

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Objetivos

Demostrar la importancia del diseño editorial como generador de productos gráficos que interesen a un grupo específico de la sociedad, en México, y que cumpla con un compromiso ético con la comunidad y sobretodo con la profesión.

Crear una revista de interés general, actualidad, enfoques sociales, arte y espectáculos, elaborada por un equipo de colaboradores jóvenes creativos; con secciones que difundan eventos culturales y de diversión. Además servirá de medio para expresión de los vocea-dores, quienes serán personas en situación de calle y excluidos.

Permitir que las personas sin techo y excluidas ganen un ingreso a través de la venta de la publicación y activen cambios positivos en sus vidas. El proyecto pretende ser un ejemplo de empresa social honesta; compartir actividades con empresas, organizaciones y entidades que promuevan la responsabilidad social y el cuidado del medio ambiente.

Trabajar para crear un producto editorial, el cual informe y fo-mente el interés del público hacia esta problemática y convencer a estos lectores de participar en proyectos sociales; es importante buscar crear un hábito de lectura del producto editorial a diseñar, para con ello formar lectores fieles e interesados en su entorno.

Justificación del estudio

El ser un profesionista dentro de una sociedad en la que se cumplen funciones para el bienestar de la comunidad, nos compromete con el grupo y exige de nosotros el mejor desempeño para que las cosas caminen sin tropiezos. La actividad laboral nace dentro de un engranaje, unos necesitan de otros para que las tareas se concreten y así se satisfagan todas las necesidades. Empezar a hablar de esta forma me llevará a la responsabilidad de un profesionista frente a su contexto, frente a una sociedad que lucha con problemas, los que nacen de los vicios de dicho engranaje, cuando falla alguna de sus partes.

Durante el proceso de aprendizaje y desarrollo de habilidades en la Universidad uno adquiere y construye un sistema de valores frente a esta comunidad en la que nos desenvolvemos como seres vivos. Nos empeñamos en conseguir el sustento y las comodidades del mundo mercantilista y olvidamos que tenemos las herramientas adecuadas para resolver problemas graves de nuestra comunidad.

PLANEACIÓN DEL PROYECTO

La publicación debe actuar con el apoyo de una organización civil, que tenga experiencia trabajando en la zona, preocupada por la problemática que se presenta en las calles de la ciudad.

Los ejemplos aplicados en otros países cuentan con el auspicio del British Council. La mayor parte de las veces se presentan los proyectos a las autoridades municipales y logran conseguir el apoyo de la dependencia. Es necesario apuntar la forma como se capitalizará el proyecto y las estrategias para ser un proyecto viable. Es importante recurrir a ciertas organizaciones que orientan a los jóvenes visionarios como ASHOKA.

El diseñador tiene un compromiso como ciudadano; es un profesionalista que domina el área de la comunicación visual y tiene las herramientas para persuadir y convencer. Puede fomentar el uso de cierto producto o facilitar la comunicación entre los ciudadanos. Con todas sus herramientas el diseñador gráfico debe formar parte en proyectos que busquen una solución efectiva a una problemática social. Una publicación periódica actúa como producto que genera ingresos; da oportunidad de trabajo a ciertos grupos marginados para reinstalarse en la dinámica productiva y elevar su nivel de vida.

Límites y Alcances

El diseño gráfico puede actuar directamente creando un producto editorial que promueva el valor de autoayuda y trabajo digno. Este producto, con el trabajo de profesionales de diversas áreas, es a la vez una institución que apoya a la gente de la calle para reintegrarse, de forma digna, al sector productivo.

El trabajo de tesis tratará en su mayoría la parte que le compete al diseñador dentro de una organización editorial. Un diseñador responsable no es ciego a su contexto, es un profesionalista que da soluciones a una problemática específica y siempre trabaja en colaboración con otras áreas; así que no descartamos tocar temas sociológicos, antropológicos y de comunicación social con ayuda de escritos especializados.

Es importante agregar que no hablaremos de niños de la calle, ya que este proyecto no busca promover el trabajo de los menores de edad; por lo tanto el muestreo no involucró a los niños que trabajan y piden dinero en las calles.

Al tratarse de un proyecto de diseño, no se pretende involucrar a él la estrategia ideal para acercarse y convencer a los indigentes de trabajar con la organización, se propone buscar una institución especializada en el trato y cuidado de personas en situación de calle para que ella conecte a la revista con este tipo de personas. Además la revista no pretende obligarlos a establecerse en un punto fijo o trabajar en un horario; pretendemos que poco a poco vayan cambiando su rutina a un horario más estable, pero nunca sacarlos de su dinámica diaria a la que están acostumbrados. La táctica es venderles el producto y convencerlos de regresar por más ejemplares, además de relacionarlos con otras organizaciones que les otorguen capacitación y ayuda en asuntos de salud y vivienda.

HIPÓTESIS

El diseñador como parte fundamental en la creación de una publicación periódica, que sea fuente de ingresos para un grupo de indigentes y un espacio de información, expresión y reflexión para la comunidad.