarán algunas problemáticas que enfrenta, conforme a lo que dice Fouce (2009) ya que el voluntariado es un término que se entiende de diversas formas; Por ejemplo, en el contexto neoliberal se ha abusado del concepto para defender al sistema, funcionando en beneficio de sus intereses a manera de freno ante posibles cambios disruptivos debido a la desigualdad de la riqueza.

Entre sus principales desventajas se encuentran las siguientes:

1. Según Fouce (2009) Los jóvenes trabajan lejos de sus profesiones y vocación, las mujeres amas de casa o personas de la tercera edad encuentran en qué emplear su tiempo de manera que solo cubren parcialmente sus necesidades siendo que ello no remedia su malestar alienante y destructivo, es decir, que estos sectores vulnerables de la población escogen ser voluntarios ante la realidad social que viven como el desempleo, falta de oportunidades, desigualdad, brecha de género, entre otros.
2. Callejo (1999) Menciona que los nuevos estudiantes voluntarios surgen desde la necesidad de adquirir oportunidades, no desde la convicción de ser voluntario; Además, Callejo hace énfasis en que los voluntarios no lo son en realidad. Por consiguiente el incremento de los voluntarios provoca que se devalúe su papel y se hace notar que la presión en el mercado laboral aumenta de manera proporcional debido a la mayor necesidad de los mismos.
3. La dimensión política del voluntariado también recae en el hecho de que este se puede mimetizar con la militancia, es decir, no llevarse a cabo de forma altruista propiamente sino ir acorde a ideologías, por ejemplo, los partidos políticos, haciendo que se desvirtúe su propósito original y que por ende es menester tomar en cuenta que interactúa constantemente en la frontera de un esquema organizacional (Falcón, 2009, p.9).
4. Desde el voluntariado hay un área de oportunidad en la cual no siempre se presta desde una visión solidaria, en cambio se llega a hacer desde la conveniencia como sería el tener un mejor curriculum, aumentar el reconocimiento social mediante experiencias pretenciosas disfrazadas de ayuda a la comunidad. (Sarsola, 2000, p.100)

Los puntos mencionados dan un panorama donde se hace notar que el voluntariado es un concepto ampliamente discutible con múltiples interpretaciones y usos, de manera que se ha visto ultrajado por el esquema político en el que se encuentra inmersa la sociedad, provocando que este fungiendo como un instrumento de militancia que genera una perturbación en el propósito de las personas que se decantan por llevarlo a cabo, como es el caso de los estudiantes universitarios que terminan en la ambivalencia de crecimiento personal y profesional por actividades caritativas y el deseo puro de ser altruista; Asimismo se podría fomentar el desempleo como una antítesis dentro de las virtudes que posee el voluntariado universitario, debido al aprovechamiento de la fuerza laboral que se proporciona de manera no remunerada, además de la desviación vocacional que este podría generar, desde ahí emana la necesidad de encontrar un equilibrio en la participación y promoción del voluntariado así como una regulación que en lugar de ser aprovechada por el Estado, se dirija y gestione de manera apropiada por el mismo y las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC).

A modo de conclusión, se expresa que el voluntario universitario tiene un “acercamiento con otras realidades” (Arias, 2008, p.17), otras formas de ver, de imaginar, pensar, crear e innovar un mundo mejor. Teniendo un papel activo como agente de cambio que transforma e incide en su contexto y en las personas que lo rodean trabajando en comunidad para empoderar e incidir en ella. De la misma manera que fomentar valores dentro de la comunidad para mejorar internamente la convivencia universitaria y externamente el espíritu de servicio retributivo hacia la sociedad.

2.2 El voluntariado universitario en la UNAM

“Así mismo, los procesos de voluntariado otorgan a la universidad la oportunidad de formar a sus estudiantes en valores tan importantes como el respeto, la tolerancia o la empatía con el otro...”

- Gaete Q.

En el presente apartado se busca resolver las siguientes preguntas de investigación: ¿cómo se ha desarrollado el voluntariado en la UNAM?¹⁵, ¿cuáles fueron los factores de su creación? , ¿cómo se ha insertado en la comunidad universitaria? y ¿qué impacto tiene su relevancia para el mismo?, así como distinguir la dinámica de involucramiento entre todos los agentes participantes. Para comprender su funcionamiento dentro de este ecosistema se hará a partir del valor de la solidaridad, el servicio social, y del concepto de responsabilidad social universitaria.

El voluntariado universitario en la máxima casa de estudios es de reciente creación, considerando los más de 100 años que la universidad tiene, sin embargo, es notable destacar que su compromiso con la sociedad ha sido inminente con diversos programas, enfoques y proyectos que a lo largo del tiempo se han diseñado. La palabra voluntariado apareció por primera vez en el Plan de Desarrollo Institucional del Rector Enrique Graue del periodo 2015-2019, a cargo de la Dirección General de Orientación y Atención Educativa (DGOAE). En el apartado 12 habla de la participación de la UNAM en el desarrollo nacional, dentro del mismo, en el anexo 12.5, menciona que su objetivo es: “arraigar el compromiso de los universitarios con la atención de los problemas del país a través de programas de servicio social y voluntariado” (p.41)

Por primera vez se comienza a vislumbrar una intención institucional, para darle un sustento que busque desarrollar un marco normativo, mapear y crear una identidad de voluntariado en la UNAM. Cabe destacar que antes de la creación de dicho programa,

15 Es la abreviación que se utilizará para referirse a la Universidad Nacional Autónoma de México.

la universidad ha ido creando proyectos multidisciplinarios que vinculan a los estudiantes a participar en eventos culturales, deportivos, programas de investigación o brigadas de ayuda ante desastres naturales como el temblor del 19 de septiembre del 2017, conservación de áreas protegidas o tutorías para mejorar el desempeño académico, por mencionar algunas. Aunque la UNAM no cuenta con un departamento de responsabilidad social universitaria hasta la presente investigación, es necesario comprender que implícitamente ha generado un impacto en diversas esferas de la sociedad, y siempre ha estado al servicio de las necesidades de la población mexicana, apoyándose del denominado servicio social.

Para comprender cómo se desempeña, es necesario cuestionarse, ¿qué es el servicio social? y ¿qué relevancia tuvo para constituir el voluntariado universitario? El servicio social es una actividad que tiene más de 90 años de creación y fue implementado por el Dr. Gustavo Baz Prada para “consolidar la formación profesional y fomentar en el estudiante una conciencia solidaria con la comunidad, la sociedad y el país” (Dirección General de Orientación y Atención Educativa. [DGOAE], 2019) Para lograrlo lo constituyen tres ámbitos de carácter: **formativo, retributivo y social**, con la finalidad de que el estudiante pueda poner en práctica su labor profesional con una visión justa, ética y humanista.

Cabe destacar que esta labor, se encuentra regulada por la Ley Reglamentaria del Artículo 5º Constitucional en su capítulo VII, y gracias a su visión, es que se ha puesto en práctica valores como la empatía, el amor, la solidaridad, la justicia, la equidad, entre otros, lo que ha permitido desarrollar una postura crítica con el entorno al que el estudiante será insertado al concluir sus estudios. Así mismo, esta práctica, y las necesidades actuales del mundo propició la creación de una herramienta que pudiera ser amplia, flexible y que compartiera características en común con las del servicio social, y es ahí cuando el voluntariado emerge para fortalecer y apoyar estas actividades. El voluntariado busca cubrir aquellas acciones que no se denominan o no entran en la categoría del servicio social, para identificarlas y atenderlas, de igual forma su relevancia cobra sentido en la comunidad UNAM al ser una institución de carácter público.

En una entrevista realizada al licenciado Ausencio Miranda Moreno¹⁶ (2019), Oficial de Promoción de Participación Ciudadana y Voluntariado en el Centro Mexicano de la Filantropía apoya los puntos expuestos, mencionando que aunque el voluntariado sea una obligación jurídica, con ciertas discrepancias dentro del marco normativo

16 Véase anexo 1

de la universidad, “guarda los mismos principios de transformación social y sus necesidades también son muy similares, ya que tiene los mismos objetivos y los mismos valores” (A.M. Moreno, comunicación personal, 21 de octubre del 2019). Ambos se complementan y persiguen el mismo fin, a pesar de la delgada línea de divergencias, más que centrarnos en ellas, en este trabajo, se sostiene como tesis que ambas suman al bienestar del estudiante, los beneficiarios y las instituciones participantes.

El servicio social ha creado bases sólidas, mientras que el voluntariado universitario en la UNAM sigue desarrollándose. En una entrevista realizada a Celeste Cruz (2019), encargada del programa de voluntariado en la UNAM hasta la presente investigación, señaló que en los tres años que lleva de ser fundado se ha promovido a nivel organizacional, impulsando un grupo de enlace conformado por los representantes de diversas escuelas, facultades, órganos de gobierno, museos, dependencias académicas, administrativas, entre otras; Todo ello, con la finalidad de mapear e identificar las experiencias que ya existían en la universidad, para que haya un seguimiento y evitar que las acciones sean aisladas y desarticuladas.

Dicho grupo, está integrado por aproximadamente 60 representantes, el cual se reúne de manera mensual, con una audiencia regular de 20 a 30 integrantes. Estas personas son quienes tienen los programas de voluntariado consolidados con necesidades específicas y diversas, ya que gracias a ello, el trabajo de este grupo se enriquece para el análisis de las distintas expresiones de voluntariado existentes y las que puedan emerger gracias a la amplia oferta académica de la UNAM. Por ejemplo, Cruz (2019) señala que fue que en el museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso, cuentan con un programa de voluntariado de más de 25 años, y en su mayoría son voluntarios fundadores que conocen y entienden las dinámicas de participación aunado a su interés por el arte, mientras que en el museo Universum sus necesidades son dirigidas hacia una población más joven con interés en la divulgación científica. Por lo tanto, cada programa es único y no hay un modelo que se ajuste a todas las expresiones que existen en la comunidad universitaria.

Por otro lado, durante ese periodo de tiempo se diseñaron los lineamientos generales de voluntariado universitario, aún no son públicos hasta la presente fecha de la realización de esta investigación, puesto que deben ser examinados por la Dirección General de Legislación Universitaria (DGLU) para estudiarlos y hacer las observaciones correspondientes. Aunque sean de carácter privado, estas directrices son de suma relevancia porque “si no hay una normativa que ampare a los universitarios, se corre riesgos e inseguridad” (C. Cruz, comunicación personal, 6 de diciembre de 2019). Esto demuestra un punto de partida para proteger esta actividad en la comunidad

y fomentar ejercicios de participación universitaria respaldándose en un marco constitucional.

Otra manera de impulsar el voluntariado es través de los eventos anuales de la Dirección General de Orientación y Atención Educativa (DGOAE, 2019), los más relevantes son: el Día Escolar de la No Violencia y la Paz que se conmemora el 30 de enero, el Día de las Buenas Acciones que es el 2 de abril y el 5 de diciembre que es el Día Internacional del Voluntariado. En estas fechas se hacen diversas actividades en las facultades, escuelas a nivel medio-superior con el fin de acercar a la comunidad temas que ayudan a comprender nuestro papel como agentes de cambio.

A pesar de que los programas de voluntariado no son permanentes, son muy puntuales, ya que en su mayoría se hacen por evento, Cruz (2019) mencionó que trabajan en un sistema, en el cual van a aparecer los proyectos y acciones de voluntariado de forma sistematizada en una plataforma. De igual forma, los medios de comunicación con los que difunden la diversidad de programas de voluntariado son digitales, a través de las páginas oficiales de los departamentos o secretarías, por redes sociales o sitios en línea administrados por la propia comunidad estudiantil.

Aún se continúa articulando los instrumentos necesarios para que el estudiante de la UNAM se asuma como voluntario y de manera consciente comprenda que conlleva y cómo puede ejercer su derecho a participar por medio de esta practica, buscando:

generar un espacio a través de diversos mecanismos para que la comunidad universitaria, no sólo estudiantes, sino trabajadores, jubilados, académicos y exalumnos, se involucren en diversas problemáticas nacionales, atender a poblaciones en situaciones de desigualdad e injusticia social, involucrándose desde nuestros saberes y así fortalecer el currículum social (C. Cruz, comunicación personal, 6 de diciembre de 2019).

“Es muy importante que desde los estudiantes se propongan qué acciones les interesan”(Cruz, 2019) y desde el programa de voluntariado se puedan respaldar, para ayudarlos a la convocatoria o difusión en caso de que cuenten con un proyecto o bien, integrarse a un programa ya existente. En este sentido, se busca propiciar relaciones horizontales en las que todos puedan participar en el proceso y así retroalimentar las distintas formas de participación.



Figura 25.

Nota. Adaptado de *1er Foro Universitario estudiantil de Servicio Social y Voluntariado: Buenas Prácticas* [Imágen] por DGOAE ,2019, <http://www.dgoae.unam.mx/>

Figura 25.

Nota: Una manera de promover la RSU en la comunidad estudiantil es a través de eventos que fomenten la reflexión y el diálogo entre la institución y la comunidad. Este foro llevado a cabo del 25 de junio del 2019 es un ejemplo de ello.

Para comprender a profundidad cómo es que nace el voluntariado universitario, es imprescindible abordar el concepto de Responsabilidad Social Universitaria, pero ¿qué es? y ¿por qué es un término recurrido en las universidades que buscan tener un impacto sustentable y apegado a una visión holística del siglo XXI? Este apartado se apoya de la perspectiva de Francois Vallaeys (2016). Este autor menciona que la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) proviene del enfoque empresarial, y “se desarrolla cuando una organización toma conciencia de sí misma, de su entorno y de su papel en su entorno” (Vallaeys, 2016, p.2) para ser global en integral.

Es destacable que aunque el RSU tenga esa raíz, se debe construir bajo una óptica amplia y mejorada, que no sea reduccionista y evitar que su esencia sea superficial, es decir, que el concepto y sus características de la RSU permitan romper paradigmas para entender a profundidad y no como un requisito a cubrir o porque “está de moda” y así cuestionarse ¿Qué tipo de capital social produce la universidad? Ante esto, Vallaeys (2016) señala que:

La relación entre crisis del saber tecnocientífico hiperespecializado (fragmentado) Y su ceguera crónica concierne a los efectos que engendra por un lado, y las crisis social y ecológica mundial por otro lado, tiene que ser el punto de partida para una reforma universitaria de responsabilización social que no sea meramente cosmética, sino una profunda reflexión sobre el significado social de la producción de conocimiento y la formación profesional de líderes en la era de la ciencia (p.4).

La RSU es producto de una necesidad contextual y de las problemáticas que rodean al individuo. Forma parte de una respuesta para dar solución a las mismas y así poder producir y transmitir saberes de forma responsable. Para que esto suceda, Vallaeys(2016) propone 4 líneas de acción institucional:

- 1. Gestión interna de la universidad:** Busca que la universidad sea una “pequeña comunidad ejemplar de democracia, equidad (...), transparencia y hacer de ella un modelo de desarrollo sostenible” (Vallaeys, 2016, p.5) para construirse en valores.
- 2. Docencia:** Crear modelos educativos que nos ayuden a acercar al estudiante a realidades sociales y pueda incidir en ellas. Puede ser a través del aprendizaje basado en proyectos. Procura “capacitar a docentes en el enfoque de la RSU” para “abrir el salón de clases hacia la comunidad social como fuente de enseñanza significativa y práctica aplicada a la solución de problemas reales” (Vallaeys, 2016, p.6).
- 3. Investigación:** Crea una “sinergia de saberes” (Vallaeys, 2016, p.6) y atiende problemáticas reales, sin ser hipotéticas, para no desvincular las necesidades del contexto en la que la universidad está sumergida. “Una estrategia posible es que la universidad firme convenios de hermanamiento con distritos urbano marginales o rurales e invite a los departamentos de diversas carreras a desarrollar investigaciones interdisciplinarias aplicadas a dichas localidades” (Vallaeys F., 2016, p.6).
- 4. Proyecto social:** Busca crear una Dirección Académica de RSU, para “trabajar en interfaz con los departamentos de investigación docente de las diversas facultades para implementar y administrar proyectos de desarrollo que puedan ser fuente de investigación aplicada a recursos didácticos para la comunidad universitaria” (Vallaeys, 2016, p.6). **El voluntariado es un vínculo entre la universidad y la sociedad.**

En esta tabla se ahonda como es que la UNAM ha puesto en práctica los cuatro puntos anteriores relacionados a la RSU:

LÍNEAS DE ACCIÓN PROPUESTAS POR VALLAEYS (2016)	ACCIONES TOMADAS POR LA UNAM CON RESPECTO AL VOLUNTARIADO
Gestión interna de la universidad	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de la Dirección General de Orientación y Atención Educativa (DGOAE). - Código de Ética de la UNAM aprobado por el Consejo Universitario el 1º de julio de 2015.
Docencia	Creación de carreras con enfoque social, y modelo educativo basado en proyectos al igual que el modelo de aprendizaje servicio activo.
Investigación	Investigaciones de académicos de la facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Un ejemplo es el Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT) teniendo como eje el voluntariado.
Proyecto social	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de voluntariado UNAM por la Dirección General de Orientación y Atención Educativa (DGOAE). - Seguimiento del programa del servicio social por la DGOAE. - Programas multidisciplinares: (La UNAM en tu comunidad, Modelo de atención integral comunitario y UNAM PERAJ - adopta un amigo).

Tabla 5. Tabla comparativa entre las líneas de acción propuestas por de autoría propia adaptado de Valleys (2016).

Tabla 5. En esta tabla se muestran las líneas de acción propuestas por Vallaeys (2016, p.6) y lo que la UNAM ha hecho en cada una de ellas bajo la visión de la RSU.

Por otro lado, las redes de cooperación con otras entidades a nivel nacional e internacional, han diseñado estrategias y mecanismos para poner en práctica la RSU. Algunas a las que pertenece la UNAM hasta la presente investigación son: La Red Talloires creada en 2005, La Red Iberoamericana de Compromiso Social y Voluntariado Universitario (REDIVU) en 2009, La Red Iberoamericana de Universidades, La Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y no menos importante, la Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI (Márquez, 2016); En la tabla 4 se exponen sus principales objetivos:

La RSU es un ecosistema más grande que tiene como herramienta al voluntariado para ser ese vínculo entre la universidad y la sociedad. De igual forma, se da cuenta de la crisis en la que el mundo actual está inmerso, desde el calentamiento global, gobiernos autoritarios, violencia de género, entre otros. Por esta razón se emprende una búsqueda para que la academia sea más consciente de su papel en la sociedad y el valor como agente de cambio que tiene en sus manos.

Organiza la gestión de la universidad para que la comunidad pueda aprender con la institución de enseñanza superior. Por otro lado, capacita y fomenta dentro de toda la comunidad para que ponga en práctica la RSU y se logre un encuentro de saberes con impacto social, desde el aula, con proyectos o la investigación que pueda atender problemáticas reales. Entonces, conectar la teoría con la práctica y llevarla a la realidad social procurando que haya un desarrollo en el país, va desde lo micro a lo macro, primero comienza con un cambio profundo en la universidad para lograrlo a nivel local, hasta llegar a políticas públicas e incluso a nivel internacional.

Una vez analizado la importancia de la RSU para la formación del voluntariado, es preciso cuestionarse si la comunidad universitaria se identifica como tal. Para responder a esta interrogante es indispensable entender que la heterogeneidad de manifestaciones que están alrededor de la cultura del voluntariado han hecho que las exploraciones realizadas en la cultura mexicana sobre este tema, respondan a necesidades específicas y diferentes a la de otros países. Cruz (2019) expresa que la raíz cultural influye de forma significativa para que una persona se considere voluntaria o no, “ya que en nuestro país existen otras prácticas conocidas como tequio, faena, mano vuelta, guelaguetza, que es algo similar pero que tiene que ver más con la diversidad cultural. Y el voluntariado es más como una cuestión de Norteamérica que de lo Latinoamericano” (Cruz, 2019). Si le preguntas a un mexicano si es voluntario probablemente no se asuma como tal, pero identifica el valor esencial de la solidaridad.

RED DE COOPERACIÓN PARA PROMOVER EL VOLUNTARIADO A TRAVÉS DE LA RSU	AÑO	OBJETIVOS
Red Iberoamericana de Compromiso Social y Voluntariado Universitario (REDIVU)	2009	Promueve el fortalecimiento social y de voluntariado universitario en instituciones de Iberoamérica por medio de la investigación, formación, docencia y otras estrategias. Entender el papel de la universidad como actor clave para el desarrollo social creando redes de colaboración.
La Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) (REDUNIRSE)	2007	<p>Crear conexión entre los actores involucrados de la RSE para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - “Fomentar el capital social en Iberoamérica” (REDUNIRSE, 2007). - Crear una comunidad socialmente responsable. - Promover la RSU. - “Fomentar la formación, investigación y extensión en torno a esta temática” (REDUNIRSE, 2007).
Red Talloires	2005	Fortalecer los “roles cívicos y la responsabilidad social de la educación superior” (Tratado Talloires, 2005). Empoderar a los individuos y las relaciones que se establecen entre la universidad y la sociedad.
Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI.	1998	“Prevalecer los valores e ideales de una cultura de paz, como objetivo primordial de la comunidad universitaria” (UNESCO, 1998).

Tabla 6. Tabla comparativa de cooperación para promover el voluntariado a través de la RSU, de autoría propia (2019).

Tabla 6. En esta tabla se muestran de manera cronológica algunas redes de cooperación para promover el voluntariado a través de la RSU.

Un esfuerzo por entender este fenómeno en el país, fue la creación de la Encuesta Nacional de Solidaridad y Acción Voluntaria (ENSAV), creada por el Centro Mexicano de la Filantropía (CEMEFI), en el año 2005. En la encuesta realizada en 2016, señala que el 83% de los mexicanos mayores de 15 años han realizado una o más de una acción voluntaria, sin conocer del todo que la mayoría de prácticas realizadas son voluntariado.

Cabe destacar que si bien el voluntariado universitario nace en una institución, muchas veces no es practicado de manera formal. Sin embargo se ha buscado que sea organizado y bajo un control normativo, como menciona la ONU en el resumen de su informe del 2018:

- “el voluntariado forma parte del tejido de todas las sociedades, puede ser un recurso esencial para la paz y el desarrollo, pero se necesita más evidencia para comprender el valor distintivo de las contribuciones voluntarias a la economía y sociedad, especialmente en contextos frágiles” (ONU, 2018, p.10).
- En la inmensa mayoría del trabajo voluntario, el 70% no está relacionado con ninguna organización, sino que se lleva a cabo de manera informal entre los integrantes de las comunidades. (ONU, 2018, p.10).

Aún hace falta acercar este término a diversas actividades que nacen desde la informalidad pero que tienen todo el espíritu y valor para ser consideradas voluntariado. Falta adoptar una práctica constante y cotidiana en la comunidad. Falta que el voluntario se reconozca como tal, y se comprenda de una forma más crítica y profunda el término. Más investigación y métodos para poner en práctica la solidaridad.

¿Es importante reconocerse como voluntario? Sí, pero considero que es más importante identificar que dentro de la comunidad universitaria hay más herramientas para actuar y hacer un reconfiguración significativa desde la colectividad, aceptando que el voluntario es ese mecanismo que ayuda a que sea posible cambiar realidades desde la práctica. Adoptarlo seguirá construyendo una sociedad más crítica y preparada para que cada individuo que participe sea capaz de ayudar a su localidad.

La identidad de voluntarios UNAM aún se sigue trabajando y el impacto de este se verá reflejado a largo plazo, aunque su creación sea reciente, el espíritu de servicio en la UNAM no lo es, pero se deberá forjar su propia identidad y ser aceptado por la propia comunidad para asumirse como voluntario desde su marco teórico y práctico.

Entender que apoya al servicio social, que no es trabajo gratis, no es para ayudar a los pobres o para cumplir un requisito, sino que contribuye a la formación de habilidades, valores y una postura crítica ante la vida.

Así mismo, los procesos de voluntariado otorgan a la universidad la oportunidad de formar a sus estudiantes en valores tan importantes como el respeto, la tolerancia o la empatía con el otro, lo que les permitirá, asegurarse de que sus estudiantes, han adquirido la sensibilidad suficiente para que valoren la dimensión humana que acompaña cada problema, y así poder entender mejor y más justamente (Gaete, 2015, p. 242).

A futuro la UNAM busca gestionar, consolidar y vincular el voluntariado en la comunidad. En el proyecto de trabajo del Dr. Enrique Graue para el periodo 2019 - 2023 menciona que del 2016 al 2019 se implementaron más de 6 mil programas de voluntariado “en distintas instituciones del sector público en donde prestan sus servicios un promedio de 28 mil estudiantes en forma anual” (Graue, 2019, p. 91-92). Estadística que le valió el reconocimiento en el año 2018 por la Cámara de Diputados al impulsar este mecanismo de apoyo a la sociedad teniendo como compromiso seguir impulsando el voluntariado:

Para concluir, puedo señalar que el voluntariado en la UNAM aún está en la búsqueda de su propia identidad, se continúa indagando cómo diseñar estrategias que le permitan crear una comunidad y sobre todo desea resolver “que los proyectos y las acciones se articulen al interior de toda la universidad y no solamente en la Ciudad de México, se podrían hacer acciones a nivel nacional, pero requiere de mucha coordinación y de una política universitaria” (Cruz, 2019), para poder conocer su impacto real a mediano y largo plazo.

2.3 Plataformas digitales que promueven el voluntariado universitario en la UNAM

“...las actividades voluntarias formales e informales aún se encuentran en un proceso constante que lleve una suma de esfuerzos con una visión holística y multidisciplinaria”.

- Badillo R.

En este apartado se analizará la pertinencia de las nuevas herramientas digitales para promover el voluntariado en la UNAM, al igual que entender su proceso de convocatoria, planeación y desarrollo de programas de voluntariado que acerquen a la comunidad a una alternativa al servicio social, para que se involucren en diferentes problemáticas y esferas en los ámbitos cultural, social, deportivo, político, entre otros. De igual forma se hará un estudio de las plataformas existentes para conocer cómo implementan el diseño de información centrado en el voluntario.

De forma interna (herramientas digitales de la universidad) se expondrán las plataformas de **UNAM Solidaria** y el **Voluntariado de la Facultad de Arquitectura**, y de forma externa (creadas por instituciones públicas, privadas o Organizaciones de la Sociedad Civil) se analizarán los portales **Haces Falta, Voluntarios X México, AIESEC, ONU Voluntarios y de forma breve Voluntarios México y Voluntarios Modelo**. Cabe mencionar que estas plataformas son analizadas por su nivel de impacto, ser pioneras y sobresalir en la labor que ejercen.

UNAM SOLIDARIA

El 19 de septiembre de 2017, fue una fecha que marcó significativamente la forma en que se concebía la solidaridad en la sociedad mexicana. A las 13:14 horas, ocurrió un sismo de magnitud 7.1, con epicentro en la ciudad de Puebla (Cruz, et al., 2017) Aunque al principio no se conocía el impacto de este, conforme pasaba el día, varios puntos del país incluyendo la Ciudad de México sufrieron daños comparables al sismo que ocurrió esa misma fecha pero del año de 1985.

El coordinador nacional de Protección Civil, confirmó una cifra final registrada de víctimas mortales de 369 personas: “en la Ciudad de México 228, Morelos 74, Puebla 45, Estado de México 15, Guerrero 6 y Oaxaca 1.” (Olivera, 2020, párr. 1). De igual forma, en los daños estructurales a vivienda y edificios, se calcula que “fueron 1500 los inmuebles con afectaciones de moderadas a severas, como consecuencia de los dos sismos ocurridos los días 7 y 19 de septiembre, además de la réplica del día 23 siguiente” (Lozada, 2020, párr. 9).

Ante una memoria que ya había sufrido estragos por terremotos anteriores, la comunidad mexicana se ofreció para ser voluntaria en brigadas de ayuda, centros de acopio, escuelas, hospitales y un sinnúmero de actividades para mostrar su empatía con los afectados. Una suma de aciertos e infortunios sobre la forma de actuar de los ciudadanos, fue lo que alentó a la UNAM a crear la plataforma digital “Comunidad UNAM Solidaria”.

Esta iniciativa fue posible gracias a la Secretaría de Atención a la Comunidad Universitaria, la Dirección General de Atención a la Comunidad y la Dirección General de Orientación y Atención Educativa en coordinación con la Facultad de Medicina. El objetivo de esta fue: buscar un vínculo entre la comunidad universitaria y la ciudadanía mexicana en situaciones de emergencia.

Muchos jóvenes, tenían deseos de ayudar, pero no estaban capacitados para atender desastres como los del 19 de septiembre del 2017 de forma coordinada y segura. Es por ello que este proyecto busca que las expresiones de solidaridad cuenten con los conocimientos necesarios de: primeros auxilios, atención médica general, búsqueda de escombros, operación de extinguidores, revisión estructural básica y avanzada, orientación legal, evaluación de daños al patrimonio artístico y cultural, y operación del centro de acopio” (UNAM, 2018).

También la plataforma cuenta con un protocolo de acción para los centros de acopio y una guía para saber qué hacer en caso de un sismo. Así mismo cuenta con **3129 personas** de la comunidad registradas¹⁷, contando con la primera generación egresada en 2018. Las acciones de voluntariado dependen del número de horas en capacitación, reconociendo el perfil de un voluntario como: puma azul (20h), puma (50h) y oro (más de 120h).

¿Qué ofrece esta plataforma? Primordialmente, una base de datos, para saber cuántas personas habilitadas podrían actuar ante un siniestro. Es preciso mencionar que la actividad de la plataforma busca ser periódica pero aún se encuentra en ese proceso, sin embargo considero que el impacto de la misma podría evaluarse cuando ocurran algunas de las situaciones de emergencia para las que fue concebida, y así poder conocer el nivel de respuesta por parte de la comunidad universitaria en la vida real con herramientas del mundo virtual.

¹⁷ Esta cifra fue monitoreada hasta el 16 de marzo del 2020.



El programa de voluntariado Comunidad UNAM solidaria de la Universidad Nacional Autónoma de México surge para establecer un puente entre la comunidad universitaria y la ciudadanía mexicana en situaciones de emergencia.

Buscamos estar preparadas(os) y contar con un grupo numeroso en el que las y los voluntarios tengan la capacitación adecuada para participar en forma coordinada y segura en situaciones de emergencia, a fin de que la solidaridad de nuestra comunidad sea expedita y efectiva.

¡Ya somos 3461!

Si ya tienes registro en Comunidad UNAM solidaria [Ingresa al sistema de capacitación](#)

Inscríbete y forma parte de la Comunidad UNAM Solidaria:

Sexo: Hombre Mujer Otro

Soy:

Edad:

Apellido paterno:

Apellido materno:

Nombres:

Teléfono fijo:

Teléfono celular:

Correo electrónico:

Formación profesional:

Número de cuenta:

Facultad o escuela:

Carrera que estás cursando:

Tipo:

Número:

Figura 26.

Nota: Autoría propia recuperado de la página web <https://comunidadsolidaria.unam.mx/> por Dirección General de Atención a la Comunidad (DGACO) (2019).

PLATAFORMA DE VOLUNTARIADO DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA (FA).

La Facultad de Arquitectura cuenta con su propio apartado dentro de su página web para difundir la cultura de voluntariado y promover la participación de diversas acciones que beneficien a la sociedad.



Figura 27.
Nota. Adaptado de Cartel de difusión del voluntariado "Libre de Colillas" [Imagen] por Facultad de Arquitectura UNAM (2020)
<https://arquitectura.unam.mx/voluntariado.html>

Algunas de sus líneas de acción son;

“El apoyo en situaciones de emergencia, 1 día al mes de voluntariado, y difusión académica”(Facultad de Arquitectura, s.f).

El apoyo en situaciones de emergencia consiste en crear equipos organizados que puedan responder de manera eficiente, rápida y capacitada ante situaciones de desastre:

Un día de voluntariado al mes, es una propuesta diseñada para alumnos de la Facultad de Arquitectura en conjunto con la Coordinación de Servicio Social y Práctica Profesional. Dichos organismos lanzaron esta convocatoria, cuyos objetivos son;

“contribuir en la mejora del medio ambiente, impulsar la formación de niños y niñas, brindar tiempo a personas mayores, rescatar áreas públicas y cooperar en eventos para reunir apoyos” (Facultad de Arquitectura, s.f). Los requisitos para formar parte son: el llenado de un formulario de registro, las disponibilidad de horario y tener la disposición de ayudar. Cabe señalar que las actividades son variadas, buscan crear comunidad, ser congruentes e integrales con los valores universitarios forjados en la UNAM.

HACES FALTA

Haces Falta es un proyecto creado por el Centro Mexicano de la Filantropía (CEMEFI) en el año 2005. Aunque no es una plataforma creada específicamente para la comunidad universitaria, es el referente más longevo y pionero en conectar ciudadanos con organizaciones de la sociedad civil de forma digital.

En el año 2019 esta plataforma renovó su diseño, creando una experiencia pensada en las necesidades del usuario. Las ofertas de voluntariado mostradas en el portal “permiten potenciar el impacto logrado al incorporar talento y generosidad” (CEMEFI, s.f). Bajo un modelo ganar-ganar, desde hace 17 años, Hace Falta cuenta con una base de datos de más de “49,000 personas interesadas en hacer voluntariado y 4,300 Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) que han publicado más de 11,000 ofertas de servicio de voluntariado” (CEMEFI, s.f). Esta organización apoya antes, durante y después del proceso de captación, difusión y creación de programas de voluntariado.

A nivel visual e interacción con los usuarios la página era limitada hasta el año 2019, cuando se pensó en su funcionalidad, añadiendo experiencia de usuario, contando con secciones de formación, iniciativas, experiencias, noticias y un perfil para empleo dentro del tercer sector y ofertas de voluntariado.

En una entrevista realizada a Ausencio Miranda Moreno (Veáse anexo 1), expresó que algunas de las problemáticas que tenía la visualización de la página anterior eran las pocas opciones de voluntariado ante la alta demanda de voluntarios registrados en la plataforma, también que durante el proceso de selección técnicamente no se podía indicar si la oportunidad de voluntariado estaba vigente o había sido cubierta (Ausencio, comunicación personal, 21 de septiembre de 2017). Ahora con la nueva reestructuración del sitio web estas áreas de oportunidad han mejorado la experiencia, ofreciendo una interfaz más amigable y que pueda guiar a todas las personas que desean ser voluntarios durante todo su proceso.



SOY OSC

ACCESO / REGISTRO

BUSCAR POR PALABRAS...

TE INTERE ▾

ESTADO... ▾

CIUDAD...

BUSCAR

¡Queremos saber de tu OSC!

El **trabajo diario** de las organizaciones de la sociedad civil (OSC) **cambia la vida de miles de personas.**

Queremos que nos cuenten sus historias de éxito y difundirlas.

Compartan un caso del que se sientan orgullosas (si pueden con fotos y video)

Hay que documentar que las OSC construyen un mejor futuro.

Cemefi

Foto: Patricia Willcoq



VOLUNTARIADO PRESENCIAL

Elige tu causa, tu ciudad, tu disponibilidad... y da el primer paso para el cambio! Cientos de opciones de voluntariado de OSC mexicanas te están esperando.

Entrar



VOLUNTARIADO INTERNACIONAL

Conoce otra cultura, participa en proyectos en terreno, acércate a otras realidades, cientos de oportunidades de voluntariado internacional te están esperando, encuentra la tuya.

Entrar



VOLUNTARIADO VIRTUAL

Que la distancia y el tiempo no sean excusa!... si tienes ordenador y conexión a internet, puedes hacer voluntariado también y aplicar tus conocimientos y habilidades.

Entrar

Figura 28.

Nota: Autoría propia recuperado de la página web <https://www.hacesfalta.org.mx/> por Centro Mexicano de la Filantropía (CEMEFI) (2017)

VOLUNTARIOS X MÉXICO

Voluntarios X México es una iniciativa impulsada por el Instituto Nacional de Desarrollo (INDESOL) en el 2015, “como reflexión del Comité Organizador de Acción Voluntaria y Solidaria, que otorga el gobierno mexicano, en donde se vio la importancia de crear procesos permanentes para fortalecer, más allá de un premio anual, la labor voluntaria, además de generar nuevas estrategias para incentivar más la participación” (INDESOL, 2015, p.13).

La plataforma digital surgió ante una necesidad de condensar los materiales que pudieran dar visibilidad acerca de lo que es el voluntariado, como “yo, ciudadano” puedo sumarme a alguna causa y mapear información necesaria para abordar este tema a nivel nacional. Este esfuerzo colaborativo, es producto de la resolución 67/138 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU, p.3), en 2011 (año del décimo aniversario del Año Internacional de los Voluntarios) el cual buscó integrar el voluntariado a la próxima década, expresando que este:

(...) es un componente importante de cualquier estrategia dirigida a áreas tales como la reducción de la pobreza, el desarrollo sostenible, la salud, la educación, el empoderamiento de los jóvenes, el cambio climático, la reducción del riesgo de desastres, la integración social, el bienestar social, la acción humanitaria, la consolidación de la paz y, en particular, la superación de la exclusión social y la discriminación.

Hasta el año 2020, esta plataforma cuenta con materiales de consulta, promoción y difusión sobre este tema, pero el sitio ya no cuenta con una actualización constante, por lo que solo se toma como un antecedente, siendo una propuesta para repensar el voluntariado a través del poder de la tecnología y brindar un empoderamiento digital que como ciudadanos ayude a asumirse con esta identidad.

AIESEC

A nivel internacional, AIESEC es una organización sin fines de lucro que promueve el voluntariado juvenil en todo el mundo. Cuenta con un comité que va de lo global a lo local, teniendo presencia en la UNAM. Por su experiencia e incidencia en diferentes esferas de la sociedad, es reconocida por la ONU.



Figura 29.

Nota: Autoría propia recuperado de la página web <https://aiesec.org.mx/> por AIESEC México (2019)

Fue creada en 1948, en Montreal, Canadá. Hasta el año 2020, AIESEC

incluye más de 150.000 miembros en 128 países y territorios(...) está presente en unas 2.400 universidades de todo el mundo, proporcionando más de 30.000 experiencias de liderazgo a sus miembros, y enviando jóvenes en 20.000 intercambios internacionales al año” (AIESEC, s.f).

Esta organización se ha convertido en un referente pionero, sobre experiencias de voluntariado internacional, promoviendo el empoderamiento e interculturalidad. Su plataforma sirve como intermediario para brindar información confiable, segura y de calidad sobre toda las ofertas con las que cuentan, desde un voluntariado internacional, prácticas profesionales de emprendimiento, pasantías en una empresa internacional hasta ser miembro en una de sus oficinas locales.

ONU VOLUNTARIOS:

Los Voluntarios de las Naciones Unidas (VNU) también son un referente internacional, pionero en promover agentes de cambio a nivel global y local. Su labor inició en 1970 con el principal objetivo de alcanzar la paz y el desarrollo entre naciones. Está activo en unos 130 países cada año, con presencia sobre el terreno en más de 80 países, el programa VNU está representado en todo el mundo, está administrado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y depende de la Junta Directiva

del PNUD. Los tipos de voluntariado pueden ser presenciales u online, buscando un alto sentido de responsabilidad y compromiso de ambas partes. De igual forma este programa reconoce el poder del voluntariado para cumplir la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada el 25 de septiembre del 2015 por la Cumbre Mundial de las ONU. Los 17 Objetivos son:

1. Fin de la pobreza
2. Hambre cero
3. Salud y bienestar
4. Educación de calidad
5. Igualdad de género
6. Agua limpia y saneamiento
7. Energía asequible y no contaminante
8. Trabajo decente y crecimiento económico
9. Industria, innovación e infraestructura
10. Reducción de las desigualdades
11. Ciudades y comunidades sostenibles
12. Producción y consumo responsables
13. Acción por el clima
14. Vida submarina
15. Vida de ecosistemas terrestres
16. Paz, justicia e instituciones sólidas
17. Alianzas para lograr los objetivos

 **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



Figura 30.

Nota. Adaptado de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible [Imágen] por Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2015) <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/news/communications-material/>



Figura 31.

Nota. Adaptado de *Voluntariado generación 2030* [Imagen] por Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2015) <https://generacion2030.com/>

“Estos objetivos mundiales son universales, inclusivos y representan un compromiso valiente con las personas y el planeta” (ONU, s.f). Por esta misma razón, el 2018, VNU creó una aplicación para dispositivos móviles, que tiene como objetivo conectar a voluntarios de todo el país, con organizaciones de la sociedad civil, enfocadas en alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Esta propuesta fue impulsada por World Vision México y Dooh Media, el impulso de Scotiabank, el gobierno mexicano, el Instituto Nacional de Desarrollo Social, el Centro Mexicano para la Filantropía, Centros de Integración Juvenil, Teletón, B de Buenas, Consejo Ciudadano de CDMX, entre otras.

Dicha app, busca crear un alto impacto con herramientas tecnológicas, empleadas por las nuevas generaciones. “Organizar, medir y reconocer lo que se está haciendo desde el servicio voluntario es fundamental para incentivar la participación social y llegar a las poblaciones en situación de vulnerabilidad” (ONU,s.f). La app permite crear empatía e información cercana, confiable y certera sobre las necesidades personales traducidas a la acción colectiva, ocupando a la tecnología como una herramienta de transformación social.

VOLUNTARIOS MÉXICO Y VOLUNTARIOS MODELO

Por último es relevante destacar el trabajo que han realizado Voluntarios México y Voluntarios Modelo, dentro de sus campañas en redes sociales y en sus plataformas digitales. Aunque no están directamente relacionadas con la comunidad universitaria de la UNAM, los estudiantes universitarios han participado en sus actividades de manera externa. Voluntarios México es una plataforma que involucra diferentes tipos de voluntariado: corporativo, empresarial y de la sociedad civil para propiciar nuevas experiencias por y para la comunidad. Con 210 eventos, 133 actividades dentro del portal, 25,126 voluntarios y 29,946 horas de voluntariado hasta el año 2019, se han convertido en un referente en la difusión del voluntariado en el país. Por otra parte, Voluntarios Modelo, nace como una iniciativa para sumar acciones, y crear herramientas digitales que permitan conocer a los mexicanos cómo pueden ser parte del cambio. En México, se suman “3,221,408 horas de servicio; 809,034 participaciones de voluntarios; 2,611 actividades acumuladas y 4,812,035 número de beneficiarios”¹⁸ (Grupo Modelo, s.f). El portal sigue activo y con una interfaz, intuitiva, fácil y amigable para seguir acercando el tema y que los ciudadanos que deseen ser voluntarios se identifiquen como tal y puedan así, crear comunidad.

Para concluir es necesario recalcar que algunas facultades y escuelas se apoyan de sus páginas institucionales y redes sociales para hacer difusión sobre convocatorias o temas relacionados con el voluntariado, pero todavía las acciones entre la comunidad universitaria y las entidades o proyectos que necesitan voluntarios son aisladas y desarticuladas; Por lo que el mapeo de las actividades voluntarias formales e informales aún se encuentran en un proceso constante que lleve una suma de esfuerzos con una visión holística y multidisciplinaria.

Las plataformas previamente mencionadas, ponen en el mapa la labor de organizaciones de la sociedad civil, instituciones y actores clave que están creando, mejorando y experimentando el voluntariado desde otras perspectivas, ya sea de manera general o específica promueven el cambio a través de acciones conectadas con la realidad social aunado a la diversidad de expresiones que emergen al momento ejercer el derecho a la participación ciudadana. La plataforma de Voluntarios UNAM hasta marzo 2020, continúa inactiva, a pesar de que siguen vinculando sus estrategias internamente, aún se encuentran en proceso de crear experiencias virtuales que acerquen al estudiante expresiones de solidaridad, resiliencia y empatía, con un enfoque desde el Diseño Centrado en el Voluntario.

¹⁸ Datos registrados hasta febrero del 2020.

2.4 Casos de éxito de voluntariado universitario y su relación con los alumnos de la FAD

“...capacitamos y empoderamos a los jóvenes que toman la responsabilidad del proyecto en sus diferentes áreas; obteniendo de ello experiencia profesional y desarrollo de habilidades personales”.

- Oropeza A.

Este apartado pasará al campo de la acción mostrando dos estudios de caso sobre el voluntariado universitario; **Estrelleros y Fotofestín**. Dichos ejemplos muestran de manera práctica el acercamiento de esta actividad a la comunidad, fueron investigados por el impacto, innovación e incidencia social del tema, de igual forma, se hace un análisis situacional del voluntariado en la Facultad de Artes y Diseño, mostrando la perspectiva del mismo.

FOTOFESTÍN

Un proyecto que ha logrado conectar a estudiantes de la FAD UNAM (Facultad de Artes y Diseño) con una visión holística de lo que significa ser voluntario, es el proyecto cultural de impacto social Fotofestín, Festival de Fotografía Universitaria. Con más de doce ediciones desde el 2010, este evento anual ha logrado empoderar la participación de los jóvenes por interés hacia la fotografía, primordialmente. En este evento, los voluntarios conforman el 96% del equipo del proyecto, en el cual, se involucra a todos los participantes a sentirse parte de un equipo. Aunque la FAD no sea sede del evento todos los años, esta presta sus instalaciones para las capacitaciones y todas las actividades que se requieran.

La directora y creadora de Fotofestín es Ariana Oropeza. Desde la primera edición que fue en mayo del 2011 hasta la actualidad, se ha encargado de las ediciones anuales y extemporáneas, llevándolo a otras entidades del país como Puebla, Guadalajara y Monterrey. El programa de voluntariado es gestionado por Norma Montañez, especialista en gestión de voluntariado a través de la colaboración con su asociación civil Voluntarios Verdes, introduciendo a Fotofestín su modelo de voluntariado presencial y a distancia desde el año 2012.

Las actividades primordiales del evento son: conferencias con expertos del campo profesional, charlas de corta duración mostrando la diversidad de la fotografía, clases para adquirir nuevas habilidades, ejercicios fotográficos, áreas interactivas de patrocinadores y aliados, además de concursos y dinámicas. Los roles en los que se puede desempeñar el voluntario son: gestión de talento, gestión de la comunidad, fotografía; registro del festival y publicitaria, producción audiovisual; registro del proyecto y documental, producción de podcast, comunicación y dirección de arte.



Figura 32.

Nota. Archivo fotográfico de Fotofestín edición 2017 [Fotografía] por Festival de Fotografía FOTOFESTÍN (2017) de: <https://fotofestin.com/>

Durante los cinco meses que dura la capacitación, los voluntarios se desarrollan en tres líneas clave, las cuales son; “desarrollo de habilidades profesionales, desarrollo de habilidades personales, y desarrollo de habilidades técnicas por área que reciben de coordinadores y mentores” (Fotofestín, s.f). También se desarrollan habilidades blandas, como el trabajo en equipo, puntualidad, creatividad, pensamiento crítico, entre otras, al igual que ser parte de un área dentro de fotofestín, la cual, enriquece la experiencia profesional, existe la creación de una red de contactos, hay asesorías con expertos y sobre todo, el joven que elige estar dentro del programa es un agente de cambio y portavoz a través del ejemplo para otros jóvenes.

Las cuatro características que se cumplen dentro del modelo de voluntariado son las siguientes:

1. “Tiene que ser intencionada, es decir, que si persigue un fin y tiene un objetivo positivo y legítimo, es decir, que sepas el objetivo de Fotofestín (...) es ayudar a muchos jóvenes puedan estar en ese trance de ser universitarios a ser profesionistas.
2. Tiene que ser desinteresado, el voluntario no persigue beneficio alguno, ni gratificación por su colaboración.
3. Tiene que ser justificado. Persigue la necesidad y la satisfacción de atender un problema social.
4. Debe ser formativo, es decir, se requieren ciertas habilidades y capacidades para realizar los objetivos” (Fotofestín, 2019).

Fotofestín, no solo busca que se cumplan los objetivos del evento, sino que involucra un desarrollo profesional y emocional para que cada persona que viva el programa se lleve una experiencia de vida de forma responsable, con empatía y amor. Es por ello que:

“A través de un Programa de Voluntariado estructurado, capacitamos y empoderamos a los jóvenes que toman la responsabilidad del proyecto en sus diferentes áreas; obteniendo de ello experiencia profesional y desarrollo de habilidades personales” (Fotofestín, 2019).



Figura 33.
Nota. Archivo fotográfico de Fotofestín edición 2017 [Fotografía] por
Festival de Fotografía FOTOFESTÍN (2017)
de: <https://fotofestin.com/>

PROYECTO ESTRELLEROS, ASTRONOMÍA EN HOSPITALES:

Estrelleros, astronomía en hospitales, es un proyecto piloto coordinado por el Departamento de Comunicación del Instituto de Astronomía de la UNAM. Fue aprobado en la convocatoria: Proyectos de Apropiación Social del Conocimiento de las Humanidades, Ciencias y Tecnologías 2019, por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt).

En dicho proyecto participan investigadores, alumnos, docentes, becarios y voluntarios que buscan acercar la ciencia a niños, jóvenes y familias que se encuentran en espera de sus consultas médicas. Por medio de conferencias, talleres, dinámicas y actividades lúdicas propician una “cultura del conocimiento científico” (Estrelleros, 2000).

Al percatarse de que no había un proyecto similar que promoviera el interés por la astronomía, los creadores del proyecto encontraron un área de oportunidad, que llevará los conocimientos del espacio a otros contextos sociales, más allá de un recinto académico o un auditorio, fue acercar a las personas diferentes formas de aprender sobre planetas, estrellas, constelaciones y los secretos del espacio.

Por ejemplo, uno de los aspectos destacables de Estrelleros fue idear y diseñar talleres que se ajustaran a las necesidades del público al que iba dirigido y cuestionarse: ¿Cuál era la mejor manera de hacer llegar la astronomía de forma divertida? Una de sus prioridades fue que se desarrollarán habilidades kinestésica, auditiva, manual, entre otras, para ir construyendo conocimientos desde una perspectiva pedagógica. Utilizando un lenguaje adecuado, material visual sensible y agradable al públicos infantil y juvenil.

Los objetivos específicos del proyecto son “aumentar la cultura científica, fomentar vocaciones científicas, distraer y entretener” (Estrelleros, 2020). El primer acercamiento fue en el Hospital infantil Shriners. El Hospital Shriners para Niños — México está ubicado en Av. de Imán número 257 desde el año 2006, atiende a la población infantil de 0 a 18 años con problemas ortopédicos o quemaduras, cuenta con 80 camas y 40 quirófanos. Los servicios que ofrece son “ortopedia pediátrica como: órtesis y prótesis, rehabilitación, fisioterapia, terapia ocupacional, terapia respiratoria, educación especial, terapia de lenguaje, dental, recreación, psicología” (Hospital Shriners, 2021).

Las enfermedades más comunes y tratadas para los pacientes son: “problemas de cadera, problemas en pie y mano, escoliosis, discrepancia en el crecimiento de extremidades, deficiencia en miembros superiores e inferiores, secuelas de

quemaduras, enfermedades neuromusculares, raquitismo, parálisis cerebral infantil” (Hospital Shriners, s.f). Con más de 70 años de experiencia, este hospital brinda las mejores instalaciones y servicios médicos de manera gratuita, sin comprometer el bienestar, los estándares de excelencias y el trato humano con las familias que asisten. La experiencia que brindó el proyecto dentro de este espacio, fueron pláticas y conferencias a la gente que estaba esperando ser atendida. Posteriormente invitaron a las personas a participar en algunos de los talleres, los cuales fueron:

Misión espacial: consistió en simular un viaje al espacio, en donde los niños pudieran imaginar que van en una nave espacial, recogen muestras de la luna, creando una experiencia que involucre todos los sentidos.

Construye tu propia galaxia: en esta actividad los niños contaron con un álbum de estampas, en donde fueron pegando imágenes que hablaron de cómo está conformada una galaxia.

La música del universo: a través del oído y el tacto, se creó este taller expositivo, en donde los niños podían imaginar cómo se podría escuchar el espacio.

Los talleres complementan aprendizajes desde aspectos sensoriales al tener un planetario inflable, el cual tiene un aforo aproximado de 30 a 40 personas. También cuentan con telescopios para observar el Sol, concluyendo este viaje con la satisfacción de haber aprendido sobre astronomía .

Así, por unas horas niños y adolescentes olvidaron el motivo que los llevó al hospital. De la mano de sus “cienciatrapeutas” se convirtieron en pequeños astrónomos, imaginaron a seres de otras galaxias, viajaban en una misión a la Luna, conocieron su planeta desde el exterior y la forma esférica de las estrellas, entonaron el Sistema Solar, incluso escucharon la música del Universo (Rojas, 2019, párr.6).

¿De qué forma logró Estrelleros incluir voluntarios? Se apoyó de un programa de becarios, de distintas carreras, que no contaban con conocimientos en astronomía, pero durante el proceso fueron capacitados. Posteriormente crearon un grupo de más de 20 voluntarios conformado por estudiantes, investigadores y académicos del Instituto de Astronomía.



Figura 34.

Nota. Recuperado de la Memoria fotográfica del proyecto "Estrelleros: Astronomía en Hospitales [Fotografía] por proyecto "Estrelleros" (2019) [http://www2.astroscu.unam.mx/DCC/de: https://fotofestin.com/](http://www2.astroscu.unam.mx/DCC/de:https://fotofestin.com/)

El proyecto recibió un impacto positivo, logró conectar desde la empatía un interés por la ciencia y que en un futuro pueda despertar una vocación por esta área de conocimiento. Ante resultados satisfactorios, este proyecto busca ser replicado en otros hospitales de la Ciudad de México y tener un mayor alcance.

ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA FAD:

El voluntariado en la Facultad de Artes y Diseño UNAM es una actividad esporádica y de reciente creación. Se dividirá en dos focos de incidencia: de manera externa y de manera interna. En la parte interna se puede categorizar todas aquellas actividades que se hacen por y para la comunidad universitaria de la FAD, como son: eventos, talleres, jornadas de difusión, coloquios, mesas de diálogo entre otros. Y que pueden llegar a ser institucionales o creados de manera informal por la propia comunidad.

Un ejemplo de ello son: La Jornada Universitaria de Orientación Vocacional, y el evento: El Estudiante Orienta al Estudiante, en los cuales se busca compartir la experiencia universitaria como alumno de la Facultad de Artes y Diseño a estudiantes de bachillerato de la UNAM. Se convoca a alumnos de la FAD de cuarto semestre en adelante para que hablen de su vida académica en las licenciaturas de Artes visuales y Diseño y Comunicación Visual, así mismo para que hagan recorridos guiados por el plantel.

Por otro lado, otra expresión que podría considerarse como voluntariado interno en la facultad es el “Grupo de Universitarios para la Integración y Acompañamiento del Tutorado” (GUIAT). Este programa tiene como finalidad vincular a alumnos de los últimos semestres con alumnos de los primeros, para sean un soporte y puedan brindar “herramientas académicas en las materias donde requieran apoyo y ayuda emocional para que puedan integrarse a la vida universitaria satisfactoriamente” (FAD, p.16) con la finalidad de frenar los índices de reprobación, deserción escolar, ausencia de una experiencia integral, detectar síntomas de depresión, entre otras. Este grupo ayuda a fortalecer “redes de apoyo, empatía, cooperación, solidaridad, tolerancia y afecto” (FAD, p.16).

Cabe mencionar que la modalidad en la que el estudiante puede integrarse en el programa es a través del servicio social, y/o por medio del voluntariado. En su informe de actividades 2018-2019, el director del plantel García Luna, señala que:

“Se atendieron un total de 2073 alumnos de los cuales 2067 recibieron tutoría desde la modalidad grupo-clase, 6 en la modalidad individual, de éstos 5 pertenecen al Programas de Alta Exigencia Académica (PAEA)” (García, 2018). El voluntariado va muy de la mano con el servicio social y programas vigentes que la Dirección General de Orientación y Apoyo al Estudiante (DGOAE) ofrece para colaborar de manera solidaria.

Por otro lado, la manera externa, es la forma retributiva de la facultad hacia el mapa de actores con los que tiene relación. En esta categoría están los programas con las Organizaciones de la Sociedad Civil, museos, proyecto sociales y científicos, dependencias de gobiernos, eventos, talleres, entre otros.

Para fortalecer los proyectos académicos entre alumno, profesor e institución, en el Resumen Ejecutivo del director Gerardo Garcia Luna del 2018-2019, menciona que:

Se organizaron proyectos de voluntariado estudiantil con la primaria Vicente Riva Palacio, en el que participan diez alumnos elaborando murales y con la organización civil Unidos Combatiendo la Esclerosis Múltiple de A.C. (UCEM), coordinado por la maestra Claudya Ortiz Quintero y la participación de doce alumnos que crearon ilustración conmemorativas para el 9o aniversario de las cuales formaron parte del calendario conmemorativo de dicha organización (García, 2018-2019, p.15).

Para concluir, es relevante precisar que aún no se tiene un mapeo cohesionado de los ejes de acción donde ha surgido el voluntario, una razón es que la comunidad no se acepta como este, no existe un órgano como tal que regule, difunda y promueva esta práctica dentro de la comunidad estudiantil de dicha facultad. Siguen siendo acciones aisladas, que dependen de las personas que requieren a los voluntarios para sumarse a dichos proyectos y de la informalidad en la que surge esta expresión, pues muchas actividades de la comunidad estudiantil, nacen sin tener un marco institucional que lo respalde. Se crean como iniciativas en donde surgen valores como la solidaridad, resiliencia y la empatía.



CONÓCENOS

LLAMADOS

EXPERIENCIAS

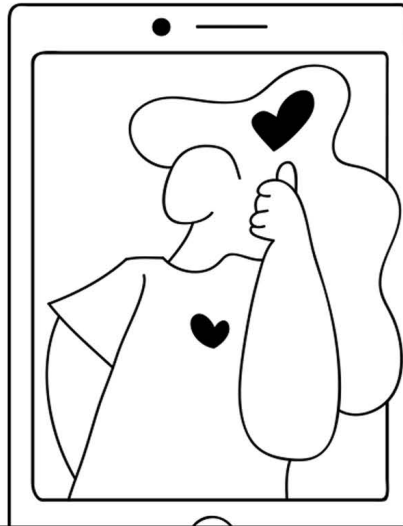
ESTADÍSTICA



SER VOLUNTARIO SIGNIFICA: RESILIENCIA

SOY VOLUNTARIO

SOY ORGANIZACIÓN



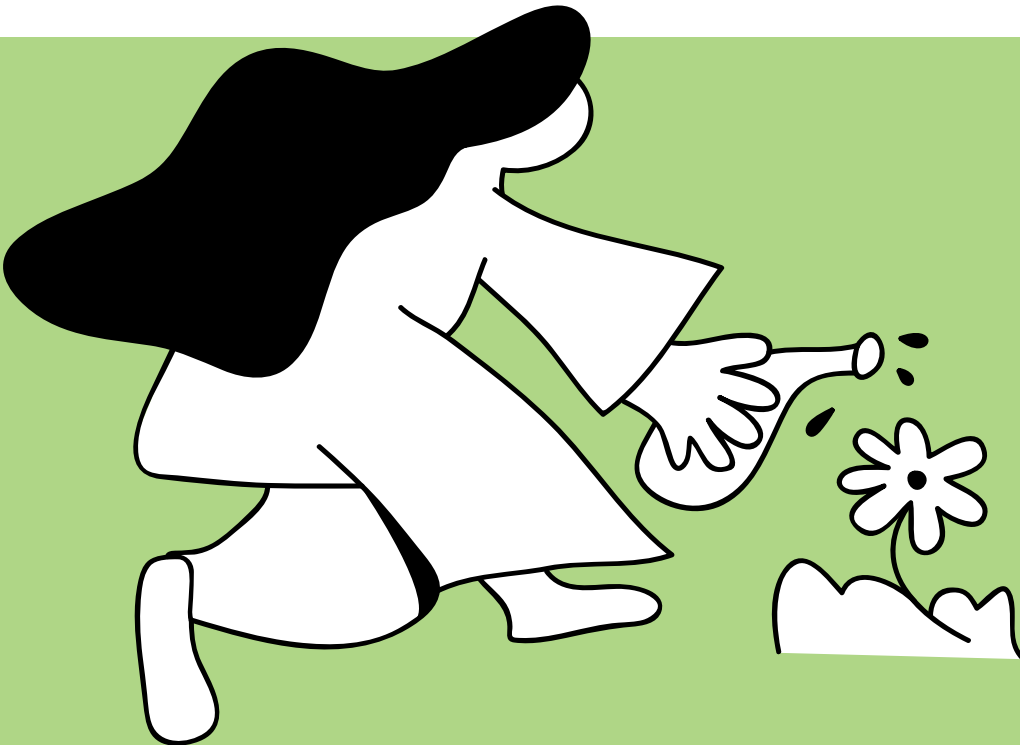
LOS FAVS DE LA SEMANA

MacBook Pro

CAPÍTULO 3

Diseño de información centrado en el voluntario

En el tercer capítulo se abordan de manera práctica, las tres fases de diseño centrado en el voluntario: **Inspiración, Ideación y Creación**. En cada una se seleccionaron las herramientas que funcionaban mejor para derrollar la presente investigación, concluyendo con un prototipo de alta fidelidad y un esquema inicial de validación.



3.1 Inspiración: Antecedentes y planteamiento del problema.

“En medio de la dificultad reside una cosa maravillosa: la oportunidad”.

- Albert Einstein

En el presente apartado se hará un contraste de la información obtenida en el capítulo 1: *Diseño de Información Centrado en el Usuario* y el capítulo 2: *Voluntariado universitario de la UNAM*, un estudio de caso en la FAD. En ambos, se analizó la perspectiva planteada desde el protocolo de investigación para así poder entender qué pasa con el voluntariado universitario a nivel UNAM, cómo se atienden las necesidades de los voluntarios en la FAD desde la perspectiva del diseño de información, y bajo qué óptica se abordan las áreas de oportunidad detectadas para replantear la propuesta práctica de esta tesis.

Los puntos a abordar son: redefinición de las problemáticas y alcances de la investigación con respecto al protocolo, análisis de los aportes a este proyecto con respecto al marco teórico, creación de la misión, visión, valores, objetivos y un FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), desarrollo de la justificación centrada en el propósito de creación de la propuesta, creación de un cronograma, del prototipo y la validación del mismo.

Replanteamiento de las problemáticas:

Cuando se vislumbró este proyecto de investigación, se comenzó con la realización de un protocolo de investigación, posterior a ello se desarrolló el marco teórico que vino acompañado de la investigación de campo. A partir de esto, el planteamiento inicial, tuvo ajustes necesarios para poder ser deseable, factible y viable (IDEO, 2015).

En la siguiente tabla se hace una comparación al inicio de protocolo y de los aportes encontrados durante el desarrollo de la investigación, con base en cada una de las problemáticas encontradas:

1. La definición entendida por voluntariado en México.

FASE DE PROTOCOLO	FASE DE DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN
<p>Justifiqué este punto con autores como Butcher J. y Verduzco G. para exponer, el por qué era necesario una identidad local de voluntariado y que su definición no podía ser planteada bajo un esquema global. Tenía que ajustarse a las necesidades culturales, económicas, sociales e históricas de cada región, y así poder crear estrategias e información basada en el diseño centrado en el usuario.</p>	<p>Durante el capítulo dos amplié la visión de voluntariado con autores como Bosch, Gaete, Chacón, Vecina, Arias, Márquez, entre otros. Por lo tanto, entendí que voluntariado tiene un “acercamiento con otras realidades” (Arias S., 2008), otras formas de ver, de imaginar, pensar, crear e innovar un mundo mejor.</p> <p>Y para desarrollar una visión local y que partiera de la comunidad se creó un taller de Diseño Centrado en el Usuario, en TelmexHub en mayo del 2019.</p>

Tabla 7. Autoría propia. (Tabla: La definición entendida por voluntariado en México, 2020)

Tabla 7. En esta tabla se muestra una comparativa del antes y después sobre los hallazgos encontrados en la presente investigación, abordando la problemática número 1.

FASE DE PROTOCOLO	FASE DE DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN
<p>Mediante el protocolo observé que en la Universidad Nacional Autónoma de México, se han creado programas multidisciplinares que vinculan a los estudiantes como voluntarios en convocatorias para participar en eventos culturales, programas de investigación o brigadas de ayuda como el pasado 19 de septiembre del 2017, conservación de áreas protegidas o tutorías para mejorar el desempeño académico. Sin embargo hace falta la consolidación de un órgano que gestione estas actividades, creando redes de colaboración, programas para este fin, y por lo tanto estrategias y herramientas que diseñen procesos y un sistema de servicios enfocados a los voluntarios o jóvenes que deseen practicarlo.</p>	<p>La construcción del voluntariado en la UNAM “aún sigue en la búsqueda de su propia identidad, continúa indagando cómo diseñar estrategias que le permitan crear una comunidad”.</p> <p>Existen diversas expresiones del voluntariado que llevan tiempo, pero están desarticuladas y poco institucionalizadas. La palabra voluntariado apareció por primera vez en el plan de trabajo del Rector Enrique Graue en 2015. El trabajo con este tema es joven y aún se sigue desarrollando.</p> <p>Esta cita la incluí en el protocolo y prevaleció en la investigación como referencia primordial para entender los parámetros de esta definición:</p> <p>“(…) hasta ahora lo más frecuente ha sido que las investigaciones sobre el tema se realicen en países de Norteamérica y de Europa Occidental siguiendo sus propios esquemas conceptuales y, por otra parte, las escasas investigaciones realizadas en otros contextos (Latinoamérica, Europa del Este, Japón), normalmente se han hecho siguiendo esos mismos esquemas, lo que no ha ayudado para desentrañar las diversas maneras de organizar este tipo de acciones, así como sus significados” (Butcher, 2016, p.100).</p>

Tabla 8. Autoría propia. (Tabla: Un marco de acción poco explorado para crear programas de voluntariado en el ecosistema universitario de la UNAM, 2020).

Tabla 8. En esta tabla se muestra una comparativa del antes y después sobre los hallazgos encontrados en la presente investigación, abordando la problemática número 2.

2. Un marco de acción poco explorado para crear programas de voluntariado en el ecosistema universitario de la UNAM.

FASE DE PROTOCOLO	FASE DE DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN
<p>En el protocolo mencioné que “Aunque ya existen plataformas que proporcionan información para vincular a organizaciones sin fines de lucro con ciudadanos que desean actuar en su comunidad, identifiqué un problema de comunicación y visualización de información que evitan un correcto funcionamiento en la interacción y la búsqueda de la misma, evitando que sea atractiva, divertida y cercana. En consecuencia, estas herramientas tecnológicas no permiten percibir y alcanzar una conexión que responda a las necesidades de los usuarios”.</p>	<p>Fuí de lo general a lo particular ideando estrategias pensadas desde el diseño centrado en el voluntario de la FAD.</p> <p>Se realizaron entrevistas a profundidad con expertos como Celeste Cruz, encargada del programa de voluntariado de la UNAM hasta la presente investigación y a Ausencio Miranda Moreno, Oficial de Promoción y Participación en el Centro Mexicano de la Filantropía (CEMEFI) en el 2018. Se analizaron las plataformas existentes de voluntariado universitario, su vigencia e impacto. Y se hicieron tres entrevistas al igual que una encuesta para conocer el análisis situacional de la Facultad de Artes y Diseño.</p>

Tabla 9. Autoría propia. (Tabla: Un análisis de las plataformas digitales existentes que promueven esta práctica en la UNAM, para conocer su impacto, relevancia y funcionalidad, 2020).

Tabla 9. En esta tabla se muestra una comparativa del antes y después sobre los hallazgos encontrados en la presente investigación, abordando la problemática número 3.

Al desarrollar la parte teórica de esta tesis, encontré que las tres problemáticas analizadas eran acertadas, estaban relacionadas y que las tres se podían resolver a través de herramientas tecnológicas, de procesos de diseño centrado en las personas / voluntario con el enfoque del diseño de información y del replanteamiento de los objetivos iniciales del proyecto. Sin embargo, solo se decidió cambiar los alcances, es decir, ir de lo general a lo particular. Mi enfoque inicial era el desarrollo de una plataforma tecnológica a nivel UNAM, pero por el tamaño de su comunidad, y al encontrar que los esfuerzos por promover la cultura del voluntariado siguen en construcción, decidí enfocarme en la población estudiantil de la Facultad de Artes y Diseño, para poder medir el impacto. De igual forma, en el siguiente cuadro, se exponen las aportaciones encontradas del capítulo 1 y 2:

DESARROLLO DEL PROYECTO

Para darle sentido a esta presente investigación, se desarrollaron las siguientes pautas que definen y estructuran el proyecto:

Misión

Promover la cultura del voluntariado en la comunidad universitaria de la FAD a través de herramientas digitales, con la finalidad de crear una identidad propia y auténtica, con una visión centrada en las necesidades de los mismos voluntarios.

Visión

Crear la comunidad más grande de voluntarios a través de programas de alto impacto e innovación social para ser un referente a nivel UNAM, con un lenguaje cercano, empático y resiliente.

Objetivo Principal:

Diseñar una plataforma digital que permita la interacción y el intercambio de experiencias entre jóvenes universitarios que deseen ser voluntarios a través de la creación de una comunidad activa de la Facultad de Artes y Diseño para dar valor, reconocimiento y promoción a la cultura del voluntariado local.

Objetivo Secundarios:

- **Mapear las experiencias de voluntariado de la comunidad FAD**
- **Mostrar las ofertas de voluntariado dentro de la plataforma.**
- **Ejecutar las herramientas del diseño centrado en el usuario**
- **Identificar las características del voluntariado en la FAD**
- **Intercambiar experiencias para crear comunidad.**
- **Desarrollar la metodología del diseño centrado en el usuario y diseño de información aplicados a los procesos de vinculación, experiencia, empatía y visualización de datos para crear una comunidad voluntaria.**

Valores

Solidaridad, respeto, empatía, resiliencia, responsabilidad, justicia y amor.

FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Visión apegada a nuevos modelos de diseño. • Escuchar activamente las necesidades de nuestros usuarios. • Crear ese puente entre voluntarios y proyectos que los necesitan. • Propuesta de valor basada en la experiencia de usuario. • Puente entre la vida académica y desarrollo de la vida profesional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos económicos limitados. • No contar con aliados estratégicos al inicio del proyecto. • Contar con poca experiencia en creación de plataformas. • Que el proyecto no sea autosustentable o de relevancia para los stakeholders (grupos de interés). • Carecemos de un equipo multidisciplinario.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Poco conocimiento por parte del usuario sobre otras plataformas existentes. • Crear una nueva visión y cultura para promover el voluntariado. • Área tecnológica necesaria pero mal enfocada. • La posibilidad de crear comunidad. • Adaptabilidad a las plataformas virtuales por emergencia sanitaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca oferta de voluntariado • La emergencia sanitaria por COVID-19. • Plataformas existentes con mejor visibilidad de ofertas de voluntariado. • No contar con el apoyo institucional. • Cambio de la actitud de los usuarios hacia el proyecto.

Tabla 10. Autoría propia. (Tabla: FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, 2020).

Tabla 10. En esta tabla se aborda una herramienta de investigación llamada FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debiidades y Amenazas).

Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES		
FASE INSPIRACIÓN	FASE IDEACIÓN	FASE IMPLEMENTACIÓN
Antecedentes. / septiembre 2019	Crear áreas de oportunidad / mayo 2019	Flujo de soluciones / julio 2020
Planteamiento del problema / enero 2019	Identificar patrones / mayo 2019	Validación / junio 2020
Entrevistas a la comunidad / marzo y febrero 2020	Diseño de Arquitectura de la información / marzo 2020	Buscar indicadores / julio 2020
Entrevistas a expertos / septiembre 2018 y noviembre 2019	Análisis de la propuesta de diseño (deseable, viable y factible) / junio 2020	Medir resultados / agosto 2020
Encuesta a la comunidad FAD / febrero 2020	Creación de prototipo / agosto 2020	Mejora y conclusiones / septiembre 2020
	Recolección de comentarios / julio 2020	

Tabla 11. Autoría propia. (Tabla: Cronograma de actividades, 2020).

Tabla 11. En esta tabla se desarrolla una línea de tiempo para desarrollar el proyecto de investigación).

Justificación

Por tanto fue una inquietud personal la que hizo que me percatara de que el diseño aporta valor en los procesos para crear servicios orientados a necesidades específicas, y crear estrategias para desarrollar empatía con lo que nos rodea; Asimismo, entendí que hacía falta un diseño adecuado de información para fomentar el voluntariado, crear una identidad del mismo, mapear las experiencias y vincular a la comunidad

universitaria con distintas causas de la sociedad civil o con las causas de la misma comunidad.

Si se realiza un estudio de lo general a lo particular, en el país “de cada 100 mexicanos con edades de 15 y más años, dos son voluntarios en alguna asociación no lucrativa del país”, es una cifra que ha ido en aumento a lo largo de los años (INEGI,2018, p.1). También, en este mismo informe se observó que:

2 millones 100 mil 812 personas realizaron trabajo voluntario en las asociaciones no lucrativas del país durante 2016. El voluntariado organizado en instituciones sin fines de lucro se incrementó en 59% en los últimos 8 años con lo que, de cada 100 mexicanos de 15 años y más, dos son voluntarios en alguna de las Instituciones Sin Fines de Lucro (ISFL).

Es una cifra que va en aumento aunado a la realidad de que en nuestro país aún las expresiones de voluntariado informal son preponderantes, en el informe *El lazo que nos une* de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) menciona que: “El servicio voluntario informal supera al servicio voluntario formal en todas las regiones en América Latina y el Caribe, el 67% nace bajo expresiones de informalidad” (ONU, 2018, s.f).

Aunque estas cifras son a nivel general, brindan un panorama situacional para entender cómo puede incidir en el voluntariado universitario de la UNAM, considerando que este se institucionalizó en año 2015, es decir, que recientemente se le dio visibilidad, considerando los 100 años que tiene la máxima casa de estudios. Esto quiere decir que a nivel institucional se comenzó a promover y que sí es importante posicionar su contexto para entender que su identidad y desarrollo se siguen construyendo.

Por otro lado, en una encuesta realizada para la Facultad de Artes y Diseño (Véase apartado 3.3): el 60% de los encuestados afirmó haber sido voluntario y el 80% afirmó no conocer ninguna plataforma de voluntariado, es decir, que lo han sido por otros mecanismos de comunicación y difusión.

Gracias a esta respuesta se pudo detectar una de las áreas de oportunidad mencionadas en el apartado 3.1, hasta el día de hoy, tras una investigación entre la práctica y la teoría, considero que falta entender este universo con los procesos del diseño centrado en el voluntario, para comprender a profundidad quiénes son esas personas que desean ayudar por medio del valor de la solidaridad y de qué manera pueden hacerlo, además de darle significado a la experiencia, y que el reconocerse como voluntario, es algo importante y que genera valor.

Pero, ¿Por qué es importante el papel del voluntario? A manera de lista enumero los aspectos esenciales:

- **Es indispensable para la revolución digital, social, económica y cultural en la que el mundo está envuelto**
- **El voluntariado puede ser una pieza clave para transformar realidades**
- **Se ejerce el derecho a la participación ciudadana**
- **Es una buena forma de practicar habilidades, técnicas, sociales y blandas, entre otras.**
- **Poner en práctica habilidades profesionales.**
- **El voluntariado crea comunidad.**
- **Los múltiples beneficios que aporta al desarrollo personal.**
- **Nace de dos motivaciones: “Martí Bosch (2000) señala que existen dos motivaciones principales por las que uno escoge ser voluntario: el denominado el “gusano interior” (motivación personal) y el derecho a participar” (p.15).**

¿Por qué es importante esta investigación? A continuación presento los aspectos primordiales:

- **No existe un órgano gestor de la FAD que involucre al voluntariado como una actividad cotidiana dentro de la vida universitaria en la misma.**
- **Abrir líneas de investigación con enfoque desde el diseño, herramientas que la disciplina da un plus-valor agregado.**
- **Para seguir creando investigación y aportes teóricos al voluntariado universitario**
- **Diseñar un alcance local puede hacer que el proyecto se trabaje bajo un modelo sustentable con impacto social.**

En conclusión, considero que es relevante el desarrollar estrategias y procesos que permitan que a través del diseño se pueda ser un agente de construcción visual, dentro del manejo de información que la cultura del voluntariado necesita para accionar y participar en diferentes causas. Es una transición de ida y vuelta entre lo simple y lo complejo, entre lo macro y lo micro. Traslándose a un ecosistema universitario funciona para cumplir la misión, valores y responsabilidad ética y social que se inculca en la educación de los jóvenes y el deber con la sociedad. Y como agentes de cambio, el empoderamiento juvenil a través del voluntariado puede ayudar a ser conscientes de lo que podemos aportar a nuestro entorno.

3.2 Lo que la comunidad dice: encuesta, entrevistas y taller en TelmexHub

“Nosotros tenemos que ser el cambio que queremos ver en el mundo”.

- Gandhi.

Hasta el 2019, se estimaba que la población estudiantil de la Facultad de de Artes y Diseño estaba conformada por 3146 alumnos. Esta institución académica ha sido un referente de creatividad y con méritos en las disciplinas de las artes y el diseño. Por tal motivo se pensó en crear estrategias que permitieran al alumno vincularse con proyectos, festivales, congresos, instituciones internas (propias de la UNAM) y externas (como organizaciones de las sociedad civil) que le permitieran un amplio desarrollo profesional y personal, dando paso al voluntariado como eje de acción.

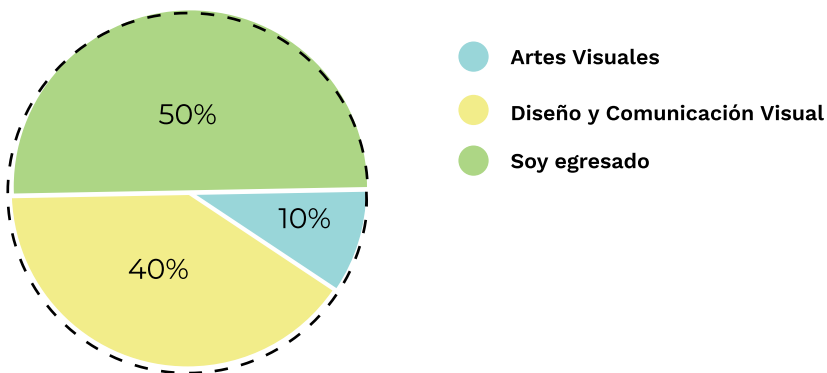
De igual forma , se utilizaron dos instrumentos de investigación: de forma cuantitativa se realizó una encuesta digital con la finalidad de conocer los intereses y el estado actual del voluntariado en la FAD y de forma cualitativa 3 entrevistas a expertos en la materia. Aunado a esto se realizó un taller presencial en mayo del 2019 en TelmexHub, un espacio dedicado a la innovación, creatividad, tecnología y emprendimiento ubicado en la Ciudad de México. Este taller tuvo como propósito fundamental: promover el voluntariado local tomando un fragmento de la comunidad universitaria que permitiera hacer medible, sustentable y escalable un modelo de participación activa que a su vez también pudiera ser replicado en un futuro a nivel UNAM.

LA ENCUESTA:

La encuesta tuvo como objetivo principal comprender la problemática planteada estudiando a la comunidad a la que va a estar dirigida la propuesta de diseño, además de conocer sus necesidades y cómo opera el voluntariado universitario.

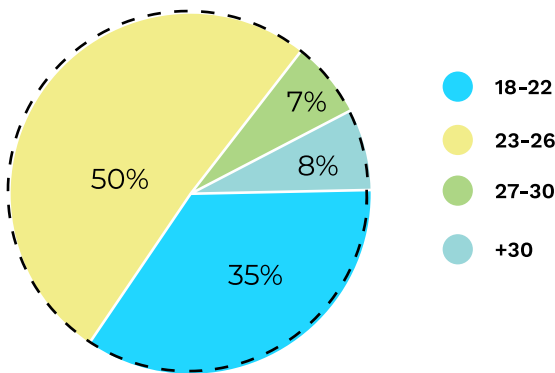
La convocatoria para responder dicha encuesta se hizo a través de redes sociales, en diferentes grupos de la comunidad estudiantil de la FAD, teniendo un impacto positivo y logrando un total de 95 respuestas de jóvenes estudiantes. Además, estuvo compuesta de 13 preguntas, que ayudaron a comprender los rasgos psicográficos y sociodemográficos. Las preguntas analizadas se muestran a continuación.

1- ¿En qué carrera estudias?



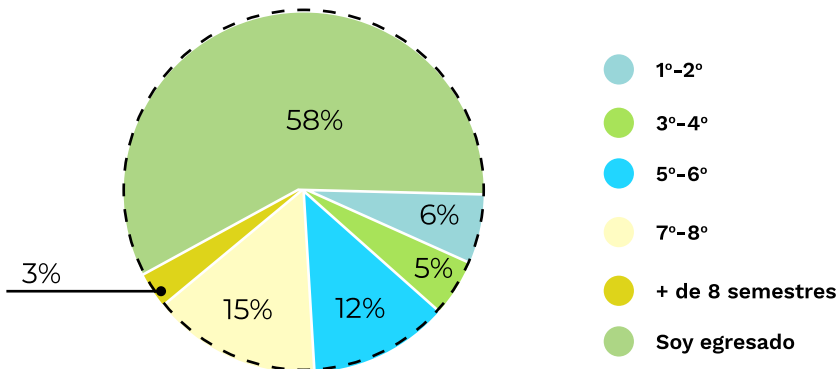
Pregunta 1: La estadística nos dice que de los 95 jóvenes, la mayoría de los encuestados son estudiantes egresados de la Facultad, con un 50% mientras que el 49% son estudiantes activos en las licenciaturas en: Diseño y Comunicación Visual con un 40% y de Artes Visuales con un 9%.

2- ¿Cuántos años tienes?



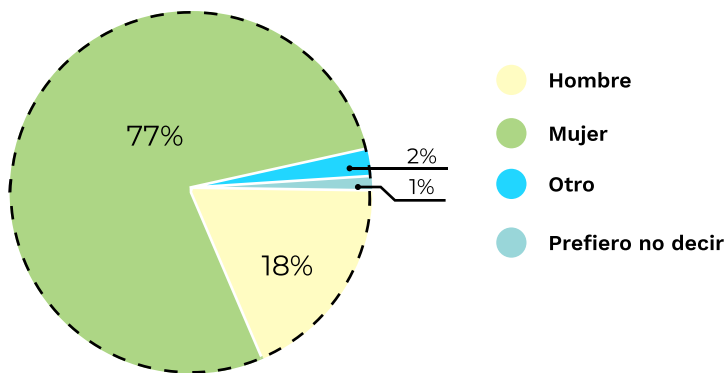
Pregunta 2: Para las edades se utilizaron 4 rangos. La mayoría de los estudiantes que respondieron las encuesta tienen de 23 a 26 años de edad con un 50% y de 18 a 22 años de edad con el 34%, mientras que en rangos inferiores están los mayores de 30 años con un 8% y los de 27 a 30 años con un 6%.

2- ¿Qué semestre cursas?



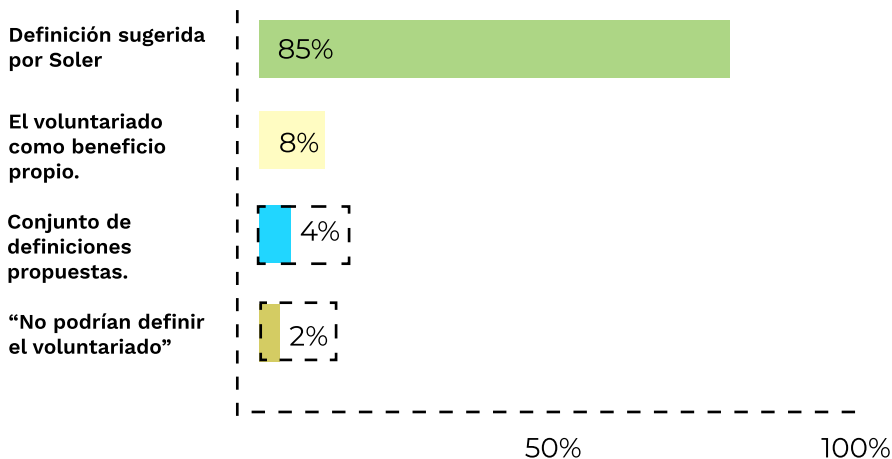
Pregunta 3: Para el semestre en el que se encuentran cursando los estudiantes de la Facultad se manejaron 6 rangos, de los cuales, en su mayoría eran egresados de la FAD con una respuesta de 58%, seguido de alumnos que cursan entre el 7o y 8o semestre con un 15%, y alumnos del 5o y 6o semestre con un 12%. Por otro lado y en menor grado están 1o y 2o semestre con un 6%, 3o y 4o con un 5%. Finalmente, están las personas que aún asisten a la Facultad pero llevan más de 8 semestres con un 3%.

4- ¿Con qué género te identificas?



La mayoría de las personas encuestadas fueron mujeres con un 77%, seguido del género masculino con un 18%, con un 2% se identificaron como “otrx” y un 1% prefirió no responder.

5- ¿Cómo definirías el voluntariado?



El 85% de los encuestados hace referencia al significado de voluntariado, con una definición sugerida por Soler quien señala que es un: “Conjunto de personas que ha adquirido, una conciencia solidaria fundamentada en una visión crítica de la realidad, y en su derecho como ciudadano, desarrollando actividades de forma altruista y solidaria, basadas en su libre decisión” (2007, p.25).

Mientras que el 8.4% expresó que el voluntariado hace referencia a “una actividad que se realiza para beneficio propio, sin un intercambio y busca fines lucrativos”.

En porcentajes menores, con un 2% se expresó que no podrían definir al voluntariado porque no entendían qué significaba. Con un 4%, se sumaron a la definición sugerida nuevas definiciones creadas por los encuestados a partir de escoger la opción de “otro”:

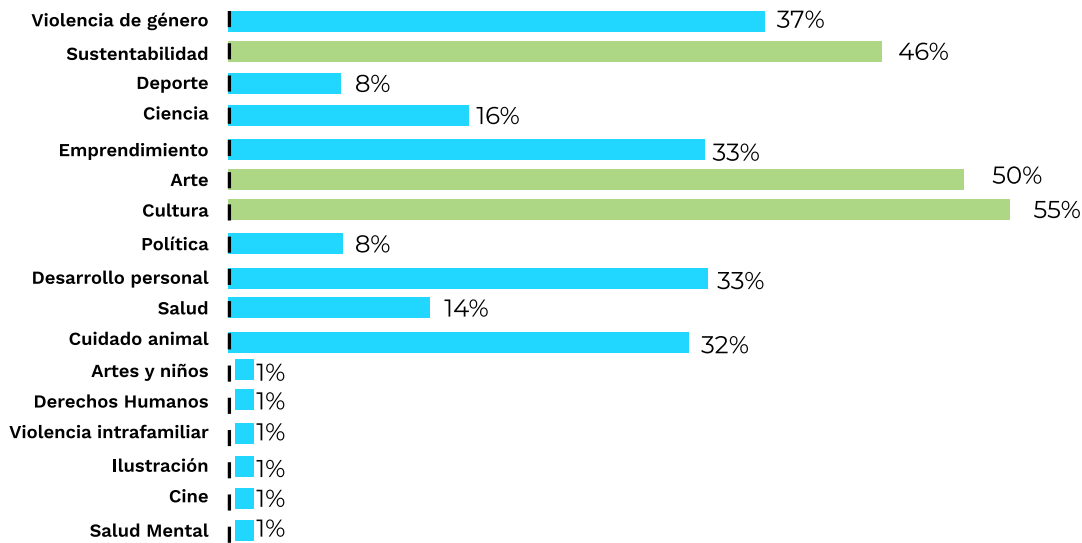
“Mi definición personal de voluntariado es: actividades que se realizan en pro de algún sector de la sociedad. Su principal característica es que debe ser realizada de manera desinteresada y voluntaria. Por otra parte, para mí, el voluntariado es una oportunidad para reconectarnos como sociedad, para crear lazos con personas que tienen el mismo interés de hacer algo en pro de un sector de la sociedad y de manera desinteresada. También ha sido para mí (sic) (y sin buscarlo) una forma de conocer y analizar mis propias emociones, porque al ser voluntario de hospital, todo el tiempo las emociones se hacen presentes, y es necesario conocer y saber cuáles son mis puntos débiles emocionalmente hablando para que no me tome por sorpresa en el hospital”.

“Intercambios desde lo comunitario, el trabajo colectivo, experiencias laborales y la necesidad de tener vínculos sociales desde las diversas disciplinas de interés propio, enriquecimiento de saberes en comunidad”.

“Acción de tipo colectiva, en la que los participantes además de tener un interés en el tema, tienen voluntad de ir más allá de lo común para un beneficio social e incluso mayor”.

“Trabajo sin propósito lucrativo, basado en la voluntad y los intereses (solidarios o no) del sujeto”.

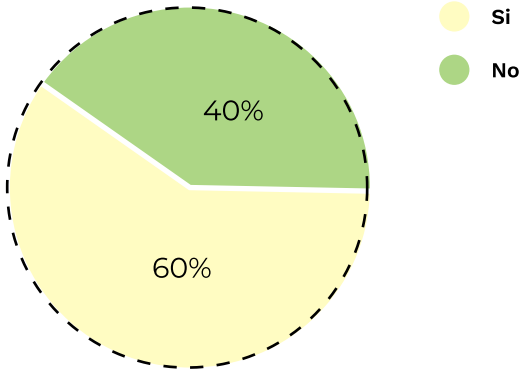
6- ¿Qué temas te interesan? (Selecciona 3)



Con respecto a los temas de interés para la comunidad se escogieron 11 temas relevantes al contexto y demanda actual. Los tres temas que más escogieron los encuestados fueron: cultura con un 55%, arte con un 50% y sustentabilidad con un 46%. En porcentajes medianos están los temas de violencia de género con un 37%, emprendimiento y desarrollo personal con un 33%, seguido de cuidado animal con un 32%.

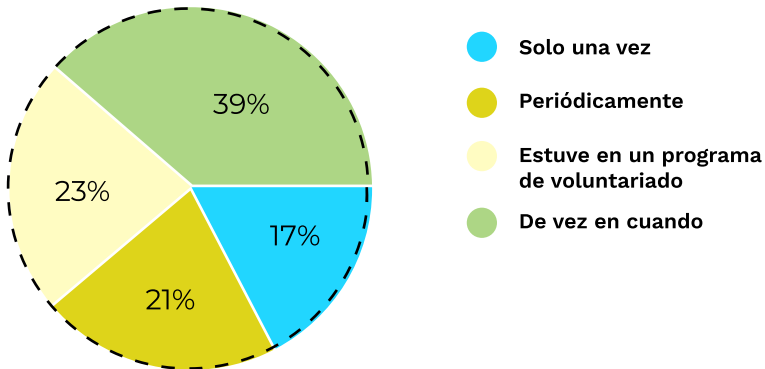
En porcentajes menores se encontró la ciencia con un 16%, salud con un 14%, deporte y política con un 8%. En la opción de “otros” con 1% se incluyeron las siguientes opciones: cine, violencia intrafamiliar, ilustración, derechos humanos, artes y los niños, y salud mental.

7- ¿Has sido voluntario?



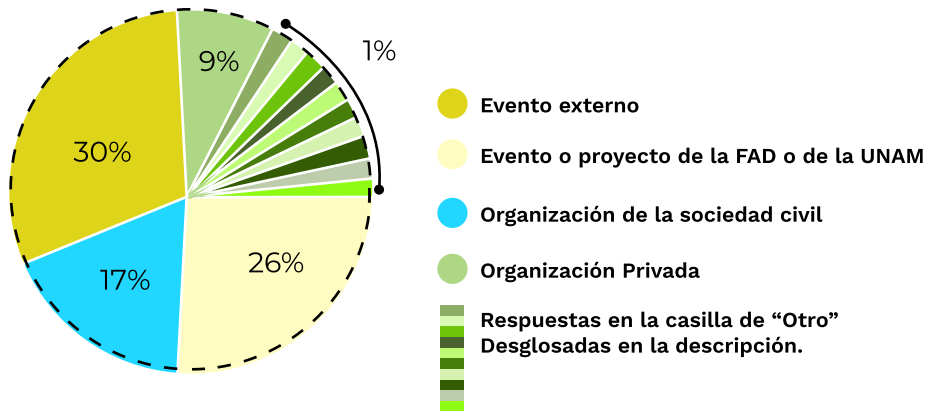
La estadística nos dice que de los 95 encuestados el 60% ha sido voluntario, mientras que el 40% no lo ha sido.

8- ¿Con que frecuencia lo has sido?



De las 95 personas encuestadas solo 57 lo han sido. Y de esas 57 personas encuestadas, el 39% ha sido voluntario **de vez en cuando**, mientras que el **23% estuvo en un programa de voluntariado**, el 21% ha sido voluntario **periódicamente** y el 17% **lo ha sido de vez en cuando**.

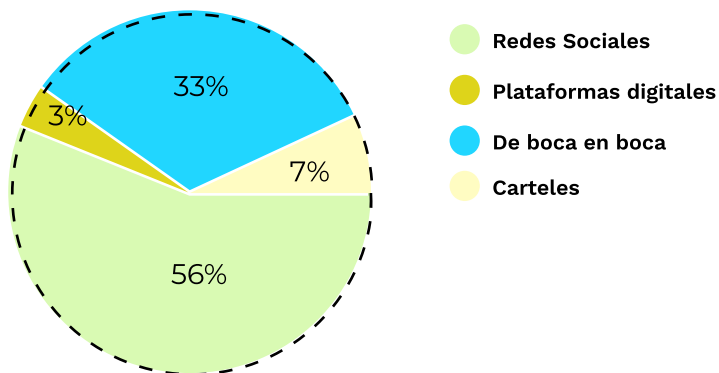
9- ¿En dónde?



El 30% de los encuestados menciona que fue voluntario en un evento externo, el 26% lo ha sido en evento o proyecto de la FAD o de la UNAM. Por otro lado, el 17% de los encuestados ha sido voluntario en una organización de la sociedad civil. El 9% en una institución privada y con 1 respuesta que representa el 1%, los encuestados han sido voluntarios en:

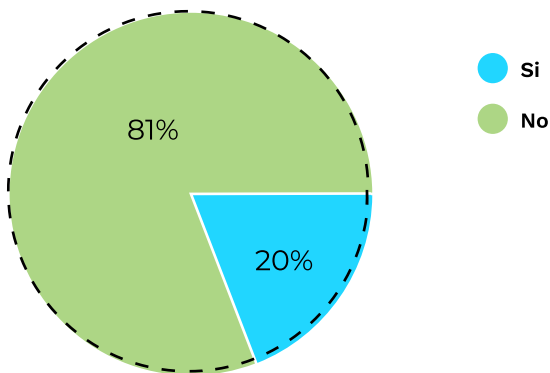
- Albergues de perros en situación de calle.
- En un grupo de voluntarios que aún no está constituido legalmente, pero que trabaja de la mano de algunas OSC para poder ingresar a las instituciones.
- En colectivos comunitarios también en eventos universitarios.
- En los movimientos consecuentes al temblor del 2017 en la FAD así como en otros puntos de la ciudad. También en una Org. Civil enfocada en la recuperación de espacios históricos.
- Festivales de cine, de foto y culturales.
- Soy brigadista.
- Con mi familia y amigos.
- En una OSC.
- En Fotofestín.
- Institución pública gubernamental.

10- ¿En qué medio te has enterado de las convocatorias para ser voluntario?



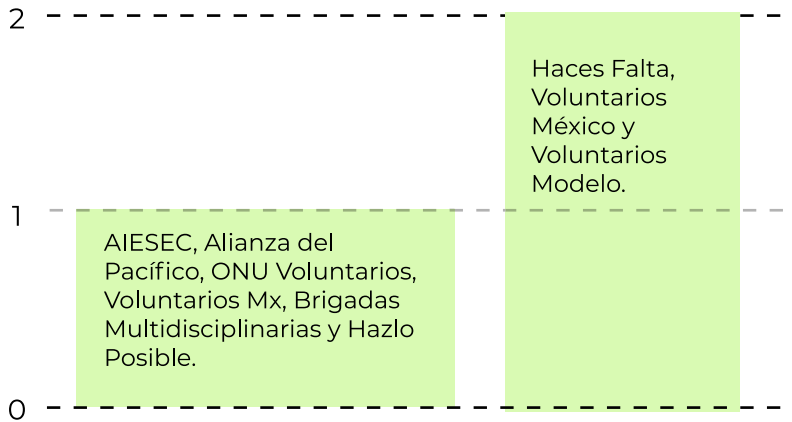
El 56% de los encuestados se han enterado de las convocatorias para ser voluntario a través de redes sociales, el 33% de boca en boca, el 7% por medio de carteles y el 3% a través de plataformas digitales.

11- ¿Conoces alguna plataforma de voluntariado?



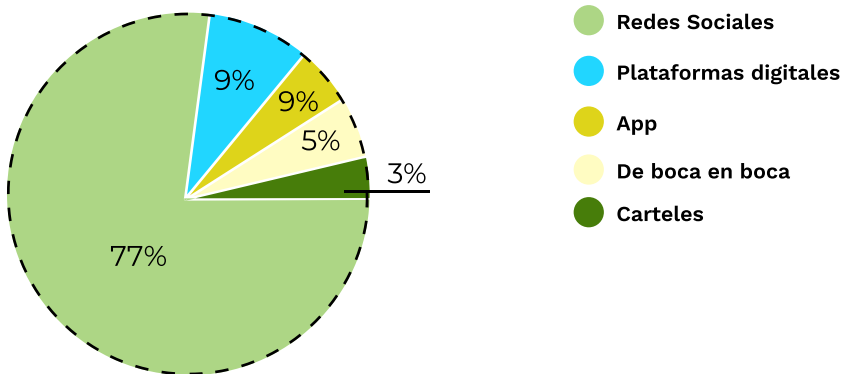
El 80.7% de los encuestados no conoce una plataforma digital, mientras que el 20% de los encuestados sí.

En caso de que sí, escríbela:

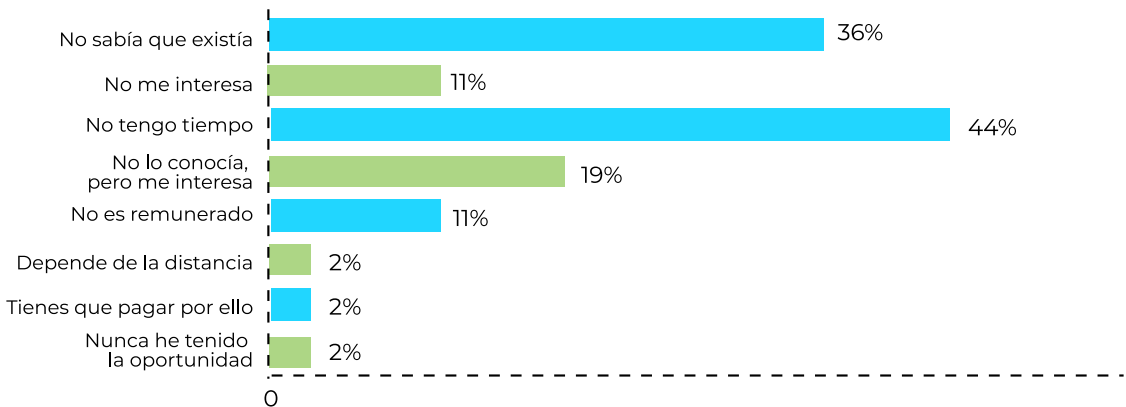


Pregunta 12: Para esta pregunta se obtuvieron 9 respuestas diferentes. Algunas de las plataformas que conocen sobre voluntariado son: AIESEC, Alianza del Pacífico, Haces Falta, ONU Voluntarios, Línea, Voluntarios Mx, Brigadas multidisciplinares y Hazlo posible org. Por último con dos respuestas están: Voluntarios Modelo y Voluntarios México.

12- ¿Por qué medio te gustaría enterarte sobre programas de voluntariado?



13- ¿Cuáles han sido tus motivos? (En caso de no haber sido voluntario)



Pregunta 13: El 77% de los estudiantes encuestados les gustaría enterarse sobre programas y convocatorias de voluntariado a través de redes sociales, mientras que el 9% por medio de plataformas digitales, de boca en boca y con un app para dispositivos móviles con un 5%, y con un 3% por medios tradicionales como el cartel.

Cabe destacar, que de los 95 encuestados solo 36 respondieron que no habían sido voluntarios. La pregunta extra a responder fue: ¿Cuáles han sido los motivos? y las dos opciones con más respuestas fueron “no tengo tiempo” con un **44%** y **no sabía que existía** con un 36%. En un grado intermedio, 19% dijo que no lo conocía pero que le interesaba ser voluntario, respuestas como **no me interesa o no es remunerado económicamente** tuvieron un 11%. En un grado menor con la opción de otros, el 2% respondió que: dependía de las distancia en que se encontrara, qué tenias que pagar por ello, y que nunca había tenido la oportunidad.

Conclusiones de la encuesta:

Con este instrumento de investigación aplicado a una muestra significativa de la población, puedo concluir que de los 95 encuestados, el **50% son egresados**, mientras la otra mitad cursa alguna de las licenciaturas que se imparten en la FAD, **siendo alumnos de la carrera de Diseño y Comunicación Visual los de mayor respuesta con un 40%**. La mayoría de los estudiantes tienen entre **23 y 26 años de edad**, de los cuales el **57% son egresados**, mientras que el 26% se encuentra a la mitad o en los últimos semestres de la carrera. Finalmente, ¿Qué nos dice la estadística? que el voluntariado es una actividad practicada de manera más frecuente en los últimos semestres, cuando se busca complementar la experiencia del aula, con una actividad que una las habilidades duras y blandas a nivel profesional y personal.

Hay un contacto con la realidad y proyectos fuera de aula para adquirir nuevas experiencias. **Un 77% de las encuestadas son mujeres.** Esto quiere decir que el interés por este tema es primordialmente por este género. **El 85% de los encuestados se identificó con la definición presentada por Soler** siendo la referencia primordial para la presente investigación.

Los tres temas de mayor interés para los encuestados fueron: **La cultura con un 50%, el arte con un 50% y la sustentabilidad con un 46%.** El 60% de nuestros encuestados ha sido voluntario siendo más de la media, es decir, esta experiencia no es nueva, sin embargo **el 38% ha sido voluntario de vez en cuando.** Esta actividad continúa siendo esporádica y poco frecuente dentro de la población encuestada.

El 29% ha sido voluntario en un evento externo, mientras que el 26% lo ha sido en un evento o proyecto interno de la FAD/UNAM, es decir, que han tenido un desarrollo e involucramiento con su entorno en actividades sociales, recreativas y de desarrollo. La mayoría de los encuestados se ha enterado de las convocatorias de voluntariado **a través de redes sociales** como principal medio de comunicación, difusión y promoción del mismo. De igual forma detecté un área de oportunidad, debido a que **el 80% de los encuestados no conoce ninguna plataforma digital que promueve el voluntariado,** es decir, que aunque no es el principal medio de difusión se puede crear un medio de comunicación para los estudiantes que deseen ser voluntarios a nivel local, teniendo como aliados a la redes sociales y las experiencias de boca en boca por medio del testimonio.

De igual forma la encuesta arrojó que las personas que no habían sido voluntarios, **fue debido a la falta de tiempo y porque no sabían que existe.** Dos motivos para generar mecanismos que permitan ser una actividad visualizada como un hábito en periodos de tiempo que se ajusten a la vida académica del estudiante.

Con este análisis concluyo que esta encuesta me permitió crear un desarrollo situacional a un plazo de tiempo corto, para conocer las estrategias y herramientas a implementar en el área de ideación y así poder tomar mejores decisiones de diseño centrado en el voluntario.

EL TALLER: DÍA 29 DE MAYO

Los tres días del taller tuvieron lugar en un espacio de co-creación llamado TelmexHub, fue gratuito y tuvo una duración de 2 horas y media cada día, con asistencia de 4 a 5 personas por sesión. El taller se impartió del 29 al 31 de mayo, con la intención de que fuera un primer acercamiento para entender el ecosistema de la comunidad voluntaria, sus inquietudes, los retos que afronta y cómo la tecnología y los procesos pueden cohesionar saberes para crear nuevas herramientas de intercambio, aprendizaje y colaboración.

El primer día del taller se comenzó con una presentación en la cual se expusieron las actividades primordiales del mismo. Como objetivo principal se tenía el: **Diseñar un prototipo de baja fidelidad para la creación de una plataforma digital que permita la interacción y el intercambio de experiencias entre jóvenes universitarios que deseen ser voluntarios en organizaciones sin fines de lucro de la CDMX para dar valor, reconocimiento y promoción a la cultura del voluntariado local.**

El primer día estuvo dedicado a explorar, escuchar las experiencias, definir, delimitar y sentar las inquietudes del tema que servirían para el día dos. Se partió de una investigación cualitativa, la visión de los perfiles de los asistentes del taller y su nivel de expertis basado en sus prácticas dentro de este tema para realizar un trabajo de co-creación.

Con un total de 4 asistentes para el día miércoles, tres cubrían con el perfil deseado, es decir, que eran jóvenes entre un rango de edad de los 18 a los 26 años y con una experiencia previa de voluntariado, solo uno de ellos lo superaba.

ACTIVIDAD 1- PRESENTACIÓN DEL PROYECTO:

En esta parte introductoria, se hizo una presentación para explicar el propósito del taller y el producto final que se iba a obtener. También se mostraron algunos ejemplos para identificar cuáles son los alcances del diseño y cómo este ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas, haciendo énfasis en que se diseña con y para ellas. Uno de los ejemplos mostrados fue el proyecto “Clean team”¹⁹ que tenía como misión llevar el servicio de sanitarios privados a la gente que no podía tener acceso a ellos, mejorando los servicios de limpieza e higiene.

¹⁹ Consultado en <https://www.ideo.org/project/clean-team> Febrero 2020

ACTIVIDAD 2- COMPARTIR EXPERIENCIAS:

En el primer día hubo cuatro asistentes, dos de estos habían sido voluntarias y compartieron su experiencia, Elizabeth Fuentes contó que comenzó dando asesorías de matemáticas, descubriendo su pasión por la enseñanza y su compromiso por la educación. Por otro lado Gabriela nos compartió que había sido voluntaria en un grupo vulnerable con chicos en situación de riesgo, lo cual le ayudó a adquirir nuevas habilidades, desde la empatía, hasta el trabajo en equipo. La finalidad de esta actividad fue crear un ambiente de empatía, que ayudara a recordar cómo son las distintas expresiones para ser voluntario.

ACTIVIDAD 3- ENTREVISTA GRUPAL:

Esta actividad consistió en contestar una serie de seis preguntas abiertas, que nos ayudarán a mapear puntos en común, para posteriormente ir analizando las respuestas entre todos y que las mismas nos ayudarán a construir una definición del voluntariado, como punto de partida.

A continuación se presentan las preguntas y las respuestas obtenidas:

R= Respuesta

¿Qué elementos debería tener un buen voluntariado? (Un propósito)

R: Empatía, aprendizaje, bienestar social, valores, compromiso, cambio, ayuda, talento, felicidad, causa noble, convicción, gratitud, sinceridad, colaboración, intercambio y voluntad.

¿Cómo te sentiste o te sientes siendo voluntario?

R: Satisfacción personal, felicidad, afecto, libertad, motivación, comprensión, amor, fortaleza, reflexión, frustración, “mi esfuerzo es valorado y agradecido”, “Ayudo a otros, con acciones que no suelen ser remuneradas”.

¿Qué factores consideras que podrían impedirte ser voluntario?

R: Falta de buenos programas para realizar voluntariado, “tener ocupaciones de tiempo completo: trabajo o familia”, “no tener un empleo remunerado, falta de recursos económicos, ocupaciones, indiferencia, conocimiento, priorización de actividades trabajo, ejercicios, proyectos personales”.

¿Has utilizado o conoces alguna plataforma para ser voluntario? En caso de que si, menciónala.

R: Tres de los asistentes no conocían alguna y una solo conocía: Haces Falta, ONU (Organización de las Naciones Unidas).

ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO PESIMISTA
<ul style="list-style-type: none"> - Interés. - Conecta. - Enlace con redes. - Contener una gran base de datos para poder escoger. - Base de proyectos sociales para construir algo más grande. - Que cree una identidad del voluntariado. - Geolocalización y mapeo de acuerdo a tu zona para no desplazarse media ciudad. - Entender la importancia del voluntariado para capitalizarlo. - Evaluación constante. - Validación y confiabilidad de la información de proyectos y programas de voluntariado. - Compartir experiencias Intercambiar experiencias. - Valor curricular y reconocimiento a las acciones voluntarias. - Creación de experiencias que vayan más allá de lo virtual. - Que involucre grupos vulnerables. - Segmentación de causas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mucha información. - Interfaz poco amigable. - Muchos requisitos. - Publicidad contradictoria a los valores de la plataforma. - Que haya un costo. - Moderador de lenguaje que pueden desviar la confiabilidad y credibilidad de las causas. - Mal uso de la plataforma: Ejemplo: Que sirva para vender o favorecer la imagen de ciertas organizaciones en lugar de impulsarlas. - Interfaz confusa. - Saturado de texto. - Que no haya una respuesta real y que no logre conectar, no cumpliendo su objetivo primordial. - Mala difusión. - Falta de información. - Poca accesibilidad.

Tabla 12. Autoría propia. (Tabla: Actividad 4, imaginar escenarios futuros

Tabla 12. En esta tabla se visualiza escenarios optimistas y pesimistas para el problema a resolver.

Menciona las problemáticas que afectan el desempeño de un buen programa de voluntariado:

R: “Que te dejen a cargo sin orientarte”, “Falta de compromiso de ambas partes”, “Falta de herramientas para llevarlos a cabo, (infraestructura, equipo, un espacio)”, “confusión sobre el concepto de voluntariado”, mala guía de los responsables, apatía, indiferencia y “no sentirse valorado o involucrado”.

Menciona qué conceptos o palabras clave, definen la palabra voluntariado:

R: Tiempo, retribución, empatía, lazos, comunidad, interacción, calidad, sociedad, juntarse para un encuentro, objetivo en común, interés personal con la visión de la ONG, colaborar con una causa que beneficie a la sociedad, una colaboración voluntaria por una causa noble, sin involucrar un intercambio de trabajo-dinero.

ACTIVIDAD 4- IMAGINAR ESCENARIOS FUTUROS.

Este ejercicio consistió en imaginar cómo visualizamos dicha plataforma en un futuro inmediato (aproximadamente seis meses o un año después de su lanzamiento), desde dos polos: el contexto con perspectiva optimista y el otro pesimista, con la finalidad comprender los alcances y las limitaciones que pudieran presentarse en el camino y poder transformarlas en áreas de oportunidad²⁰.

Cabe mencionar que en esta fase era elemental que no se hablaran de soluciones si no de supuestos, ya que aún no se había identificado las áreas de oportunidad. Esta tabla solo se limitaba a comprender, analizar y generar expectativas sobre el objetivo general de la plataforma.

ACTIVIDAD 5- CONSTRUCCIÓN DE LA DEFINICIÓN DEL VOLUNTARIADO:

Una de las problemáticas planteadas en el protocolo de investigación es la definición que se plantea en México, es por ello que esta actividad busco ahondar sobre qué significa ser voluntario y las palabras que lo construyen. También se buscaba desmitificar las palabras asociadas con este término y que generan poca claridad en el concepto.

Para este ejercicio retomamos las respuestas de las preguntas 1 y 6 del Ejercicio 1. De manera colectiva se trabajó con los asistentes del taller el siguiente concepto:

²⁰ Se muestra la tabla comparativa en la página 129.

“El voluntariado es una acción colaborativa que persigue un fin social que involucra un intercambio de tiempo, experiencia y conocimiento. Esto no necesariamente involucra una retribución material y no persigue fines de lucro”.

CONCLUSIONES PRIMER DÍA:

Estos ejercicios sirvieron para delimitar los componentes bases, conocer de forma general el proyecto, construir el perfil de las personas para las que estamos diseñando y el valor agregado es la experiencia, empatía y acercamiento que los asistentes han tenido con este tema. Aunque son ejercicios de supuestos, funcionaron para poner en acción algunas herramientas que el diseño centrado en las personas ofrece, **como la entrevista grupal, el diseño de personajes ficticios y el darle valor a la experiencia.**

SEGUNDO DÍA

DÍA 30 DE MAYO- CREACIÓN DE ARQUETIPOS- COCREACIÓN

En el segundo día del taller, fueron alrededor de 5 asistentes, integrándose un experto en el tema. Era coordinadora de voluntarios en la asociación Young Men's Christian Association (YMCA), su experiencia en el tema fue útil para la parte de co-creación.

ACTIVIDAD 6- CREACIÓN DE ARQUETIPOS Y PRESENTACIÓN

Este ejercicio tenía como objetivo principal identificar el tipo de persona para la que se está diseñando, sus gustos, necesidades y experiencias. Se dividió en tres partes;

1. Creación de un collage.
2. Desarrollo de preguntas guía.
3. Desarrollo de un párrafo. Este paso estaba basado en el ejercicio propuesto por Coates y Ellison en el libro “Introducción al diseño de información” (p. 36-37).

Paso 1: Collage

Consistió en crear un tablero visual que permitiera ponerle cara a mi usuario o personaje ficticio. Y en nueve imágenes moldearlo para entender quién es esa persona a la que me dirijo. Este ejercicio brinda parámetros visuales que definen en forma, color, estilo de vida y objetos a la personas. Nos basamos en 10 preguntas que se pudieran traducir en una imagen, tomaré de referencia el ejemplo propuesto para el taller:

- **¿Cómo se vería nuestro usuario?** Mujer joven, estudiante universitaria de aproximadamente 19 a 24 años. Vive en la ciudad y dispone de tiempo de ocio.
- **¿A qué destino te irías de vacaciones?** La playa o a entornos naturales.
- **¿Qué tipo de transporte utilizaría?** Su principal medio de transporte es el metro.
- **¿Qué tipo de mascota o animal tendría?** Un perro.

PASO 1: COLLAGE

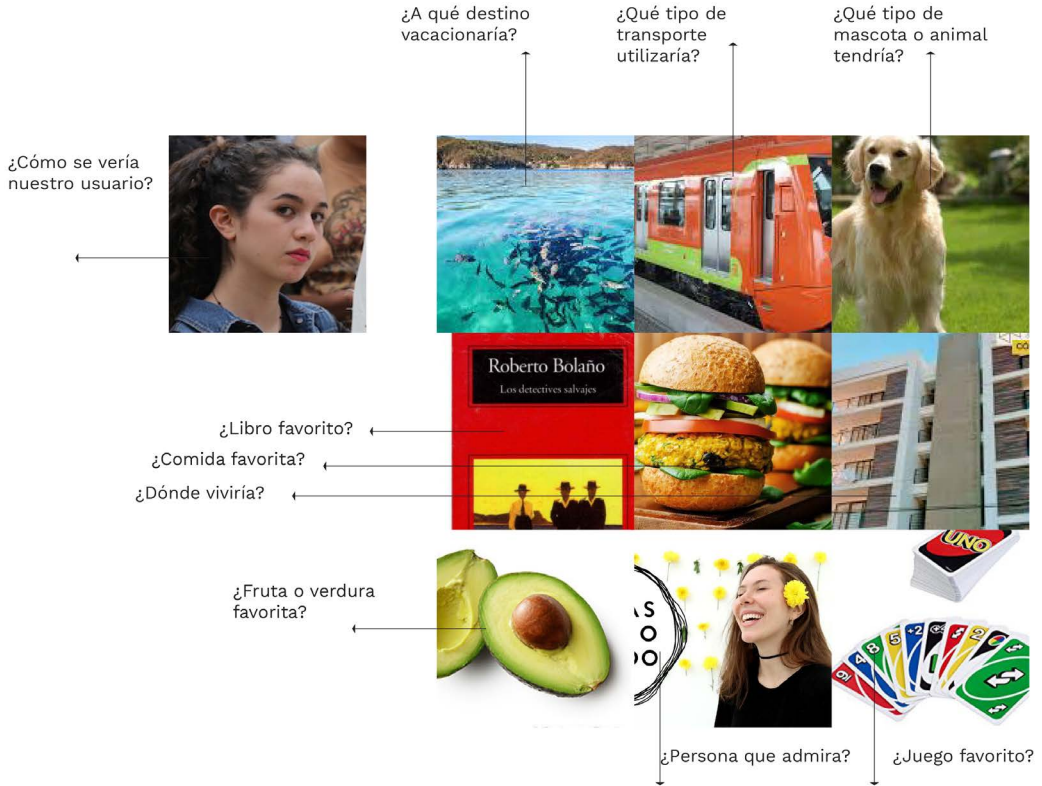


Figura 35.
COLLAGE (2019) [Imagen realizada en el taller de Telmex Hub 2019]. Recuperado septiembre del 2020, autoría propia.

- **¿Libro favorito?** Libros sobre autoconocimiento.
- **¿Comida favorita?** Hamburguesa vegana.
- **¿Dónde viviría?** En un apartamento, al sur de la Ciudad de México porque estudia en la UNAM.
- **¿Fruta o verdura favorita?** Aguacate.
- **¿Persona que admira?** Alexandra Nizhelskaya, tiene un canal de youtube sobre desarrollo personal.
- **¿Juego favorito?** UNO, compartir momentos con amigos.

Paso 2: Preguntas guía

En este paso se contestaron una serie de preguntas para desarrollar al personaje bajo parámetros psicográficos y sociales. Las preguntas fueron las siguientes:

- **¿Es hombre o mujer?** Mujer.
- **¿Cuántos años tiene?** 19.
- **¿Dónde vive?** En la Ciudad de México.
- **¿Dónde estudia?** En la UNAM (letras hispánicas).
- **¿Cuales son sus aspiraciones?** Le gustaría ser escritora, gusto por la naturaleza y temas sociales.
- **¿Qué tipo de red social ocupa más?** Instagram.
- **¿Trabaja?** Solo en verano en una librería de libros usados.

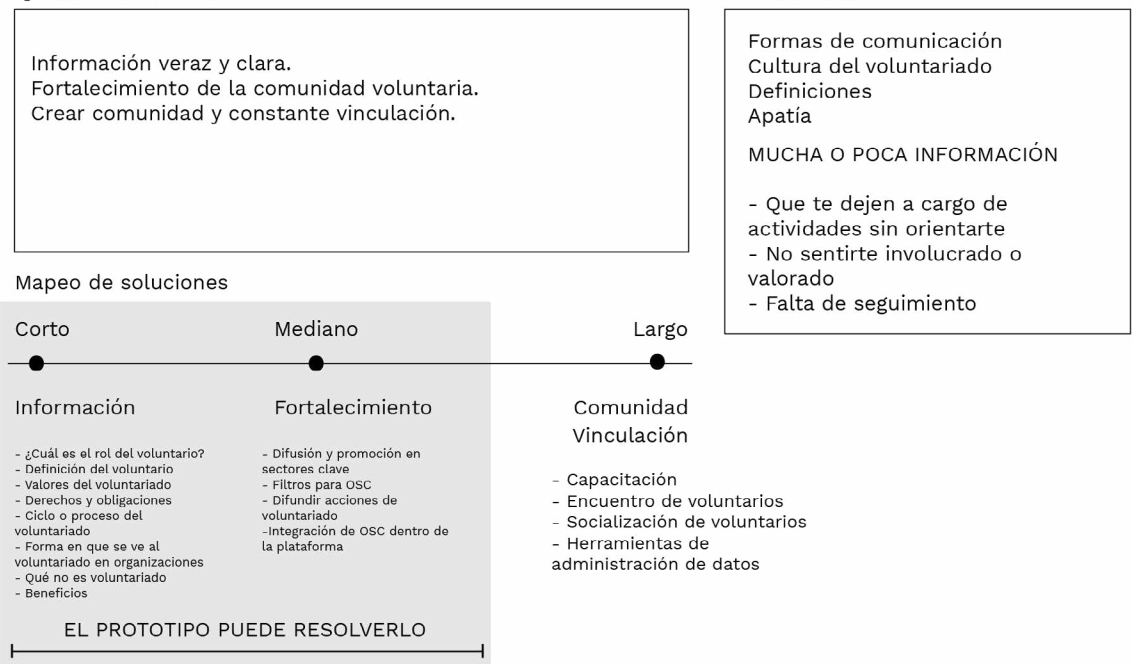


Figura 36. Mapa de tiempo (2019) [Imagen realizada en el taller de Telmex Hub 2019]. Recuperado septiembre del 2020, autoría propia.

- **¿Ha hecho voluntariado?** Si
- **En caso de que no, ¿Cuál crees que sea el motivo para no hacerlo?**
- **¿Qué temas le interesan?** El ecología, el feminismo, maltrato animal

Paso 3 Desarrollo de párrafo

En este paso se construyó un párrafo que permitiera conocer quién es nuestro personaje y cuál es su estilo de vida basado en los pasos anteriores, quedando así la ejemplificación:

“Mariana tiene 19 años, vive con sus papás en un departamento al sur de la Ciudad de México. Estudió letras hispánicas, porque uno de sus sueños es ser escritora de novelas. Le gusta tener un estilo de vida sano y procura respetar la naturaleza haciendo reciclaje, disfruta pasear a su perro. Es sociable y le gusta pasar tiempo con sus amigos. Su medio de transporte es el metro, puesto que está cerca de su casa y llega a él caminando. También disfruta ir leyendo en trayectos largos. Ha hecho voluntariado paseando perros y en campañas de adopción. También escribe en un blog sobre ecología”.

ACTIVIDAD 7- MAPEO DE ÁREAS DE OPORTUNIDAD

Una vez construido el arquetipo, se inició con el mapeo de áreas de oportunidad. Este ejercicio consistió en analizar las respuestas obtenidas de la actividad tres del día uno. Cada respuesta se escribió en un post-it permitiendo acomodarlas en diferentes cuadrantes para entender cuales iban a ser los alcances, que podía resolver el prototipo y que no, detectando de manera grupal las problemáticas y posibles soluciones.

- Las problemáticas encontradas fueron:
- Formas de comunicación
- Cultura del voluntariado
- Definiciones
- Apatía
- Mucha o poca información
- Que te dejen a cargo de actividades sin orientarte
- No sentirte involucrado o valorado
- Falta de seguimiento

A partir de estas problemáticas se encontraron tres ejes para resolverlos en un corto, mediano y largo plazo:

1- Información veraz y clara (Corto plazo)

- ¿Cuál es el rol del voluntario?

- Definición del voluntario
- Valores del voluntariado
- Derechos y obligaciones
- Ciclo o proceso del voluntariado
- Forma en que se ve al voluntariado en organizaciones
- Qué no es voluntariado
- Beneficios

2- Fortalecimiento de la comunidad voluntaria (Mediano plazo)

- Difusión y promoción en sectores clave
 - Filtros para OSC
 - Difundir acciones de voluntariado
 - Integración de OSC dentro de la plataforma
-

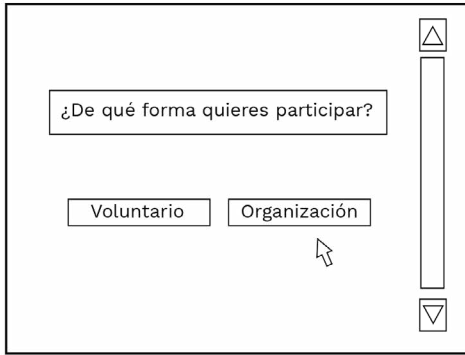
3-Crear comunidad y constante vinculación (Largo plazo)

- Capacitación
- Encuentro de voluntarios
- Socialización de voluntarios
- Herramientas de administración de datos

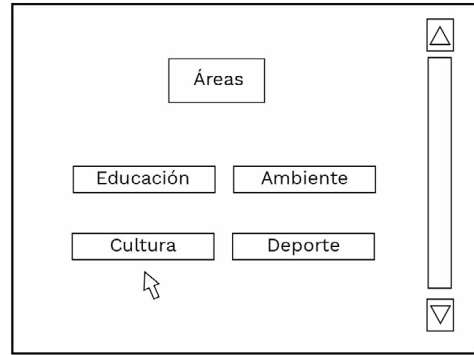
Al final de este ejercicio, los participantes del taller concluyeron que para la creación de ideas en los aspectos de corto y mediano plazo y así poder crear un prototipo real y viable.

ACTIVIDAD 8- EJERCICIO DE LOS 8 LOCOS MINUTOS.

La intención del panorama general fue detectar y comprender que íbamos a resolver. El ejercicio de los 8 locos minutos, tenía como intención crear un sinnúmero de soluciones en un corto período de tiempo de manera individual para poder completarlo en equipo, y así enfocarnos en una solución final. Esta dinámica consistió en que cada participante del taller doblará una hoja en 8 recuadros. En cada recuadro, se tenía que imaginar el cómo le gustaría que la plataforma fuera deseable, factible y viable. Con un minuto por recuadro, se lograron crear 40 soluciones diferentes, es decir, 8 por participante. La idea con esto es centrarse en las soluciones visuales, ir de lo complejo a lo simple. Al final del ejercicio se compartieron los resultados, llevando como reflexión sobre qué ideas podrían ser potencialmente viables.



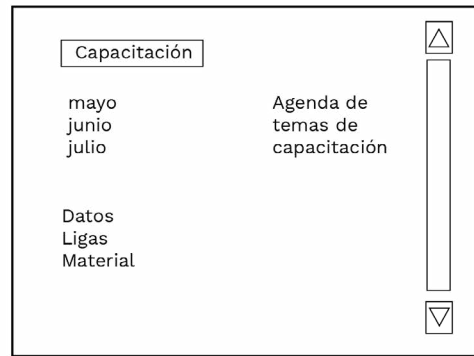
Definir ¿cuál es el rol de participación?, es decir, si es como voluntario o como organización de la Sociedad Civil.



Identificar en qué área te gustaría participar como voluntario. Tener diversidad de oferta.



Material multimedia que explique la definición de voluntario, la motivación y que visualmente sea impactante.



Un apartado dentro de la plataforma que busque capacitación constante y actualizada sobre temas relacionados al voluntariado.

Figura 37. Prototipo de baja fidelidad (2019) [Imagen realizada en el taller de Telmex Hub 2019] Recuperado septiembre del 2020, autoría propia.

Esquema del prototipo de baja fidelidad

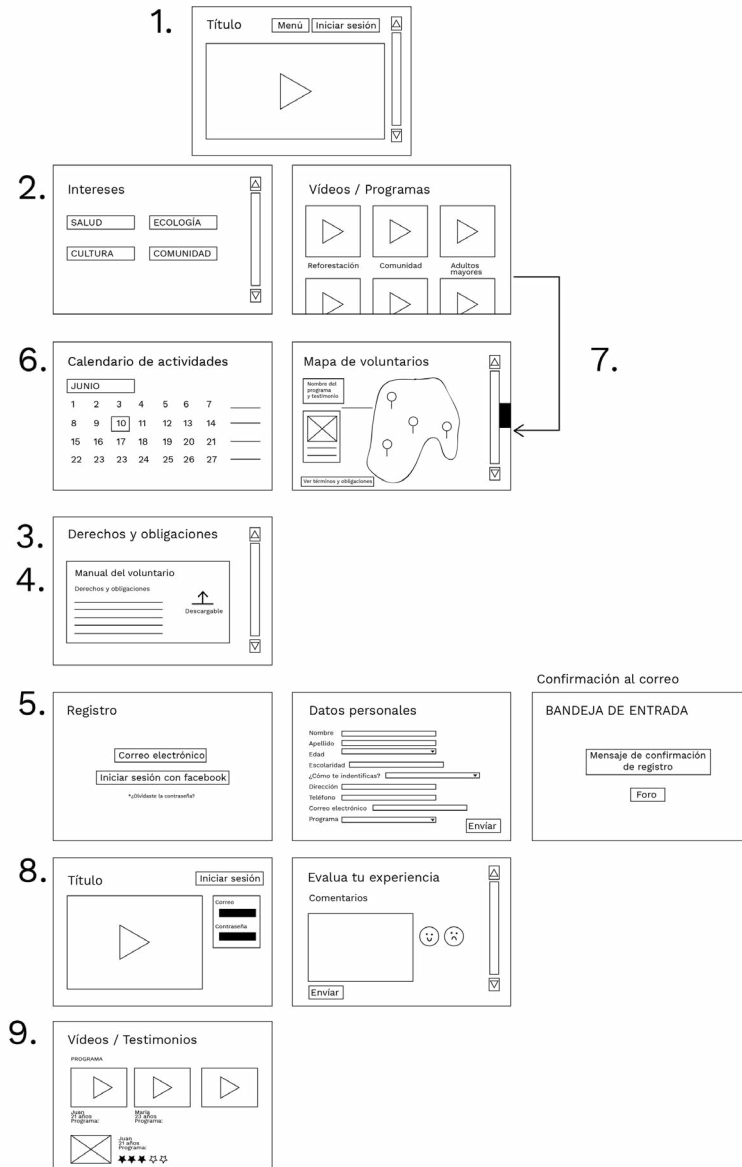


Figura 38. Prototipo de baja fidelidad (2019) [Imagen realizada en el taller de Telmex Hub 2019]. Recuperado septiembre del 2020, autoría propia.

CONCLUSIONES DEL DÍA DOS

Se dio cara, nombre e identidad al usuario, sirvió para comprender y empatizar con la persona ideal que usará el producto o servicio de diseño. También se detectaron áreas de oportunidad que permitieron comenzar a desarrollar la visualización de un prototipo, imaginar las posibilidades, sentar las bases y la dirección de un proyecto.

En esta etapa del taller, no se enfocó en una idea, sino que abrimos el abanico de posibilidades para decantarse en una solución grupal.

DÍA 31 DE MAYO- VISUALIZACIÓN Y PROTOTIPADO

ACTIVIDAD 9: SELECCIÓN DE MEJORES IDEAS

En el último día del taller se escogieron con un punto azul las opciones más viables, de las 6 hojas obtenidas con diferentes ideas que permitiera crear un esquema grupal para la creación del prototipado.

ACTIVIDAD 10: DE PROTOTIPADO RÁPIDO DE BAJA CALIDAD

Con base en la selección de ideas, se comenzó la construcción del prototipado de baja fidelidad, es decir, no se usaron programas de diseño, ni la creación de algo refinado, bastó con hojas de papel y plumones para desarrollar un esquema de 11 pantallas, como se muestran en el diagrama de la página 136.

ACTIVIDAD 11: ANÁLISIS DE MEJORAS Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO FINAL

Al terminar de decidir la visualización final del prototipo, se analizaron sus pros y contras con relación al contexto al que sería aplicado. Fue un ejercicio que permitió desarrollar nuevas soluciones a retos de diseño.

CONCLUSIONES DEL DÍA 3:

Cabe mencionar que dicho taller no contempló la realización de una validación. Aunque es parte esencial del proceso, se pudieron contemplar los objetivos del taller satisfactoriamente, desarrollando un servicios de diseño por medio de la co-creación y la experiencia de cada uno de los participantes.

Se cumplió con los objetivos del taller, creando un prototipo de baja calidad. Se pasó de lo tangible a lo intangible, logrando tener una propuesta en un esquema de 11 pantallas.

RESULTADOS:

El prototipo estaba pensado para ser una plataforma digital y bajo esta condicionante, se logró realizar como producto final una serie de 11 pantallas *sketch* que permitieron presentar un mapa de sitio. Para el periodo de tiempo que duró el taller, el producto presentado fue una oportunidad relevante para integrar un trabajo colaborativo y corroborar que es posible plantear una metodología.



Figura 39.
[Imagen tomada en el taller de Telmex Hub 2019].
Recuperado septiembre del 2020, autoría propia.

CONCLUSIONES DE TALLER:

Es complejo realizar un taller de varios días, debido a que hay distintas variables como el tiempo de los asistentes que puede presentar una problemática. Para completar y profundizar un poco más en la creación de prototipos, faltó la validación, que por cuestiones de tiempo y espacio no se pudieron llevar a cabo. Sin embargo, el colaborar con distintos perfiles para la creación del mismo, permite encontrar diferentes perspectivas sobre cómo abordar el mismo tema y enriquecer los ejercicios para idear posibles soluciones. A modo de conclusión considero que fue un ejercicio acertado para iniciar, ensayar y probar la metodología del Diseño Centrado en las Personas, trabajando de forma interdisciplinaria y aprender como crear un prototipo desde cero.

CONCLUSIONES GENERALES:

- De manera general con respeto a las herramientas de investigación empleadas para la fase de ideación, considero que fue un proceso enriquecedor para:
- Poner en común la base de experiencias y conocimientos desde la comunidad universitaria evitando limitar los alcances de la investigación misma.
- Escuchar, entender y conocer las necesidades reales de la comunidad FAD.
- Ayudar a implementar procesos de diseño que ayuden a visibilizar el voluntariado para gestionar, promover, y difundir el voluntariado en la FAD a través del diseño centrado en las personas.

Toda esta recopilación de información servirá para los siguientes dos procesos: ideación e implementación. De igual forma considero que los objetivos creados para cada una de esta herramientas fueron certeros con valor cualitativo y cuantitativo para la creación de la propuesta de diseño.

3.3 Ideación: Diseño de arquitectura de la información y desarrollo del prototipo.

“El más pequeño acto de amabilidad vale más que la más grande intención”.

- Oscar Wilde.

El presente apartado trasdala toda la parte teórica a la práctica, comenzando con el siguiente proceso: conceptualización, el desarrollo de la idea, creación de prototipo de alta y baja fidelidad, concluyendo con aspectos formales (color, tipografía, diseño) que llevarán a la creación de la propuesta para la presente investigación.

El objetivo primordial de este apartado fue desarrollar la propuesta gráfica que lleva a un acercamiento real de cómo podría visualizarse la plataforma web, teniendo como base el fundamento teórico. Cabe mencionar que la arquitectura de la página web se desarrolló gracias a las observaciones hechas en las entrevistas, las respuestas de la encuesta realizada a alumnos de la Facultad de Artes y Diseño al igual que el taller realizado en TelmexHub.

La plataforma web contará con 4 secciones principales, las cuales son: conócenos, llamados, experiencia y estadística, como se muestra en el diágrama de flujo de la página 142.



Figura 40. Autoría propia [Mapa de sitio de la plataforma web volunTI]. Recuperado en noviembre 2020.

Figura 40. Mapa de sitio en donde se muestran los componentes principales de la página web.



Figura 41. COLLAGE (2019) [Imágen realizada en el taller de Telmex Hub 2019]. Recuperado septiembre del 2020, autoría propia.

SECCIÓN INICIO

En la sección de inicio se presenta de manera general las secciones y el acceso a ellas.

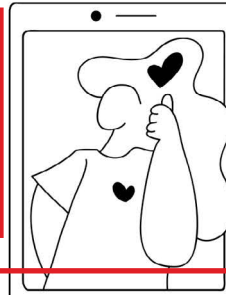
Se dividen las experiencias entre voluntarios y organizaciones de la sociedad civil.

Se muestra el voluntariado en números.



SER VOLUNTARIO SIGNIFICA: RESILIENCIA

[SOY VOLUNTARIO](#) [SOY ORGANIZACIÓN](#)



Secciones generales

LOS FAVS DE LA SEMANA



ROSARIO BADILLO VOLUNTARIX
A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado, se les entregará una carpeta de evidencia

[CONOCELX](#)



YOLIA AC
A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado, se les entregará una carpeta de evidencia

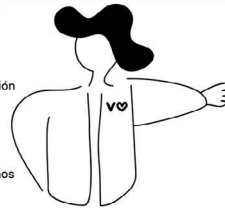
[CONOCELX](#)

Comenzar por tener palabras clave que expliquen lo que significa ser voluntario.

¿CÓMO FUNCIONA?

En Volunti queremos reconocer la labor del voluntariado universitario, por medio de un archivo de entrevistas a universitarios y asociaciones de la sociedad civil con la finalidad de visibilizar el poder social de esta labor.

- PASO 1** Identifícate como voluntario u organización y llena las preguntas de la entrevista
- PASO 2** Validamos tu información para darle seguimiento a tu experiencia.
- PASO 3** La publicamos en nuestra web y le damos un valioso difusión.



En breves pasos se explica la dinámica de la plataforma.

CALENDARIO DE LLAMADOS

FEBRERO

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	27	28	
29	30					

MARZO

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	27	28	
29	30					

FORMULARIO

PROYECTO:
FECHA:
OBJETIVO:
LINK DE LA CONVOCATORIA:
CONTACTO:

[ENVIAR LLAMADO](#)

Se cuenta con un calendario vigente de actividades relacionadas con el voluntariado.

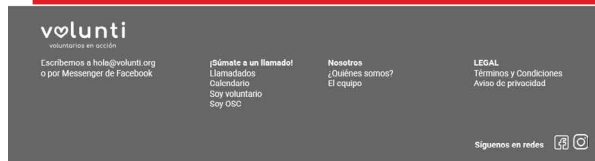
NUESTRA WEB EN NÚMEROS

102
Experiencias de voluntarios

70
Experiencias de organizaciones

40
Llamados a la acción

[CONOCE MÁS](#)





volunti
voluntariado en acción

Escríbenos a hola@volunti.org o por Messenger de Facebook

¡Sumate a un llamado!
Llamados
Calendario
Soy voluntario
Soy OSC

Nosotros
¿Quiénes somos?
El equipo

LEGAL
Términos y Condiciones
Aviso de privacidad

Síguenos en redes  

SECCIÓN: CONÓCENOS

[CONÓCENOS](#)[LLAMADOS](#)[EXPERIENCIAS](#)[ESTADÍSTICA](#)

Esta sección busca mostrár el objetivo de este proyecto y poder dar a conocer las distintas alianzas que se vayan formando con Organizaciones de la Sociedad Civil y actores clave.



MISIÓN

Promover la cultura del voluntariado en la comunidad universitaria de la FAD a través de herramientas digitales, con la finalidad de crear una identidad propia y auténtica, con una visión centrada en las necesidades de los mismos voluntarios.

VISIÓN

Crear la comunidad más grande de voluntarios a través de programas de alto impacto e innovación social para ser un referente a nivel UNAM, con un lenguaje cercano, empático y resiliente.

SOBRE MI



ProSed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt.

Nequa veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehend

Misión

Los participantes del proyecto.

Visión

Mostrar alianzas futuras le da credibilidad al proyecto.

COLABORADORES





voluntari
voluntarios en acción

Escribemos a hola@voluntari.org
o por Messenger de Facebook

¡Súmate a un llamado!
Llamados
Calendario
Soy voluntario
Soy OSC

Nosotros
¿Quiénes somos?
El equipo

LEGAL
Términos y Condiciones
Aviso de privacidad

Síguenos en redes  

SECCIÓN: LLAMADOS

Esta sección contiene un calendario de eventos de acción voluntaria. La idea es que se pueda agregar uno o unirse a uno.

Si alguien desea unirse a seleccionarlo te llevará a la página de contacto del evento y los requisitos que necesitas.

Si desear subir uno se solicita:

- Nombre del Proyecto
- Fecha
- Duración
- Objetivo
- Link de la convocatoria
- Contacto



CALENDARIO: FEBRERO / MARZO

CALENDARIO DE LLAMADOS

FEBRERO


L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	25	27	28
29	30					

MARZO

L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	25	27	28
29	30					

El calendario bimestral o con una periodicidad constante ayuda a que la esta sección sea constante y planificada con los llamados.

6 FEBRERO 2021



YOLIA AC

A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado, se les entregará una carpeta de evidencia

[ME UNO](#)

14 MARZO 2021




CASA HOGAR ALEGRÍA A-C

Nuestra Casa Hogar necesita Voluntarios para asistir a niños en situación de calle

[ME UNO](#)

16 MARZO 2021




AYUDANDO A NIÑOS CON CÁNCER

Desde hace 35 años brindamos apoyo a menores de 20 años de edad diagnosticados con cáncer. Cubrimos las necesidades básicas de los pacientes (y de su familiar) para que continuen recibiendo la atención médica.

[ME UNO](#)

30 MARZO 2021



TECHO

Techo, antes conocida también como Un Techo para mi País, es una organización latinoamericana sin fines de lucro liderada por jóvenes de distintos países de América Latina y el Caribe.

[ME UNO](#)

Abajo del calendario se piensa desglosar las actividades por día, mostrando una foto de la asociación o proyecto, su nombre y una breve descripción del proyecto para culminar con el botón que redirecciona al link de contacto.

SECCIÓN: EXPERIENCIAS VOLUNTARIOS

Esta sección contiene un compilado de entrevistas realizadas a voluntarios universitarios, la finalidad es mostrar a través de la experiencia el valor que tiene el reconocerse como tal.

Vista general
de las personas
entrevistadas.



EXPERIENCIA: VOLUNTARIOS



ROSARIO
BADILLO

A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado.

CONOCELX



OLGA
CASTAÑEDA

A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado.

CONOCELX



JAVIER
ANDRADE

A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado.

CONOCELX



AIME
QUINTO

A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado.

CONOCELX



MARY
ANGUIANO

A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado.

CONOCELX



JOSÉ
PÉREZ

A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado.

CONOCELX

En esta sección se muestra el desglose de la entrevista al voluntario.



Rosario Badillo – Voluntaria en VV (FAD UNAM)



Diseñadora Gráfica egresada de la Facultad de Artes y Diseño por la UNAM. Creo en el poder del diseño para transformar la vida de las personas. Mis campos de acción giran en torno a la creación de proyectos sustentables a través de la innovación social, la tecnología y estrategias integrales en comunicación visual.

Cofundadora de Somos Leya, comunidad que desde la libertad e inclusión, revoluciona la forma de ver y vivir la menstruación y sexualidad, con educación colectiva e e-commerce sustentable.

¿Qué te llevó a ser Voluntaria?

Mejorar la calidad de vida de las personas. Me inspira mucho crear productos y servicios que la gente entienda, los hagan suyos y los vuelvan parte de su vida cotidiana. El diseño está en todas partes y tiene el valioso papel de destacar o aportar a la experiencia de cada ser humano. Mis campos de acción giran en torno a la creación de proyectos sustentables a través de la innovación social, la tecnología y estrategias integrales en comunicación visual.

¿Qué es lo que más disfrutaste de ser Voluntaria en VV?

Mi entorno, mi cultura y el día a día. El día de hoy lo que más me apasiona y me mueve es Leya, mi emprendimiento en el que soy cofundadora, tengo la libertad y responsabilidad creativa.

¿Qué impacto tuvo e tu vida ser voluntaria?

Mi entorno, mi cultura y el día a día. El día de hoy lo que más me apasiona y me mueve es Leya, mi emprendimiento en el que soy cofundadora, tengo la libertad y responsabilidad creativa. Leya es una plataforma de e-commerce y educación colectiva sobre los temas de menstruación y sexualidad, aspirando a ser una comunidad diversa, libre, sin tabúes y sin género. Con este proyecto conocí las otras caras del diseño.

¿Qué consejos darías a aquellas mujeres latinas que quieren entrar en la industria del diseño?

Atreverse a todo, a fracasar sin miedo. Las mejores oportunidades están esperando, solo necesitas salir a buscarlas.

voluntari
voluntarias en acción

¡scríbemos a hola@voluntari.org o por Messenger de Facebook

¡sumate a un llamado!
Llamados
Calendario
Soy voluntaria
Soy ONG

Nosotros
¿Quiénes somos?
El equipo

LEGAL
Términos y Condiciones
Política de privacidad

Síguenos en redes  

voluntari
voluntarias en acción

¡scríbemos a hola@voluntari.org o por Messenger de Facebook

¡sumate a un llamado!
Llamados
Calendario
Soy voluntaria
Soy ONG

Nosotros
¿Quiénes somos?
El equipo

LEGAL
Términos y Condiciones
Política de privacidad

Síguenos en redes  

SECCIÓN: EXPERIENCIAS ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL

Esta sección contiene un compilado de entrevistas realizadas a organizaciones de la sociedad civil, este apartado no solo se limita a este tipo, sino a todas las entidades que a través de su labor promueven el voluntariado.

- Museos
- Facultades
- Grupos de estudiantes
- Eventos

Vista general de los actores clave participantes.

En esta sección se muestra el desglose de la entrevista al voluntario.

VO CONOCENOS LLAMADOS EXPERIENCIAS ESTADÍSTICA

EXPERIENCIA: ORGANIZACIONES



TECHO PARA LA HUMANIDAD

A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado.

[CONOCELX](#)



CRUZ ROJA MEXICANA

A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado.

[CONOCELX](#)



YOLIA A C

A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado.

[CONOCELX](#)



TECHO PARA LA HUMANIDAD

A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado.

[CONOCELX](#)



PROAYUDA A NIÑOS CON CÁNCER A C

A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado.

[CONOCELX](#)



CASA HOGAR ALEGRÍA

A los donadores de nuestra campaña, adicional a un agradecimiento personalizado.

[CONOCELX](#)

VO CONOCENOS LLAMADOS EXPERIENCIAS ESTADÍSTICA

TECHO – OSC



El trabajo de TECHO se basa en generar un vínculo entre el voluntariado y la comunidad de un asentamiento, quienes trabajan en conjunto para generar soluciones concretas que permitan mejorar las condiciones de vida de esta comunidad. Así, TECHO busca que los y las habitantes del asentamiento, sean actores transformadores del territorio en el que viven.

¿Cómo funciona el programa de voluntariado? Semana a semana, voluntario/as desarrollan diversos proyectos y actividades junto a familias y habitantes de asentamientos. Tú puedes poner todo tu talento y energía en esos espacios: Jornadas de levantamiento de información en el asentamiento. Jornadas de planificación comunitaria. Jornadas de planificación comunitaria. Jornadas de mejora del hábitat y construcción de viviendas de emergencia. Campañas de universidades y colegios. Campañas de recaudación, como la Colecta

¿Cuáles son los beneficios de ser voluntario? Mi entorno, mi cultura y el día a día. El día de hoy lo que más me apasiona y me mueve es Leya, mi emprendimiento en el que soy cofundadora, tengo la libertad y responsabilidad creativa.

¿Qué significa ser voluntario TECHO? Mi entorno, mi cultura y el día a día. El día de hoy lo que más me apasiona y me mueve es Leya, mi emprendimiento en el que soy cofundadora, tengo la libertad y responsabilidad creativa. Leya es una plataforma de e-commerce y educación colectiva sobre los temas de menstruación y sexualidad, aspirando a ser una comunidad diversa, libre, sin tabúes y sin género. Con este proyecto conocí las otras caras del diseño.

¿Qué es difícil a todos esos jóvenes que desean ser voluntarios? Atravesar a todo, a fracasar sin miedo. Las mejores oportunidades están esperándote, solo necesitas salir a buscarlas.

[IR AL SITIO](#)



volunt
voluntariado

Escríbenos a hola@volunt.org o por Messenger de Facebook

¡Sumate a un llamado!
Llamados
Calendar
Soy voluntario
Soy OSC

Nosotros
¿Quiénes somos?
El equipo

LEGAL
Términos y Condiciones
Aviso de privacidad

Síguenos en redes  



volunt
voluntariado

Escríbenos a hola@volunt.org o por Messenger de Facebook

¡Sumate a un llamado!
Llamados
Calendar
Soy voluntario
Soy OSC

Nosotros
¿Quiénes somos?
El equipo

LEGAL
Términos y Condiciones
Aviso de privacidad

Síguenos en redes  

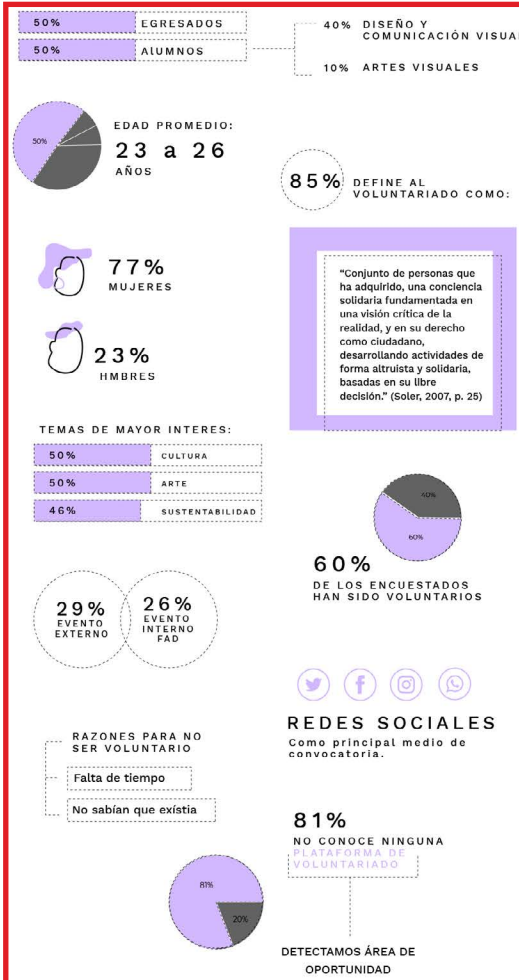
SECCIÓN: ESTADÍSTICA

Esta sección contiene una infografía con los datos recabados de la encuesta realizada a inicios del año 2020 a alumnos de la Facultad de Artes y Diseño.

La idea primordial de esta sección es que se pueda visualizar datos de distintas facultades e ir nutriendo el espectro del voluntariado universitario.

LA FAD Y EL VOLUNTARIADO

95 alumnos encuestados



Resultado de la encuesta realizada a los 95 alumnos de la FAD.

Alguno de los parámetros primordiales tomados en cuenta fueron:

- Carrera
- Edad
- Género
- Definición del voluntario
- Temas de interés
- Desarrollo del voluntariado en la FAD
- Redes de comunicación
- Áreas de oportunidad

volunti

Facultad de Artes y Diseño

¿cómo somos a través de voluntari.org
o por Messenger de Facebook

¡llámame a un llamado!
Llamadas
Calendario
Soy voluntario
Soy OSC

¡nosotros
¿quién es somos?
El equipo

LEGAL
Términos y condiciones
Aviso de privacidad

Síguenos en redes

Tabla comparativa de las decisiones tomadas de diseño

Sección	Justificación de la decisión de diseño
Home / Inicio	<p>Decisión tomada a partir del prototipo creado del taller de Telmex Hub, dónde se buscó crear y promover el voluntariado (véase figura 37).</p> <p>También esta sección se justifica a partir de la respuesta de la encuesta realizada a alumnos de la Facultad de Artes y Diseño de la UNAM, en donde se expresa que el “80% de los encuestados no conoce ninguna plataforma digital que promueve el voluntariado”. En este sentido se busca crear una página de inicio llamativa que pueda explicar que significa ser voluntario y cómo puedes participar.</p>
Conócenos	<p>Decisión de diseño tomada a partir del taller de Telmex Hub (véase figura 37), y a partir de la entrevista realizada a Celeste Cruz en donde menciona la importancia de darle cara identidad al voluntariado en contextos locales (véase anexo 2).</p>

Sección	Justificación de la decisión de diseño
<p>Llamados</p>	<p>Decisión tomada a partir del taller de Telmex Hub (véase figura 38). También surgió a partir de la entrevista a Celeste Cruz, en donde menciona los distintos sectores claves y cómo incidir siendo una organización o siendo un estudiante que desea ser voluntario.</p> <p>También esta sección se justifica a partir de la respuesta de la encuesta realizada a alumnos de la Facultad de Artes y Diseño de la UNAM, en donde se expresa que los tres temas de mayor interés para los encuestados fueron: La cultura con un 50%, el arte con un 50% y la sustentabilidad con un 46%. El 60% de nuestros encuestados ha sido voluntario siendo más de la media, es decir, esta experiencia no es nueva, sin embargo el 38% ha sido voluntario de vez en cuando. Esta actividad continúa siendo esporádica y poco frecuente dentro de la población encuestada.</p> <p>Lo que ofertas de voluntariado, apegadas a las categorías que tuvieron mayor respuesta puedan ayudar a cubrir esta sección.</p>
<p>Experiencia voluntarios</p>	<p>Decisión tomada a partir del taller de Telmex Hub (véase figura 37) Esta sección nos ayuda a definir el rol de participación y así poder seleccionar mejores decisiones al momento de una postulación y de usar la misma plataforma.</p>

Sección	Justificación de la decisión de diseño
Experiencia de OSC	Decisión tomada a partir del taller de Telmex Hub (véase figura 37). Esta sección nos ayuda a definir el rol de participación y así poder seleccionar mejores decisiones al momento de una postulación y de usar la misma plataforma.
Estadística	Esta sección surgió a partir de la encuesta realizada a alumnos de la Facultad de Artes y Diseño para mostrar los resultados de forma útil comunicativa y estética para poder seguir creando datos.

Tabla 13. Autoría propia [Tabla comparativa de las desiciones tomadas de diseño]. Recuperado en noviembre 2020.

Tabla 13. Tabla en donde se muestra la justificación de las desiciones de diseño segun las herramientas utilizadas dentro del proceso del Diseño Centrado en las Personas

Aspectos formales

Es relevante incluir parte de la identidad gráfica realizada para este proyecto, que si bien el enfoque del mismo no se basa en crear un sistema de marca, es importante tener presente la visibilidad y el proceso de identidad corporativa llamado **branding**, el cual puede ayudar a tener un nombre por medio del uso tipografías, un **moodboard**, paleta de color y un estilo visual que ayuda a crear un prototipo de alta fidelidad.

Como propuesta de nombre, para la ideación del presente proyecto de investigación surgió: Volunti a partir de un juego de palabras entre la palabra “voluntad” y el peso del cambio que recaé en uno, adjuntando la terminación del pronombre personal “ti”.

A continuación se presenta el resultado final de una suma de signos entre la palabra “Volunti” A nivel visual se sustituyó la “o” por un corazón con símbolo de solidaridad y amor, siendo dos valores primordiales dentro del mundo del voluntariado.



Paleta de color

SECCIÓN

SIGNIFICADO

Voluntario

Color de la simpatía y armonía.

Organización

Color de la confianza y la estabilidad.

Contacto

Color neutral que no evoque emociones.

Estadística

Color que inspira confianza y creatividad.

Experiencias

Color que representa responsabilidad y neutralidad.

Llamados

Color que representa armonía y juventud.

Conócenos

Color relacionado a la originalidad de algo nuevo.

C:68%
M:7%
Y: 14%
K: 0%

R: 53
G: 180
B: 209

HEX: #35B4D1

C: 93%
M:61%
Y: 49%
K: 35%

R: 12
G: 71
B: 85

HEX: #0C4755

C:0%
M:62%
Y:63%
K: 0%

R: 244
G: 127
B: 97

HEX: #F47F61

C: 7%
M:32%
Y:100%
K: 0%

R: 235
G: 175
B: 31

HEX: #EBAF1F

C:65%
M:0%
Y: 58%
K: 0%

R: 85
G: 190
B: 144

HEX: #55BE90

C:15%
M:11%
Y:12%
K: 0%

R: 214
G: 214
B: 213

HEX: #D6D6D5

C:60%
M:51%
Y:51%
K: 20%

R: 102
G: 103
B: 102

HEX: #666766

Tipografía

Work Sans Bold

Títulos

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
_ ; : Ñ * " ' ; ? = () / & % \$ # " ' ! 1234567890

Work Sans Medium

Textos y Subtítulos

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
_ ; : Ñ * " ' ; ? = () / & % \$ # " ' ! 1234567890

Work Sans Regular

Tags y acentos

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
_ ; : Ñ * " ' ; ? = () / & % \$ # " ' ! 1234567890

A modo de conclusión para este apartado, señalo que crear este prototipo de alta fidelidad ayudó a comprender de forma asertiva el aspecto visual del planteamiento e ideas propuestas en el taller realizado en TelmexHub en 2019, al igual que las otras herramientas de investigación.

De igual forma el uso de elementos propios del diseño gráfico, como el color, forma, y aspectos para la creación de una plataforma web, ayudaron a definir el estilo visual como un acercamiento general a la plataforma. Gracias a los pasos anteriores, se construyó la base de este prototipo, que posteriormente durante la fase de validación, se puso a prueba para ver si era viable, cumplía con el objetivo planteado en la presente investigación y si era un instrumento con capacidad transformativa para el ecosistema universitario dentro de la comunidad FAD-UNAM.

3.4 Implementación: Validación.

“Sentimos que lo que hacemos es solo una gota en el océano. Pero el océano sería menos a causa de esa gota”.

- Madre Teresa

Para finalizar la creación de prototipado se desarrolló la fase de validación, en la cual se realizaron 4 entrevistas a profundidad realizadas a 1 egresada y 3 alumnas de los últimos semestres en las licenciaturas de Diseño y Comunicación Visual y, Arte y Diseño. También se realizó una entrevista a Celeste Cruz, jefa del Departamento de Voluntariado Universitario por la UNAM para complementar las anteriores y poner en perspectiva los resultados obtenidos. A continuación se muestra el perfil de cada voluntaria, los aciertos y áreas de mejora encontradas.

Aime Guinto, aportación a la investigación:

Fue voluntaria en Locomoción, un evento de animación y FIDNIC, un evento para crear comunidad en la Facultad de Artes y Diseño en el año 2016. Considera que para que haya un buen programa de voluntariado es necesaria la escucha activa y sentirte parte de un equipo. Una plataforma ideal para promover el voluntariado sería aquella que tuviera diversidad de opciones para escoger y en donde todos pudieran unirse.

Al revisar el prototipo de plataforma creada para la presente investigación considera que el calendario es funcional y cubre la necesidad de conocer qué ofertas existen para los estudiantes que desean ser voluntarios. El lenguaje inclusivo o el uso de la “x” ayuda a crear un ambiente diverso dentro del tono con el que se busca acercar el voluntariado a la comunidad de la FAD (Facultad de Artes y Diseño) y las ilustraciones refuerzan el mensaje escrito ya que lo hace amigable, divertido y cercano.

El área de oportunidad que detectó fue que la recolección de datos sea específica y personalizada para que ayuden a crear información estadística y se vaya construyendo un espacio virtual para la misma comunidad de la FAD.

María Anguiano, aportación a la investigación:

Fue voluntaria en el primer Coloquio de Diseño Sustentable e Innovación Social realizado en la Facultad de Artes y Diseño, no se considera una voluntaria frecuente pero tiene interés por el medio ambiente y acciones en donde se pueda mostrar la solidaridad. Su programa de voluntariado ideal sería aquel en el que se pueda interactuar con otras personas, conocer sus opiniones, su crecimiento, en donde haya planeación, ideación, capacitación y trabajo en equipo.

Algunos aspectos positivos encontrados para validar el prototipo fue el tema de la inclusión, que el voluntariado es diverso en sus distintas expresiones, ya sean formales o informales. Considera funcional que las secciones están divididas por colores ya que hace uso del diseño de información y el diseño también va apegado al grupo de interés al que va dirigido.

Las áreas de oportunidad detectadas fueron que la sección de entrevistas ya sea para organización de la sociedad civil o de voluntarios no fueran tan largas, sino con preguntas estratégicas y diversas que permitan conocer la esencia de cada uno. De igual forma, en esta misma sección, la entrevistada considera que sería oportuno incluir un área de comentarios o validación para calificar a las organizaciones. Por último, también considera necesario que la sección de llamados sea estratégica y personalizada para que se puedan mapear los más cercanos y en caso de ser acciones virtuales, también se apeguen a los intereses de cada participante.

Denisse Cerón, aportación a la investigación:

Fue voluntaria en el año 2012 en la fundación Cambia un Destino A.C, encargada de promover la adopción de perros y gatos con servicio veterinario abierto al público general. Esa experiencia impactó en su vida cambiando la manera de ver el trato hacia los animales. Su plataforma ideal sería aquella en la que pudiera encontrar programas de voluntariado con objetivos dirigidos a un público específico, testimonios de personas voluntarias y programas de voluntariado internacionales.

Dentro de los aspectos positivos del prototipo creado fue que existiera el perfil de organización y el de voluntario, ya que complementa el espectro de actores clave,

puesto que no solo se centra desde una perspectiva. La plataforma es amigable, empática con la información que proporciona y atiende las necesidades de la población estudiantil de la comunidad FAD.

Por otro lado, los aspectos que la entrevistada consideró necesarios mejorar, fue que el calendario de la sección de llamados sea personalizado. También, mencionó el incluir un test que ayude a escoger el tipo de voluntariado a partir de las necesidades de cada alumno. Sería una herramienta funcional porque permitiría ser selectivo con la información y ayudaría a conocer cuales son los gustos e intereses a nivel tangible. Por último señaló que añadiría una sección de preguntas frecuentes, para que complementa la experiencia de usuario.

Xen Rubio, aportación a la investigación:

Voluntaria en AIESEC, un programa de voluntariado internacional juvenil en el cual colaboró en una fundación que trataba a mujeres en situaciones de violencia y a niños. Su plataforma de voluntariado ideal sería aquella en donde se pudieran compartir experiencias de otros voluntarios a través de la fotografía, que haya diversidad y flexibilidad en los proyectos en los que se puedan participar y que vaya balanceado con los horarios de la vida académica.

Dentro de los aspectos acertados en la validación del prototipo fue la interfaz de la página web ya que es ilustrativa, fresca, cercana y basa la experiencia como un activo intangible para darle difusión al voluntariado. Algunos aspectos importantes que destacó como áreas de oportunidad fueron: agregar experiencias de voluntariado internacional, aunque no entre en la sección de llamados sino en la sección de experiencias, para conocer otras organizaciones o voluntarios que ayuden a nutrir lo que significa el voluntariado. También añadiría una sección de material educativo como artículos, libros, informes y referencias que complementen la experiencia.

Para cerrar la validación de la presente investigación se realizó una entrevista a **Celestre Cruz Martínez, Jefa del Departamento de Voluntariado Universitario en la UNAM**. Durante este proceso se mostró de forma sintetizada el planteamiento del proyecto, los alcances y la síntesis del proceso de diseño realizado. Una vez visto esto, señaló algunas áreas de oportunidad a tomar en cuenta al momento de desarrollar el prototipo.

Algunos de los aspectos positivos que mencionó fue el valor de trabajar desde lo local para poder reconocer y crear una comunidad de voluntarios “FAD” como un grupo, y no como acciones aisladas, por otro lado, también considera pertinente que se debe enfocar en la comunidad estudiantil. Celeste expresó que “Aunque la DGOAE (Dirección General de Orientación y Atención Educativa) es un órgano gestor, todos los esfuerzos recaen en las manos de ciertas personas en forma local” (2021).

También mencionó que la experiencia, es un aspecto intangible que debe ser tomado en cuenta, destacó que el trabajo que se hace desde la Dirección de Servicio Social y Voluntariado Universitario, en su mayoría es estadística que sirve para los rankings universitarios, porque es un elemento que se considera importante; Por lo tanto, algunos de los datos que piden son los números de estudiantes que participan, el número de proyectos o acciones de voluntariado en los que participaron. Así que generar información complementaria al pilar de la parte tangible, servirá para promover la cultura del voluntariado

En este sentido Celeste destacó que:

“Si retomamos el espejo que es el servicio social, existe una plataforma que tal vez no cuenta con las características que se comparten en la propuesta, que es como más visual, más de imagen, la plataforma que tenemos del servicio social es más como un registro para tener una sistematización, un histórico de los proyectos, acciones de voluntariado, no es un espacio informativo o de vinculación o para compartir experiencias” (2021).

También mencionó que si bien existe la invitación para difundir voluntariado en la Facultad de Artes y Diseño, Celeste señaló que no hay un enlace en la misma, por lo que ahí podría existir un área de oportunidad para crear comunidad desde los estudiantes.

Otro aspecto importante es que las oportunidades de voluntariado que se puedan promover dentro de esta propuesta planteada no tengan que pasar por los tiempos y aprobación institucionales, debido a que muchas veces los procesos administrativos son largos y merman el espíritu de organización.

Uno de los aspectos negativos mencionados es respecto a la pertinencia de tener una plataforma como principal mecanismo de difusión. Celeste menciona que

“Ahora casi todo se mueve por redes sociales, siento que casi no se consulta un sitio web. Eso les pasa con la Plataforma Mexicana de Voluntariado y casi no se visita, se visita más Facebook o Instagram” (Cruz, comunicación personal, 22 de mayo de 2021).

También mencionaba que los enlaces de voluntariado, no solo son con escuelas y facultades, si no con museos por ejemplo:

Pensando en una plataforma para el voluntariado, ahí la cuestión es que no todos los proyectos de voluntariado que se difunden desde la DGOAE siempre lo organiza la UNAM, se hace la vinculación con Organizaciones de la Sociedad Civil y de las cuestiones más fuertes es la difusión (Cruz, comunicación personal, 22 de mayo de 2021).



Figura 42.
[Imagen tomada de la entrevista realizada a Celeste Cruz Martínez, 2021, Jefa de Departamento de Voluntariado Universitario, UNAM]. Recuperado mayo del 2021, autoría propia.

Y la difusión se hace a través redes sociales cuando llega alguna convocatoria o a veces de forma más directa, lo que se utiliza es el sistema de enlace con la comunidad estudiantil que manda un correo y les llega a la bandeja de entrada”.

Por otro lado un aspecto destacable es que a nivel central se trabajaron con unos lineamientos, no es un reglamento como el servicio social ya que el voluntariado no está normado en la legislación universitaria. Dicho documento tiene el objetivo de que se implemente en cada espacio, sobre todo cuando se hace voluntariado externo fuera del espacio universitario, que pueda brindar seguridad tanto como para quien realiza la actividad como para las personas voluntarias.

Hasta la presente investigación no es un documento público, pero se trabajó en el grupo de los enlaces de voluntariado universitario y está siendo evaluado por la Dirección General de Legislación Universitaria para su posterior publicación. Es pertinente mencionar que este documento se crea como un punto de partida general, pero que es conveniente que cada espacio lo trabaje de forma local de acorde a sus necesidades específicas y con sus propios lineamientos internos.

La jefa del departamento de voluntariado, considera pertinente esta propuesta, expresando su apoyo para crear redes de colaboración, que me permitan diseñar esta propuesta planteada. A modo de conclusión puedo expresar que este acercamiento permitió crear una comunicación horizontal, un diálogo abierto y nuevas perspectivas para futuras líneas de investigación que permitan desarrollar la metodología de diseño en el ecosistema del voluntariado universitario.

De igual forma, con este apartado concluyo que dichas entrevistas me permitieron conocer de forma cualitativa, empatía y real, las necesidades de la comunidad universitaria de la UNAM a un primer nivel y a un segundo nivel de la FAD. Fue bastante enriquecedor para esta investigación pues encontré áreas de oportunidad escuchando diferentes opiniones, experiencias y comentarios que me ayudaron a ampliar de forma holística e interdisciplinaria este la iteración del prototipo de alta fidelidad diseñado.

CONCLUSIONES

Para concluir la presente investigación es destacable mencionar que las ideas más relevantes que descubrí en mi proyecto la definición del diseño de información en el ámbito teórico práctico, el impacto que tiene en la vida cotidiana de las personas el proceso de comunicación que está implicado en el mismo y el análisis del diseño centrado en el usuario para poder aplicarla. Por otro lado, se amplió la visión de voluntariado con autores como Bosch, Gaete, Chacón, Vecina, Arias y Márquez. Se observó que la construcción del voluntariado universitario en la UNAM continúa en la búsqueda de su propia identidad, indagando como diseñar estrategias que le permitan crear comunidad.

Dentro del método cuantitativo utilizado es preciso mencionar que de los 95 encuestados, el 50% son egresados, mientras la otra mitad cursa alguna de las licenciaturas que se imparten en la FAD, siendo alumnos de la carrera de Diseño y Comunicación Visual los de mayor respuesta con un 40%. La mayoría de los estudiantes tienen entre 23 y 26 años de edad. De los cuales el 57% son egresados, mientras que el 26% se encuentra a la mitad o en los últimos semestres de la carrera, ¿cuáles han sido tus motivos? (En caso de no haber sido voluntario).

¿Qué nos dice la estadística?, que el voluntariado es una actividad practicada de manera más frecuente en los últimos semestres, cuando se busca complementar la experiencia del aula, con una actividad que una las habilidades duras y blandas a nivel profesional y personal. Hay un contacto con la realidad y proyectos fuera del aula para adquirir nuevas experiencias. Un 77% de las encuestadas son mujeres. Esto quiere decir que el interés por este tema es primordialmente por este género. El 85% de los encuestados se identificó con la definición presentada por Soler siendo la referencia primordial para la presente investigación. Los tres temas de mayor interés para los encuestados fueron: La cultura con un 50%, el arte con un 50% y la sustentabilidad con un 46%. El 60% de nuestros encuestados ha sido voluntario siendo más de la media, es decir, esta experiencia no es nueva, sin embargo, el 38% ha sido voluntario de vez en cuando. Esta actividad continúa siendo esporádica y poco frecuente dentro de la población encuestada. El 29% ha sido voluntario en un evento externo, mientras que el 26% lo ha sido en un evento o proyecto interno de la FAD/UNAM, es decir, que han tenido un involucramiento con su entorno en actividades sociales, recreativas y de desarrollo.

La mayoría de los encuestados se ha enterado de las convocatorias de voluntariado a través de redes sociales como principal medio de comunicación, difusión y promoción del mismo. De igual forma detecte un área de oportunidad, debido a que el 80% de los encuestados no conoce ninguna plataforma digital que promueve el voluntariado, es decir que, aunque no es el principal medio de difusión, se puede crear un medio de comunicación para los estudiantes que deseen ser voluntarios a nivel local, teniendo como aliados a las redes sociales y las experiencias de boca en boca por medio del testimonio. De igual forma la encuesta arrojó que las personas que no habían sido voluntarios, fue debido a la falta de tiempo y porque no sabían que exista.

Dos motivos para generar mecanismos que permitan ser una actividad visualizada como un hábito en periodos de tiempo que se ajusten a la vida académica del estudiante. Con este análisis concluyo que esta encuesta me permitió crear un desarrollo situacional a un plazo de tiempo corto, para conocer las estrategias y herramientas a implementar en el área de ideación y así poder tomar mejores decisiones de diseño centrado en el voluntario.

En el método cualitativo, los puntos más destacables en el taller de concreción en el espacio Telmex Hub fueron:

- De manera general con respecto a las herramientas de investigación empleadas para la fase de ideación, considero que fue un proceso enriquecedor para:
- Poner en común la base de experiencias y conocimientos desde la comunidad universitaria evitando limitar los alcances de la investigación misma.
- Escuchar, entender y conocer las necesidades reales de la comunidad FAD.
- Ayudar a implementar procesos de diseño que ayuden a visibilizar el voluntariado para gestionar, promover, y difundir el voluntariado en la FAD a través del diseño centrado en las personas.

Las entrevistas a profundidad realizadas a los expertos en el tema de voluntariado a Celeste Cruz, encargada del programa de voluntariado de la UNAM y a Ausencio Miranda Moreno Oficial de la Promoción y Participación en el Centro Mexicano de la Filantropía (CEMEFI) aportaron información actual sobre el estado actual del voluntariado en jóvenes, en que mecanismos están trabajando para promover y difundir esta práctica al igual que aportar sus distintas visiones para delimitar el marco teórico.

El objetivo principal de la presente investigación fue

Diseñar una plataforma digital que permita la interacción y el intercambio de experiencias entre jóvenes universitarios de la Facultad de Artes y Diseño para dar reconocimiento y promoción a la cultura del voluntariado local, sustentando la propuesta y desarrollo en la metodología del diseño centrado en las personas con el enfoque del diseño de información.

Considero que este objetivo no fue logrado con éxito porque solo se llegó a la creación de un prototipo de alta fidelidad aunque sí se validó y se recibió retroalimentación de aspectos de diseño y funcionalidad no logra impactar de manera local.

Por otro lado, un desacierto fue la extensión del tiempo en la que desarrolle mi investigación, mermando un poco el proceso de iteración. Al igual que la validación fue un proceso que se desarrolló una vez para no prolongar la investigación e ir cerrando los avances encontrados.

Dentro los objetivos secundarios los que si se llegaron a cumplir fueron:

Capítulo 1:

- Conocer qué es el Diseño de Información.
- Identificar cuál es la importancia del Diseño de Información en la vida cotidiana.
- Analizar el impacto del diseño de Información en un contexto local.
- Identificar qué metodología se aplica para desarrollar un adecuado diseño de Información.
- Analizar los puntos de convergencia entre el Diseño de Información y el Diseño Centrado en las personas.

Capítulo 2:

- Definir el voluntariado universitario.
- Conocer las características del voluntariado universitario.
- Analizar el contexto del voluntariado universitario en la UNAM.
- Valorar las plataformas existentes de voluntariado universitario.
- Identificar las características de voluntariado en la FAD.

Capítulo 3:

- Mapear las experiencias de voluntariado de la comunidad FAD.
- Ejecutar las herramientas metodológicas del Diseño Centrado en las Personas.

- Aplicar la metodología del diseño centrado en el usuario con enfoque en el diseño de información aplicados a los procesos de vinculación, experiencia, empatía y visualización de datos para crear una comunidad voluntaria.

Dentro de los objetivos que particulares, que no se cumplieron pertenecen al capítulo 3, los cuales fueron:

- Mostrar ofertas de voluntariado dentro de la plataforma.
- Intercambiar experiencias para crear comunidad.

Dichos objetivos no se cumplieron porque el prototipo creado solo se validó una vez y no se pudo implementar en la comunidad de la Facultad de Artes y Diseño con éxito.

Dentro de los aprendizajes obtenidos del capítulo uno aprendí la importancia del proceso del diseño de información centrado en las personas y como este puede ser un mecanismo para mejorar la calidad de vida de las mismas. El diseño está en todo lo que nos rodea, desde un empaque, un mapa, una guía, las líneas del metro, un semáforo o una aplicación para un dispositivo móvil, mi tarea en este capítulo fue conocer a profundidad las bases teóricas que sirven de apoyo al momento de traducir todo este lenguaje del diseño en el cotidiano. Autores como González, Vilchis, Frascara, entre otros, construyeron las bases de este aparato crítico y le dieron vida a este apartado llegando a la conclusión de que el diseño de información es un enfoque de la disciplina del diseño que resuelve el problema que ocasiona que las personas resuelvan los suyos en distintos sentidos, dándole valor a la experiencia.

Comprender cuáles son los alcances del diseño de información permitió visualizar cómo las personas pueden decidir sobre lo que consumen, digieren y comparten. Identificar cuando los empodera, disminuye la incertidumbre que va desde una simple decisión sobre cómo moverse en la ciudad, hasta las interfaces tecnológicas, que permiten al usuario desenvolverse y darle seguridad en la vida diaria. Esta visión se apoya del diseño centrado en las personas el cual es, un proceso que conjuga varias técnicas para crear soluciones a retos de diseño tomando en cuenta la capacidad cognitiva, creativa y el trabajo en equipo.

El capítulo dos me permitió conocer el estado actual del voluntariado para desmembrar las problemáticas planteadas que fueron;

- 1. La definición entendida por voluntariado en México.**
- 2. Un marco de acción poco explorado para crear programas de voluntariado en el ecosistema universitario de la UNAM.**
- 3. Análisis de las plataformas digitales existentes que promueven esta práctica en la UNAM para conocer su impacto, relevancia y funcionalidad.**

Se llegó a la conclusión de que para la presente investigación el voluntariado universitario es una herramienta formativa y educativa, que busca crear redes de cooperación entre la comunidad universitaria para involucrarse dentro y fuera de ella, ejerciendo su participación con solidaridad, justicia, ética, resiliencia y empatía. De igual forma pude hacer un mapeo general de algunas plataformas de voluntariado de las cuales se llegó a la conclusión de que aún se siguen creando estrategias internas dentro de la comunidad universitaria y aún se encuentran en proceso de crear experiencias virtuales que acerquen al estudiante estas expresiones de solidaridad, resiliencia y empatía, con un enfoque desde el diseño centrado en el voluntario. Por último, expreso que en el capítulo tres aprendí a desarrollar la metodología de investigación del diseño centrado en las personas y logré crear un prototipo de alta fidelidad.

Algunas de las herramientas que me permitieron llevar a cabo la parte de co-creación fueron las entrevistas a expertos, una encuesta a 95 alumnos de la comunidad universitaria de la Facultad de Artes y Diseño UNAM y un taller en Telmex Hub con una comunidad de voluntarios. Al final de este proceso culmine este con la validación, recibiendo comentarios oportunos y aspectos de mejora para la creación de una versión beta o de prueba.

La investigación tiene múltiples áreas en las cuales desarrollarse y muestra de una manera novedosa la temática del voluntariado, es decir desde la cosmovisión del diseño de la información multimedia o en plataformas digitales el cual aún no ha sido explorado con tanta profundidad, es por ello que este ejercicio abre nuevos horizontes a una comprensión integral del voluntariado, así mismo se hace evidente que el diseño es elemental en la vida de los seres humanos desde los aspectos más simples hasta procesos complejos que permiten el desarrollo de la personalidad sociocultural, es entonces comprensible el valor que tendría explorar aún más los alcances del diseño de la información en múltiples áreas del conocimiento y ámbitos de la vida.

El voluntariado es beneficioso en términos generales para nuestra sociedad como ya se ha visto en este trabajo, misma razón por la cual el aplicar estrategias de diseño y seguir indagando en su perfeccionamiento permitiría que tenga un mayor alcance incursionando más en el impacto que tiene en el uso de las nuevas herramientas tecnológicas y su aplicación en el individuo. También resulta interesante medir el impacto que tendría el reproducir este modelo en otras facultades de la UNAM con el fin de crear más oportunidades de desarrollo en todo el alumnado.

Fuentes de consulta

Capítulo 1

FUENTES DE CONSULTA 1.2

Bibliografía

- González M. (2016). *Diseño de Información y vida cotidiana*. México; Editorial Designio, pp.183.
- Frascara J. (2011). *¿Qué es el diseño de información?* Buenos Aires; Ediciones Infinito, pp 191.
- Vilchis Luz del Carmen (2000). *Metodología del Diseño: Fundamentos Teóricos*. México; Editorial Centro Juan Acha, p.38.
- Coates K. & Ellison A. (2014). *Introducción al diseño de información*. España; Parramón Ediciones, pp.207.

Mesografía

- Pontis S. (2011). *Qué es el diseño de información: Orígenes, objetivos, lenguaje y aplicaciones de esta particular área de actuación del diseño*. <https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-de-informacion> - Consultado en Mayo 2018.
- García F., (1998). *El concepto de información: una aproximación transdisciplinar*. <http://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/viewFile/RGID9898120303A/10856> - Consultado en Junio 2018
- Shedroff, N. (1999). *Information Interaction Design: a unified field theory of design*. en Jacobson R. (ed) *Information Design*, Cambridge, MA, MIT Press, p. 268.
- Horn. R.E. (1999). *Information Design: The emergence of a new profession*, en Jacobson, R. (ed.) *Information Design*, pp. 15-16.
- Schuller G. (2007). *Information Design = Complexity + Interdisciplinary + Experiment*. <https://www.aiga.org/complexity-plus-interdisciplinarity-plus-experiment> - Consultado en Junio 2018
- Simlinger P. (2011). *El desafío del diseño de información. Aspectos esenciales para su práctica profesional*, en Frascara, J. *¿Qué es el diseño de información?* Buenos Aires, Infinito, pp. 80-89.
- Wrighth P. (2011). *Diseñando Información para el espacio de trabajo*, en Frascara, J., *¿Qué es el diseño de información?* Buenos Aires, Infinito, pp. 148.

Páginas web

- <https://es.wikipedia.org/wiki/Informaci%C3%B3n> - Consultado en Junio 2018
- https://en.wikipedia.org/wiki/Robert_E._Horn - Consultado en Julio 2018
- <https://www.forbes.com.mx/la-verdadera-era-de-la-informacion/> - Consultado en Julio 2018
- <https://dle.rae.es/informaci%C3%B3n> - Consultado en Julio 2018
- <https://www.forbes.com.mx/la-verdadera-era-de-la-informacion/> - Consultado en mayo 2018.

FUENTES DE CONSULTA 1.2

Bibliografía

- Coates K. & Ellison A. (2014). *Introducción al diseño de información*. España; Parramón Ediciones, pp. 21-25.
- Butler J., Holden K. y Lidwell W. *Universal Principles of Design*. Singapur; Rockport Publishers, Inc., pp 100-101.

Mesografía

- Calli N. (2013). *Five Hat Racks, or Wurman's LATCH: A Schema for Organizing Information*, en: <http://arcadenw.org/article/wurmans-latch> - Consultado en Agosto 2018.
- Franco T. (2015) *Aeropuerto Internacional de Narita Terminal 3 / NIKKEN SEKKEI + Ryohin Keikaku + PARTY*, en: <https://www.archdaily.mx/mx/767410/aeropuerto-internacional-de-narita-terminal-3-nikken-sekkei-plus-ryohin-keikaku-plus-party> - Consultado en Agosto 2018.

Páginas Web

- <https://es.wikipedia.org/wiki/Wayfinding> - Consultado en Agosto 2018.
- <https://www.youtube.com/watch?v=Tgi1JQGHENI> - Consultado en Agosto 2018.
- <https://www.elperiodico.com/es/internacional/20151027/aeropuerto-narita-convierte-pasillos-pistas-atletismo-4621345> - Consultado en Agosto 2018.
- <http://www.xn--diseoparatodos-tnb.es/Paginas/default.aspx> - Consultado en Agosto 2018.
- <https://help.uber.com/es-MX/h/738d1ff7-5fe0-4383-b34c-4a2480efd71e> - Consultado en Agosto 2018.

- http://dfaeurope.eu/wp-content/uploads/2014/05/stockholm-declaration_spanish.pdf - Consultado en Agosto 2018.

FUENTES DE CONSULTA 1.3

Bibliográfica

- Frascara J. (2011) *¿Qué es el diseño de información?* Buenos Aires; Ediciones Infinito, pp 191.
- Coates K. & Ellison A. (2014). *Introducción al diseño de información*. España; Parramón Ediciones, pp. 21-25.
- González, M. (2016). *Diseño de Información y vida cotidiana*. México; Editorial Designio, pp.183.
- Vilchis Luz del Carmen (2000). *Metodología del Diseño: Fundamentos Teóricos*. México; Editorial Centro Juan Acha, p.38.

Mesografía

- IDEO, (2015). *Diseño Centrado en las Personas: Kit de Herramientas*. 2ª Edición, consultada en <http://www.designkit.org/resources/1>. pp.147.

Páginas Web

- <https://www.ideo.com/about> - Consultado en Noviembre 2018.
- <http://www.designkit.org/human-centered-design> - Consultado en Noviembre 2018.
- https://es.wikipedia.org/wiki/Cadena_de_valor - Consultado en Diciembre 2018
- <http://bibliotecadelagua.sirh.gob.bo/docs/pdf/85.pdf> - Consultado en Diciembre 2018.

Fuentes de Consulta 1.4

Bibliográfica

- Vilchis Luz del Carmen (2000). *Metodología del Diseño: Fundamentos Teóricos*. México; Editorial Centro Juan Acha. p.79-88.
- González, M. (2016). *Diseño de Información y vida cotidiana*. México; Editorial Designio. pp.30-31.

- Munari B. (1974). *Diseño y Comunicación Visual*. Barcelona; Editorial Gustavo Gili. p. 78.

Mesografía

- Tapia A. (2009). *El diseñador gráfico en el espacio social*. México; Editorial Designio, pp. 207-234.
- Costa J. (1989), *Imagen Global, Evolución del diseño de identidad*. Barcelona; Edit. Cead, Enciclopedia del diseño pp. 10-17. <https://es.wikipedia.org/wiki/Hipertexto> - Consultado en febrero 2019.

FUENTES DE CONSULTA 1.5

Bibliográfica

- Ortega M., Nagao D., León L., Chavolla D., (2008). *Diseñando a México 68: una identidad olímpica*, México; INBA-Landucci, 2008.

Mesográfica

- *SEDEMA, (2018). ISR (Inventario de Residuos Sólidos)*, consultado en: https://www.sedema.cdmx.gob.mx/storage/app/media/IRS_2017_FINAL_BAJA.pdf, pp. 01-27.
- *TESIS UNAM Carreón G. (2018). Modelos y simulaciones multi-escala de sistemas de transporte público*”, consultado en: http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/GTRBL46VC28XKJ3QB2MPXLHIC742F26TDYRSSAHI5THXY33S8-22174?func=full-set-set&set_number=282625&set_entry=000001&format=999, pp. 94-99.

Páginas web

- <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2018/01/19/1214535> - Consultado en junio 2019.
- <https://metro.cdmx.gob.mx/operacion/cifras-de-operacion> - Consultado en junio 2019.
- https://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_de_1968_en_M%C3%A9xico - Consultado en junio 2019.
- <https://ecolana.com.mx/ecomapa/> - Consultado en junio 2019.
- http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2016_845.html - Consultado en Mayo 2019.

- <https://www.youtube.com/watch?v=jAqNZxZwGCM&t=1441s> - Consultado en mayo 2019.

Capítulo 2

Apartado 2.1

Mesografía:

- Vallaeys F. (2016) *¿Qué es la Responsabilidad Social Universitaria?* <http://creasfile.uahurtado.cl/RSU.pdf> - Consultado en diciembre del 2019.
- Gaete R. (2015). *El voluntariado Universitario como ámbito de aprendizaje servicio y emprendimiento social. Un estudio de caso.* https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22362015000200009 - consultado en noviembre 2019.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021, 10 de agosto) Estadísticas a propósito del día internacional de la juventud. 12 de agosto (datos nacionales). https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/EAP_Juventud21.docx

Páginas web:

- <http://www.dgoser.unam.mx/portaldgose/servicio-social/htmls/ss-universitario/ssu-introduccion.html>, - Consultado en diciembre 2019.
- <https://talloiresnetwork.tufts.edu/que-hacemos/que-es-la-red-talloires/>, -consultado en diciembre 2019.
- <https://www.onlinevolunteering.org/es/node/389101> - consultado en diciembre 2019.
- <https://eulacfoundation.org/es/mapeo/red-iberoamericana-de-universidades-por-la-rse-redunirse> - consultado en diciembre 2019.
- https://www.itson.mx/micrositios/redefinicion/Documents/Resumen_DeclaracionMundialSuperiorSigloXXI.pdf - consultado en diciembre 2019.

Apartado 2.2

Bibliográfica

- Butcher J. & Verduzco G. (2016). *Acción Voluntaria y Voluntariado en México*. México; Ariel M.R., pp. 233.
- Bosch M. (2000). *Por qué el voluntariado*. España; Editorial CCS, pp. 108.
- Chacón F., Vecina M.L. (2002). *Gestión del voluntariado*. Madrid; Síntesis Editorial, pp. 2007.
- Fouce, J.ose Guillermo. *Voluntariado Social en el Siglo XXI: ¿Movimiento Social o Instrumento Neoliberal?* Psychosocial Intervention [online]. 2009, vol.18, n.2, pp.177-190. ISSN 2173-4712.
- Callejo, J. (1999) “Voluntariado estratégico en un contexto no elegido: una hipótesis sobre el creciente acercamiento de los jóvenes a las ONG” *Estudios de juventud*, 45, p. 59.
- Falcón, E. (1997) *Dimensiones políticas del voluntariado: de la promoción al cambio de estructuras*. Barcelona: Cristianismo y Justicia. p.9
- Sarasola, J. (2000) *Solidaridad y voluntariado: una visión crítica*. Comunicar núm 15, pp. 99-103.

Mesografía

- Gaete R. (2015). *El voluntariado Universitario como ámbito de aprendizaje servicio y emprendimiento social. Un estudio de caso*. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22362015000200009 - Consultado en noviembre 2019.
- Arias S. (2008). *Manual de voluntariado universitario, Guía para su gestión en las universidades madrilenas*. <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM007192.pdf> - Consultado en diciembre 2019.
- Márquez M. (s/f). *El voluntariado universitario en México como modelo de aprendizaje servicio activo: propuestas de investigación y docencia*. <http://papiitvoluntariado.com/proyecto.html> https://issuu.com/guillermohernandez1/docs/proyecto_papiit2019 - consultado en diciembre 2019.
- Soler P. (2007). *Factores psicosociales explicativos del voluntariado universitario*. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/7756/1/tesis_doctoral_patricia_soler.pdf - consultado en junio 2019.

Páginas web

- <https://es.wikipedia.org/wiki/Tequio> - consultada en diciembre 2019.
- http://unv-swvr2018.org/index_sp.php - consultada en noviembre 2019.
- Ley Reglamentaria del Artículo 50 www.dgoserver.unam.mx › marco-legal › articulo5 Consultado en febrero 2020.
- Centro Mexicano de la Filantropía. <https://www.cemefi.org/> Consultado en febrero 2020

FUENTES DE CONSULTA 2.3

Mesografía:

- Cruz V., Krishna S, Ordaz M. *¿Qué ocurrió el 19 de Septiembre de 2017 en México?* <http://ciencia.unam.mx/leer/652/-que-ocurrio-el-19-de-septiembre-de-2017-en-mexico-> Consultado en febrero del 2020 .
- Lozada G. *Recuento de los daños al patrimonio histórico mexicano tras los terremotos de septiembre de 2017*, en: <https://relatosehistorias.mx/nuestras-historias/recuento-de-los-danos-al-patrimonio-historico-mexicano-tras-los-terremotos-de-> , - Consultado en febrero 2020.
- Medina S., Mónica T. *A un año del sismo. Recuento de los daños*, en: <https://www.nexos.com.mx/?p=39242>, - Consultado en febrero 2020.
- Cruz, V., Krishna, S., Ordaz, M., *¿Qué ocurrió el 19 de septiembre de 2017 en México?* en: <http://ciencia.unam.mx/leer/652/-que-ocurrio-el-19-de-septiembre-de-2017-en-mexico-> , consultado en febrero 2020.
- Olivera A., *Sismo del 19 de septiembre de 2017 dejó 369 víctimas mortales*, en <https://oaxaca.quadratin.com.mx/sismo-del-19-de-septiembre-de-2017-dejo-369-victimas-mortales/> - Consultado en octubre 2020
- Lozada G., *Recuento de los daños al patrimonio histórico mexicano tras los terremotos de septiembre de 2017* en <https://relatosehistorias.mx/nuestras-historias/recuento-de-los-danos-al-patrimonio-historico-mexicano-tras-los-terremotos-de-> Consultado en octubre 2020
- PLANAVOL-MX. (S.f.) *Crónica de voluntariado mexicano: Qué, dónde, cómo y cuántos. Un documento sobre nuestro corazón*. Obtenido de: <https://www.ciesc.org.mx/documentos/planavol/publicaci%c3%b3n.pdf>
- UNAM. Oferta Académica. [Online].; 2021 [citada en 2022 abril 16. disponible en: <http://oferta.unam.mx/arte-y-dise%C3%B1o.html>.

WEB:

- <https://www.comunidadesolidaria.unam.mx/> - consultada en febrero 2020.
- <https://arquitectura.unam.mx/voluntariado.html> - consultado en febrero 2020.
- <https://www.cemefi.org/programas/haces-falta> - consultado en febrero 2020.
- <https://voluntariosxmexico.mx/> - consultado en febrero del 2020.
- <https://generacion2030.com/> - consultado en febrero del 2020.
- <https://www.unv.org/es> - consultado en febrero 2020.

APARTADO 2.4

MESOGRAFÍA

- Boletín UNAM-DGCS-707. *Estrelleros, Astronomía para niños hospitalizados*, en https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2019_707.html - Consultado en febrero del 2020.
- Dr. García G. *Primer informe de actividades, Facultad de Artes y Diseño 2018-2019*, en: <http://www.fad.unam.mx/docs/2019/190528%20RESUMEN%20EJECUTIVO.pdf> - Consultado en marzo del 2020.
- Estrelleros. *Estrelleros: Astronomía en Hospitales* en <https://www.youtube.com/watch?v=AQY3gEvbFig&feature=youtu.be> - Consultado en marzo del 2020.
- Oropeza A. *Sesión informativa en línea, programa de voluntariado Festival de Fotografía CDMX, 2019*, en <https://www.youtube.com/watch?v=zhOl1JpM7eU> - Consultado en marzo del 2020.
- Rojas D. *La UNAM lleva la astronomía a los hospitales en:* <https://unamglobal.unam.mx/la-unam-lleva-la-astronomia-hasta-los-hospitales/> - Consultado en marzo del 2020.

WEB:

- <http://www2.astroscu.unam.mx/DCC/index.php/hospitales/> - Consultado en febrero del 2020.
- <http://www.fad.unam.mx/media-fad.php> - Consultado en febrero del 2020.
- <https://www.facebook.com/fad.unam.official/photos/a.145173798511242/2182599418691758/?type=1&theater> - Consultado en febrero del 2020.
- <https://fotofestin.com/equipo-voluntarios-ff19mx/> - Consultado en febrero del 2020.

Capítulo 3

Capítulo 3.1

Mesografía:

- Soler P. (2007). *Factores psicosociales explicativos del voluntariado universitario* en: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/7756/1/tesis_doctoral_patricia_soler.pdf Consultado en junio 2019.
- Dr. García G. *Primer informe de actividades, Facultad de Artes y Diseño 2018-2019*, en: <http://www.fad.unam.mx/docs/2019/190528%20RESUMEN%20EJECUTIVO.pdf> Consultado en marzo del 2020.

Web:

- <https://docs.google.com/forms/d/1eTRP37RELu97vS1K39tNLCNbyqFVQ3HkV94sUzTbNrc/edit#responses>. Realizado en febrero 2020

Anexos

Anexo 1

Entrevistador: Rosario Badillo

Entrevistado: Ausencio Miranda Moreno (Oficial de promoción y Participación Ciudadana y Voluntariado del Centro Mexicano de la Filantropía)

A: = Entrevistado

Día de la entrevista: 21-09-2019

¿Cuál es la relación entre el servicio social y el voluntariado universitario?

A: Ciertamente el servicio social es una obligación jurídica, que no es lo mismo que voluntariado y que responde a obligaciones de la universidad, sin embargo guarda los mismos principios de transformación social y sus necesidades también son muy similares, ya que tiene los mismos objetivos y los mismo valores.

¿Cómo definiría al voluntariado?

A: El voluntariado es una corresponsabilidad solidaria, entre ciudadanos e instituciones que ofrecen tiempo y talento en beneficio de un proyecto social. Al final lo que buscamos es una sociedad más equitativa.

El voluntariado no solo debe beneficiar a las instituciones ¿Dónde queda el ciudadano? ¿Dónde queda el beneficiario?

El nuevo concepto de voluntariado debe de incorporar la responsabilidad del beneficiario-voluntario (ciudadano)-institución (no solo de está) para construir un buen entorno. Además, debe de tener un impacto entre estas partes ya que todo mundo ganamos y aportamos.

La naturaleza del voluntariado no debe de ser vista desde lo económico, como lo especifica la ONU. Se realiza libremente sin condiciones, no se realiza para el beneficio del voluntario y de su familia y no tiene un fin económico.

El voluntario es un fin, es un mecanismo, que te permite tener un perfil como ciudadano digno. También, te posibilita ser responsable de tu cuerpo y salud, para ser responsable de tu entorno público:

Es un mecanismo de participación ciudadana.
Crea un perfil distinto de ciudadano frente al entorno público.

Es momento de redefinir el concepto de voluntariado, que dejemos de hablar de que es una acción corta, que no deja legado, ya que parecería que es una actividad efímera. Tiene que ser una actividad que viene a impactar el desarrollo de las instituciones y las personas y que tiene que incidir públicamente. No es para hacer política de partido, sino pública.

¿Cuáles son los fines primordiales del voluntariado?

A: Los fines más importantes del voluntariado son:
El beneficiario se tiene que convertir en voluntario, si no logras convertir al beneficiario en voluntario no estás logrando tu programa.
El voluntario tiene que incidir en políticas públicas.

¿Cuál es la historia de la PLATAFORMA HACES FALTA?

A: Nacio el 25-JUNIO DEL 2005 en México.
El portal sigue vigente sus procesos técnicos y de consulta.
Entras y te registras. Entrar en la pantalla es funcional para ver qué es lo que tiene la web de base de datos. Reconocemos que visualmente se ha quedado totalmente atrás, cuesta muchísimo dinero la actualización.

El año que viene se van a incorporar las redes sociales, como mecanismo de salida que tiene la red, porque no hay mecanismo en las redes que de soporte para migrar la plataforma. La plataforma lo que tiene, es que la oferta es muy baja y la demanda muy alta.

Son muy pocos puestos, para una base alta de voluntarios que tenemos, es decir, hay más voluntarios que oportunidades.

¿Qué pasa cuando un organización convoca a través del portal Haces Falta?

A: Un voluntario manda su interés, se postula y en su administrador le marca que está pendiente su selección. ¿Qué pasa aquí? muchas veces las organizaciones terminan el proceso de selección y no indican técnicamente que la oportunidad ha sido cubierta. Y el problema es que al usuario administrador le sigue marcando pendiente. Por lo tanto, reconozco que ha sido un problema, provocada por la falta de compromiso de la organización, esa oportunidad ha sido cubierta cuando este tiene el recurso para que aparezca al usuario que no ha sido seleccionado.

Implica muchos procesos.

El usuario y la organización tienen un administrador y lo que hacen es estar en contacto con su tanda en el proceso.

¿Qué componentes tendría que tener un buen programa de voluntariado?

A: Para las organizaciones:

Como organización deben estar constituidos legalmente.

Ser donataria autorizada que cuente con el CLUNI, ya que pasó por un proceso de validación por parte del gobierno.

Contar con mínimo tres años de experiencia.

Si no cuentas con los tres mínimos, no pasa este proceso.

Por parte de los voluntarios:

Tienen que poner un curriculum vitae, si no ponen esta información no se valida su proceso.

El principal objetivo del portal Haces Falta fue crear confianza en el usuario, además, todo este trabajo se hace de manera gratuita.

Para que ocurra un buen programa de voluntariado hay que contar tres líneas de base.

- **1- MARCO FÍSICO:** Que los espacios de colaboración sean propicios, es decir, que deben de cumplir con todas las condiciones de interactividad para que el voluntario pueda hacer su labor. Debe de contar con un sistema de seguridad física (para evitar accidentes y mantener su seguridad), médica.
- **2- SISTEMA DE RELACIONES PERSONALES:** debe de existir un excelente clima laboral, hablando de relaciones interpersonales, ¿que significa? que la relación entre el voluntario y los miembros remunerados dentro de la institución debe estar apegada a valores y principios como el respeto a la dignidad humana.
- **3- SUSTENTO METODOLÓGICO:** Todo proceso de vinculación entre el voluntario y la organización tiene que estar sustentado en metodología política, para su convocatoria, selección, integración, reconocimiento y evaluación de voluntarios. (Eso es lo que tiene que tener para la CEMEFI).

Las organizaciones no están considerando un elemento sistematizado de administración interna, dentro sus áreas de planeaciones, pero deben de considerarse.

¿Cuál sería el modelo de voluntariado propuesto por la CEMEFI?

A:

- *1-Redefinición del concepto de voluntariado, la organización debe contar con un nuevo concepto de voluntariado, eliminar el “tú vienes, me ayudas y te vas” debe ser un acompañamiento.*
- *2- La relación institucional entre el voluntario y la institución debe estar sustentada en valores.*
- *3- toda la convocatoria, selección, integración y conocimiento tiene que estar basada en metodologías.*

Ese es el modelo que nosotros manejamos para ayudar a la organización a mantener vivo su modelo de voluntariado. Pero si consideramos otros dos elementos más:

- *4- La parte del entorno físico que no está en los modelos de nadie*
- *5- Clima laboral y relaciones interpersonales*
- *Estas dos últimas son opcionales y no las hemos incorporado al modelo que tenemos nosotros porque no lo hemos estudiado al 100%.*

Con respecto al punto 4: no se sabe si las instituciones tengan los recursos para ofrecer espacios dignos de las normas internacionales con respecto al espacio y el tiempo. No sé si las organizaciones tengan la capacidad para ofrecer esto. Ahora con el voluntariado en comunidad, no vas a llevar una cama matrimonial, a un escenario donde no cabe la cama. Ajustarse al espacio. No lo hemos incluido en el modelo pero si son elementos a considerar para un buen voluntariado. Pero si debe tener condiciones adecuadas para que el voluntarios haga efectivamente su labor y dos que las relaciones internas sea muy buenas.

De ahí existen mil procedimientos como institución para hablar de valores y principios entre el voluntario, trato cordial con responsabilidad y profesionalismo.

¿Cómo acercar el voluntariado a los jóvenes?

A: No solamente trabajamos los jóvenes, y si trabajamos con los jóvenes lo hacemos vía universidad.

Primero es ubicar a los jóvenes, vía conferencias y talleres o vía mensajes en redes sociales, ubicando y organizando toda la información que tenemos en términos de voluntariado y cómo podemos incorporarlo. Cuando entramos a una universidad, lo primero que hacemos es diferenciar qué es un servicio social y un voluntariado, partimos de que el servicio social es un obligación jurídica con carácter constitucional, pero que el voluntariado viene a darle continuidad al servicio social estudiantil.

¿Dónde se ubica el voluntariado, antes, durante o después del servicio social? Pues ubicarlo antes del servicio social como un motivante, y decirle a los jóvenes, miren lo que deja ayudar a los demás, aprovechen su servicio social para que generen un impacto. Puede ser de manera paralela y sin mezclar las funciones y los conceptos, les gusta mucho a los jóvenes plantearlos desde su profesión, tú eres diseñadora, ¿Como desde el diseño toda tu vida contribuimos al desarrollo de un país?

El voluntariado va más allá de que se ayude a desarrollar las capacidad o habilidades. Si lo vemos como posibilidad de responder a varios artículos constitucionales.

El artículo 9 constitucional, a través del voluntariado promueve el asociacionismo entre ciudadanos. Si no hay asociacionismo entre ciudadanos no hay desarrollo social, comunitario, político y cultural.

Todo mensaje que movemos en vías redes sociales, tenga un matiz de que todo lo que se hace detrás de un voluntariado, hay gente inteligente, gente creativa y pública.

¿Qué herramientas utilizan el para promover el voluntariado?

A: Nuestro principal objetivo es generar mayor oferta y para eso utilizamos nuestra redes sociales, pero no las promovemos tanto para mencionar mensajes importantes sobre voluntariado, ni registrarte en el portal.

En Facebook se buscan nuevas organizaciones que trabajen con el tema, las buscamos directamente y al operativo de esa institución le invitamos directamente a formar parte del portal, para que en 15 días o al día siguiente ya está registrado. Por consiguiente, el número de usuarios ha crecido muchísimo, crece a raíz de que mandamos estos mensajes.

Datos:

A: Más de 13 mil organizaciones registradas.

Cerca de 20 mil puestos de voluntariado.

Base de datos al año de 20 mil usuarios se registran.

Ha crecido al enviar mensajes, diversas actividades. Las redes sociales han marcado la tendencia en temas de voluntariado, en temas sociales y de ayuda.

Vía redes sociales se vino el *boom* del medio ambiente, protección de los animales, violencia de género. También las redes sociales han motivado el nivel de participación de los ciudadanos y eso ha sido gracias a que tanto los ciudadanos responsables, utilizan las redes sociales para motivar sus propios temas. Me da mucha risa, cuando están con la camiseta puesta y así deberían ponerse la camiseta para la trata de personas y yo digo es tu causa, ¿cuál es tu causa? los animales, esa es tu causa, y respetas a la otra personas, que al otro no le interesan la trata, los niños, que le interesa más el fútbol, es su causa personal, familiar, personal

Hoy en día alguien postea en Facebook que alguien más maltrató un niño, recibe 30 o 40 comentarios de ayuda, pero si alguien posteaba que pateó un perrito recibían comentarios de odio masivo. Es importante la comunicación, como la gente, ha utilizado las redes para seguir motivando una causa ¿Cómo a través del diseño logras que más ciudadanos motiven a otros a unirse a sus propias causas? Utilizamos las redes como un canal para la búsqueda de nuevos usuarios, no públicamente, si no por vía mensaje y es de manera más inmediata. No como antes que era un protocolo más artesanal.

De hecho para revisar los usuarios de persona, buscamos las actividades buscamos a voluntarios y a jóvenes posteando cosas y los buscamos.

¿Qué incidencia tiene las nuevas tecnologías en los usuarios y ONG's?

A: Conceptualmente ya no se les dice ONG, se les dice organizaciones de las OSC. (Organizaciones de la Sociedad Civil).

Para el usuario o persona que no está preparado con un aprendizaje de comunicación, está siendo como un canal para poder motivar a otros ciudadanos a unirse a su causa. Ese canal de promoción, incidencia pública, no está siendo un canal de vinculación a muchas organizaciones todavía les falta herramientas de este tipo.

¿Cuál ha sido el impacto de la plataforma Haces Falta?

A: En términos de números, ha ayudado a ahorrar en sus procesos de replicamiento. Por ahí ahorra en términos económicos a las organizaciones, ha ayudado a la movilización de ciudadanos con interés de ayudar por medio de las organizaciones.

Ha venido a poner sobre la mesa la nueva dimensión conceptual del voluntariado. Esta forma distinta de abordar el voluntariado es donde se busca una mayor incidencia de lo público.

¿En que se basan para las ofertas de voluntariado?

A: Las ofertas tienen que estar relacionadas por la misión institucional o programas que tienen:

Estructura clara

Un título

Una descripción

Perfil profesional requerido si no cumplen con estos requisitos no es viable una oferta en el portal

¿Cómo surge la PLANAVOL?

A: Apenas retomamos la secretaría técnica de esta, y fue creada por el INDESOL. El objetivo es que en cada oficina, empresa, lugar este el tema del voluntariado trabajar desde la incidencia pública.

¿Qué aspectos tomaron para la creación de la app generación 20-30?

A: La generó Naciones Unidas, bajo el mando de Arturo Shuschter, la hizo un voluntario. Solo fuimos apoyo.

Conclusiones del voluntariado en México, donde nos encontramos y hacia dónde vamos.

A: Nos encontramos en un momento en donde es necesario redefinir el concepto en el país que incorpore a todos los actores involucrados, incluyendo al beneficiario. Debemos de sistematizar todo el voluntariado que ha en el país por temas de poblaciones, agrupar todas experiencias por temas y poblaciones.

¿Hacia dónde va? o ¿Hacia donde quisiéramos que fuera? No veo hacia dónde va pero si nos gustaría que fuera un mecanismo de participación ciudadana en el país. Ley de participación ciudadana.

Considerar a la solidaridad como un mecanismo de participación ciudadana. Que sea la base de toda la participación, que sea un espacio para seguir moviendo el talento y la creatividad de todos los ciudadanos, queremos que vaya hacia ese mecanismo de política pública de alto impacto.

Nos falta vincularnos:

Acciones colectivas

La plataforma es un canal

Foro de reflexiones en la secretaría de relaciones exteriores 2011

Foros de acción sobre voluntariado

Creación de la PLANAVOL.

¿Qué necesitamos? Tener una gran experiencia de trabajo colaborativo de todos los sectores para que podamos pensar en una ley futura de voluntariado, existe la Ley de Querétaro de voluntariado, que fue un esfuerzo articulado.

Anexo 2

Entrevista realizada en **06-12-2020**

Entrevistada: **Celestre Cruz Martínez**

Puesto: **Encargada de voluntarios UNAM**

A: = Entrevistada

1- ¿Cómo nace voluntarios UNAM?

A: El origen es ciertamente institucional, porque a raíz de la gestión del doctor Enrique Graue, es el periodo de 2015-2019, en el plan de desarrollo institucional aparece por primera vez la palabra de voluntariado, y de ahí es cómo se tiene el sustento y el marco normativo para institucionalizar el programa.

2- ¿Cuál es el principal propósito del programa?

A: Generar un espacio a través de diversos mecanismos para que la comunidad universitaria, no sólo estudiantes, sino trabajadores, jubilados, académicos, exalumnos, se involucren en diversas “problemáticas nacionales” (como alguna vez lo llegó a nombrar la universidad), para trabajar y atender a poblaciones en situaciones de desigualdad e injusticia social.

Involucrarnos desde nuestros conocimientos, de nuestros saberes, ayuda a fortalecer el currículum social, un esquema de trabajo que se tiene es el servicio social, que es como un proceso muy bien estructurado, tiene más de 80 años y debido al contexto en el que nos encontramos actualmente que es muy específico, el voluntariado busca cubrir aquellas acciones que no se pueden denominar o no entran en la categoría del servicio social, ¿Cómo identificamos esas acciones? ¿Cómo las atendemos?

3- ¿Cuál ha sido su impacto dentro y fuera de la comunidad universitaria? ¿Podríamos hablar de uno?

A: El impacto del voluntariado universitario en la UNAM en este momento se puede medir internamente, estamos todavía en el proceso de estructurar el voluntariado, estamos comenzando a establecer alianzas y vínculos con organizaciones como es el caso de la fiesta 5D.

En los tres últimos años se ha impulsado un grupo, que dé enlace de voluntariado universitario, y que son responsables y representantes de diversas escuelas y facultades, pero también de museos, de programas, de dependencias académicas y administrativas, de institutos, la identidad de voluntarios UNAM aún sigue trabajando. Muchos de los procesos deben pasar por cuestiones normativas porque si no es un programa que pueda tener un impacto a largo plazo.

En la universidad existen experiencias voluntarias, en diversos sectores pero no se tenían identificados. Lo que hemos hecho es mapear estas experiencias, armar el grupo para que haya seguimiento, porque si no sólo son acciones aisladas y desarticuladas.

Ya existen los lineamientos generales de voluntariado universitario, porque si no hay una normativa que ampare a los universitarios, se corre riesgos, inseguridad.

4: ¿Qué acciones se han implementado para impulsar el voluntariado?

A: La creación del grupo, nos reunimos una vez al mes, el grupo está integrado por 60 representantes de toda la UNAM. Al menos cada mes se reúnen entre 20 y 25. Y estas personas son quienes tienen programas de voluntariado más consolidados.

Aunque no estaba como tal consolidado, un ejemplo es el museo del antiguo Colegio de San Ildefonso, ellos tienen 25 años con su voluntariado, voluntarios fundadores. No es lo mismo que el modelo de voluntariado que Universum, es completamente diferente, cada quien va marcando sus formas.

Otra de las instituciones que tiene una larga trayectoria es la Escuela de Trabajo Social. El voluntariado no solo debe acostarse a lo social.

Hay quienes no hablan de medicina. Ejemplo de los diversos enfoques y multidisciplinar dentro del voluntariado.

5- ¿Qué acciones se han implementado para impulsar el voluntariado?

A: Lo de los lineamientos, el grupo, y otros pues son los eventos que de manera anual que tenemos, 1 es en enero, que es el Día Escolar de la No Violencia y la Paz, en abril es el Día de las Buenas Acciones y diciembre en el marco del Día Internacional de los Voluntarios.

Existe a un reglamento, o apartado dentro del marco institucional que hable del voluntariado.

Hasta ahora lo único que tenemos, son los lineamientos generales de voluntariado universitario. Pero de momento no son públicos, se trabajó la propuesta en grupo y de ahí se debe pasar a la Dirección General de Legislación Universitaria (DGLU) para que ellos nos hagan observaciones y si ya todo está en orden ya se podrá hacer público. Y pasarlo a los consejos técnicos de escuelas y facultades para que así se difunda a toda la comunidad.

También saldría en gaceta.

6- ¿Qué vinculación existe con otras facultades y centros de estudios? ¿Cómo llega a otras facultades?

A: A través de grupos colegiados, tenemos un representante de esas escuelas y facultades que nos ayuda a difundir la información, por ejemplo, el mecanismo de pegar carteles no es tan efectivo y más ahora con las redes sociales, en donde creo que hay más impacto, es la páginas que administran la propia comunidad estudiantil, porque a veces las páginas oficiales son muy institucionalistas, y no es de su interés.

7- ¿Cómo definirías al voluntariado universitario?

A: El voluntariado universitario es muy particular de los otros tipos, porque aquí hay una comunidad ciertamente privilegiada, pensando en comunidad estudiantil y académica, hay muchos conocimientos que pueden ser útiles para otras poblaciones que no tienen acceso a esos espacios universitarios: En ese sentido, es muy importante nuestra participación y en esta idea de refrendar el propio compromiso de la universidad siendo, pública y gratuita para contribuir a la sociedad no solo con el servicio social sino ahora con el voluntariado. Por lo tanto, el voluntariado universitario hasta cierto punto es un voluntariado especializado, que no se da en todos lados, que no se acota en este sentido, pero que no se limita; Por ejemplo, aunque tengamos a un estudiante de física, que tiene conocimientos muy particulares pero además tiene otras cualidades y/o habilidades fuera de su profesión, no necesariamente hará un voluntariado de física, podrá ser de algo con lo que se sienta identificado.

Acciones que emergen que no tienen una planeación detrás. No forzosamente el voluntariado universitario tiene que ver con las carreras profesionales. También les sirve para desplegar otro tipo de habilidades en las que tengan interés.

Voluntariado universitario: muchas de las veces el voluntariado empieza en una relación vertical, de quien tiene para dar, y de quien no tiene nada y le tienes que dar, la idea es romper con ese esquema y partir de relaciones más horizontales.

Y en ese sentido, pensamos, los universitarios pueden ser voluntarios, pero también, más que haya líneas previas, acercarse a una comunidad y decir en qué te puedo ayudar. No esperar a que llegue a nosotros.

8- ¿Cómo adopta la comunidad universitaria este concepto? ¿Se siente voluntario?

A: Falta mucho, apenas lleva tres años que se nombra de esa manera, pero antes se les decía anfitriones.

9- ¿Cómo podría formarse la identidad de voluntarios UNAM?

A: No es como que dependa directamente del programa de voluntariado UNAM, pero una cosa que poco se dice y tiene mucho que ver es la raíz cultural, no del voluntariado pero sí de otras prácticas conocidas como tequio, faena, mano vuelta, guelaguetza, que es algo similar pero que tiene que ver más con la diversidad cultural del país. En cuanto al voluntariado está más relacionado a la cultura norteamericana que latinoamericana.

Por eso es que como que se reconocen. Si les preguntas no se asumen como tal. México es muy solidario, pero si les dices, México es un país de voluntarios.

10- ¿Qué tanto se promueve la investigación de voluntariado en la UNAM?

A: No tengo como toda la radiografía, pero ahora con la vinculación estamos muy de cerca con los académicos de Ciencias Políticas y Sociales, hay dos profesores en los que su proyecto de investigación los PAPIIT son sobre voluntariado y tienen como grupos de tesis que ahondan sobre el tema.

11- Si quiero ser voluntario UNAM, ¿Qué debo hacer?

A: Pues en realidad, de inicio ver qué programas hay vigentes porque tampoco hay de manera permanente, son muy puntuales en cuestiones de evento, pero la idea es que estamos trabajando en un sistema en donde van aparecer los proyectos y acciones de voluntariado, pero de manera más sistematizada.

Es muy importante que desde los estudiantes propongan qué acciones les interesan, desde aquí respaldados, no solo decirles qué hay.

Te podemos ayudar en la convocatoria y en la difusión. Este es el sentido de romper lo jerárquico, retroalimentar la mirada

12: ¿Cuáles serían los retos a los que se enfrenta voluntarios UNAM?

A: Yo creo que es difundirlos con la comunidad universitaria, que se comprometan y participen de manera más activa.

13: ¿Cómo ha sido la comunicación con la FAD?

A: Está centralizado, de inicio es a través de la responsable de servicio social.

Hacia donde queremos que vaya el voluntariado universitario. Que los proyectos y las acciones se articulen al interior de toda la universidad y no solamente la ciudad de México, se podrían hacer acciones a nivel nacional, pero requiere de mucha coordinación y requiere de una política universitaria, recursos. Que haya un sustento.

Anexos 3

ENTREVISTA ESTRELLEROS

Entrevista realizada en **20-20-2020**

Entrevistada: **Dra. Gloria Delgado Inglada**

Puesto: **Investigadora en el Instituto de Astronomía, UNAM.**

A: Entrevistada

1- ¿De qué forma logró Estrelleros incluir voluntarios? ¿Cuál fue el proceso?

A: Desde el inicio el proyecto contempló la participación de becarios y voluntarios. Los primeros para diseñar talleres para los hospitales y los segundos para realizar los talleres en los hospitales y apoyar en las actividades.

2- ¿Cómo se creó el equipo de voluntarios?

A: Se envió un correo a todos los estudiantes de posgrado, se hizo una reunión para hablar del proyecto y se unieron los interesados. Los becarios se buscaron por redes sociales.

3- ¿Por qué medio hicieron la convocatoria para ser voluntario dentro del proyecto?

A: puede ser en internet, en alguna plataforma, redes sociales o de boca en boca. Por ejemplo, correo electrónico y redes sociales.

4- ¿Cuál ha sido el impacto de incluir a los voluntarios en el proyecto?

A: Simplemente no podríamos haber realizado las visitas a los hospitales sin ellos. Noté que algunos talleristas son de artes visuales, ¿Como ha sido incluir a otras disciplinas para la creación de este proyecto?
En este caso se contactaron a través de conocidos de ese área. La experiencia fue muy positiva porque ellos tienen conocimientos complementarios y necesarios para las actividades de arte y ciencia. Se integraron muy bien al equipo.

5- ¿Qué valores se destacan más dentro de este proyecto?

A: Altruismo, empatía, solidaridad.

¿Cuál es el siguiente paso del proyecto con relación al voluntariado?

A: Esperamos expandir el proyecto y llevarlo a otros hospitales.

¿En algún futuro estarían interesados en incluir a estudiantes de la Facultad de Artes y Diseño como voluntarios?

A: Por supuesto, de hecho necesitamos de ellos para algunas tareas que nosotros no sabemos cómo realizar.

