

Dr. Francisco Javier Soria López
Director de la División de Ciencias y Artes para el Diseño
UAM Xochimilco

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

Greenpeace México

Luis Kuhne 55, Col. Las Águilas, Álvaro Obregón, Ciudad de México.

Periodo: 9 de noviembre de 2020 al 10 de mayo de 2021

Proyecto: Defensa y Protección del Medio Ambiente

Clave: XCAD000866

Responsable del Proyecto: Alma Rosa Jazmín Martínez

Asesor Interno: Gerardo F. Kloss Fernández Del Castillo



Xanat Sabina Jaime Díaz Matrícula: 2153075866

Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Tel: 59243386

Cel: 5564544627

Correo electrónico: xanndiaz@gmail.com

INTRODUCCIÓN



En el presente documento se llevará a cabo una breve descripción de las actividades realizadas dentro del programa de servicio social brindado a la institución Greenpeace México en el proyecto Defensa y Protección del medio ambiente, cuya Clave es: XCAD000866.

Greenpeace es una organización ambientalista global, independiente política y económicamente que busca cambios en las políticas públicas, las prácticas corporativas y la cultura para enfrentar las amenazas del cambio climático y detener la pérdida de biodiversidad, a través de campañas disruptivas utilizando la confrontación pacífica y creativa para exponer los problemas ambientales globales y desarrollar soluciones para un futuro verde y pacífico al fomentar la acción de la gente, con el objetivo de garantizar la capacidad de la tierra para nutrir la vida en toda su diversidad.

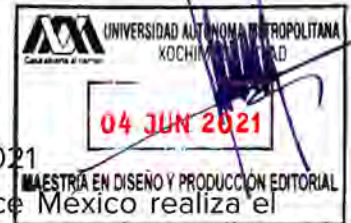
Fundada en 1971 con motivo de los experimentos nucleares de Estados Unidos en Alaska en el contexto de la Guerra Fría, comienza operaciones alrededor de todo el mundo, sin embargo, es hasta 1993 que arriba a México para comenzar a tratar los problemas ambientales de nuestro país. Al tratarse de una organización con poca difusión en el territorio nacional, se opta por comenzar a realizar algunas campañas mediáticas abordando temas de gran relevancia para la población local con el objetivo de captar voluntarios y donantes independientes.

Bajo la misma línea de objetivos, se me asignó dentro del departamento de *Supporter Journey* para desempeñar el rol de Diseñadora de la Comunicación Gráfica aplicando mis conocimientos técnicos y prácticos en la creación de contenido para redes sociales, mailing y el sitio web, teniendo en cuenta la línea gráfica establecida por mis predecesores en este ámbito, pero aportando una visión estética actualizada siempre con enfoque al desarrollo y crecimiento de socios, voluntarios y donantes a la par del aumento de la presencia de Greenpeace en las distintas plataformas digitales.

OBJETIVO GENERAL

Apoyo multidisciplinar en la conceptualización, desarrollo y diseño de materiales gráficos impresos y digitales -banners, imágenes, montajes, ilustraciones, e-books, animaciones- para reforzar el impacto de las campañas activas y darle seguimiento al posicionamiento en redes de la organización.

ACTIVIDADES REALIZADAS



DISEÑO DEL CALENDARIO 50 ANIVERSARIO, 2021

Al ser económicamente independiente, año tras año, Greenpeace México realiza el diseño y venta del calendario coleccionable que se distribuirá en el territorio nacional con el fin de recaudar fondos para apoyar a los activistas, voluntarios y dar soporte a la organización.

Recién comenzado mi periodo de servicio social, se me encomendó el diseño del calendario anual. Para iniciar a conceptualizar, se tuvo una reunión a distancia con todo el equipo de supporter journey, marketing, social media y engagement con la finalidad de definir la temática protagonista del material de este año; al tener opiniones distintas, se acordó que realizaría dos propuestas siguiendo dos líneas diferentes: la primera, estaría conformada por una serie de imágenes de la naturaleza agregando frases sobre el cuidado y la conservación del medio ambiente y la segunda, abordaría el tema del 50 aniversario de la fundación de Greenpeace a través de una serie de fotografías históricas y representativas de los movimientos más importantes llevados a cabo a lo largo de los años por la organización a nivel internacional. Finalmente, después de presentar ambas, quedó asentado que se lanzaría la de 50 aniversario.

Cabe mencionar que al inicio del proceso, se me dio acceso al media de Greenpeace para extraer las fotografías de archivo que serían utilizadas, así mismo, me proporcionaron el archivo editable del calendario anterior, el cual me serviría de guía para considerar las medidas y formato de salida.

CREACIÓN DE MOCKUPS Y ANIMACIÓN PARA PROMOCIÓN DEL CALENDARIO

Una vez concluido el calendario ya en espera de las pruebas de impresión y la salida del tiraje, comencé a trabajar en la creación de un par de mockups para iniciar a promocionarlo en las plataformas digitales; dichos mockups fueron aplicados en diversos formatos que se adaptarían a las distintas redes sociales donde iba a ser anunciado, tanto en imágenes fijas como en pequeñas animaciones para darle más dinamismo a las publicaciones, resultando así en contenido para Instagram, Instagram stories, feed de Facebook, Mail y el sitio web.

DISEÑO DE IMÁGENES PARA EL DÍA DE VOLUNTARIOS

Greenpeace considera a sus voluntarios como uno de los pilares más importantes para la organización ya que es por ellos que se llevan a cabo la mayoría de las acciones y protestas pacíficas; es por ello que el día internacional del voluntariado juega un papel clave para el reconocimiento de su gran labor. Para la campaña de este año, se solicitaron una serie de imágenes para postearlas tanto en Instagram

como en Facebook, y mi tarea consistió en retomar los textos que me proporcionaron y añadir algunos elementos que hicieran referencia a este día, adaptándose a los diferentes formatos permitidos en las dos plataformas.



MAILING PARA SOCIOS Y LEADS

Al comenzar el año mientras se definían las campañas que se mantendrían activas y se creaba un plan de trabajo, Ana Azuela, coordinadora de *Engagement* me solicitó hacerme cargo de la cuenta de mail de Greenpeace para responder las dudas y comentarios de socios y leads; enviándome un documento que contenía varias respuestas predeterminadas y recomendaciones para cada caso, desde anular la suscripción de donación, hasta redirigir denuncias ambientales y brindar información especializada sobre cada campaña, realicé esta actividad alrededor de dos o tres semanas, incursionando también en el manejo de la experiencia de usuario.

DISEÑO DE IMÁGEN PARA CONVERSATORIO

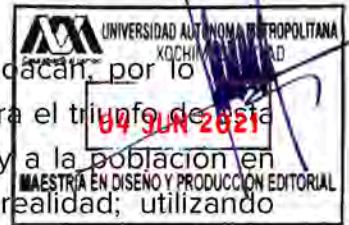
Debido a la pandemia, las charlas con expertos e integrantes de Greenpeace que se llevaban a cabo de manera presencial respecto a los problemas ambientales detectados dentro del país, tuvieron que ser reprogramadas y adaptadas a la situación actual, es decir, de manera remota; para poder realizar las transmisiones, se requiere el diseño de imagen que se aplicará a su promoción, los backgrounds para los ponentes, cuenta regresiva, la bienvenida y el agradecimiento. En esta ocasión, tuve que diseñar los elementos ya mencionados para el conversatorio sobre *Estrategias para la Defensa del Agua y el Clima en CDMX*, donde únicamente se me indicaron los textos y puntos a considerar para obtener un resultado en sintonía con los conversatorios y charlas relacionadas.

ILUSTRACIONES PARA VIDEO DEL DÍA DE SAN VALENTÍN

En el marco de la celebración del día de San Valentín, se planeó la liberación de diferentes posts sobre cuidado ambiental en relación con este festejo; uno de los principales contenidos, sería un breve video donde se hicieran recomendaciones para tener un consumo más responsable, para esto, se requerían una serie de ilustraciones que hicieran referencia a lo positivo y negativo de algunas actividades hacia el medio ambiente. Para esto, Samantha Hernández -community manager-, me solicitó la entrega de un paquete completo de ilustraciones vectoriales que posteriormente serían colocadas en un video destinado para Instagram, Facebook y Twitter.

CREACIÓN DE IMÁGENES SOBRE DICTÁMENES LEGISLATIVOS

Greenpeace mantiene una constante lucha para exigir a los senadores y diputados reformas, legislaciones y dictámenes que beneficien a la sociedad mexicana y al medio ambiente. En febrero de este año, se celebró una sesión legislativa para



determinar la prohibición de plásticos de un solo uso en Michoacán, por lo surgió la tarea de realizar un par de imágenes donde se celebrara el triunfo de esta petición o en caso de lo contrario, se invitara a los senadores y a la población en general a seguir luchando hasta que se convirtiera en una realidad; utilizando recursos de stock y un texto previamente aprobado por la organización, diseñé dichas imágenes, que, en cuanto se tuvo el veredicto fueron publicadas tanto en Facebook como en Instagram.

WALLPAPERS PARA DÍA DEL OSO POLAR

Además de los días feriados oficiales, Greenpeace toma en cuenta algunos días de relevancia internacional estrechamente relacionados al planeta y el medio ambiente. Dicho esto, cada 27 de febrero se celebra el día del Oso Polar, y en esta ocasión, se lanzó una campaña para recolectar firmas e invitar a que socios donantes se unieran para continuar protegiendo su hábitat y así poder apartarlos del peligro de extinción; a cambio de estas aportaciones, se daría acceso a una serie de wallpapers para smartphone sobre este animal.

Se me solicitó realizar estos fondos bajo la misma línea gráfica que se sigue generalmente en Greenpeace con ilustraciones amigables para todas las edades y que retrataran a esta especie de manera positiva para despertar en el usuario el sentido de protección; combinando trazos vectorizados de Adobe Illustrator y diversas texturas con Adobe Ps, resultaron cinco ilustraciones que una vez aprobadas fueron subidas como un paquete descargable al sitio oficial de Greenpeace México, siendo promocionadas tanto en Instagram e Instagram stories como en los post de Facebook y Twitter.

EBOOK OSOS POLARES

A la par de la solicitud de los Wallpapers para el día del Oso polar se hizo la petición de realizar un E-Book con algunos datos curiosos de estos animales, sin embargo, al quedar poco tiempo para el deadline, se le dio prioridad a los primeros para que se lanzaran en la fecha establecida, aplazando la salida del E-Book para el Día de la Vida Silvestre celebrado el 3 de marzo.

Para su realización, Samantha Hernández -encargada de esta actividad-, me entregó el texto completo y aprobado, dándome libertad total para la elección de imágenes, paleta cromática, tipografía y formato; definido éste último, comencé a buscar fotografías de stock que coincidieran tanto con la maquetación como con los datos que irían en cada página, sin embargo, tuve que editarlas y convertirlas en PNG para volver más dinámica la interacción imagen-texto. Como resultado, se obtuvo un PDF interactivo titulado *Osos Polares y sus Curiosidades* que fue subido a la página web de la organización para recolectar firmas y donaciones para proteger a este animal y

su ecosistema. Promocionado con una serie de imágenes e ilustraciones a través de las diferentes redes sociales y el mail, esta campaña fue extendida hasta un par de meses después.



SEMBLANZAS PARA EL 8M

Con motivo de la celebración del Día de la Mujer el 8 de marzo, el equipo digital determinó lanzar una campaña para conmemorar a las mujeres fundadoras de la Organización, por lo cual se me solicitó la creación de algunas semblanzas para publicarlas en redes sociales. Una vez que se me entregaron los datos biográficos y las fotografías que serían utilizadas, comencé la maquetación de ambos formatos: el de Instagram stories y el que sería empleado para los post de Facebook y Twitter; tras darle tratamiento a las imágenes, incluí ilustraciones vectoriales siguiendo una paleta cromática basada en el característico color púrpura que representa a la mujer.

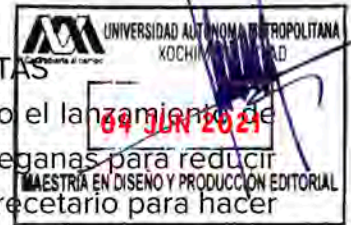
DESCARGABLES PARA ECO RETO

Con el fin de crear conciencia y promover el consumo responsable, este año, se lanzó la iniciativa *Eco Reto*, en la cual, a lo largo de una semana se llevarían a cabo una serie de actividades o desafíos creados especialmente para los seguidores de Greenpeace; para esto, se publicarían pequeñas guías con los pasos a seguir para realizarlos. Como parte de uno de los dos volúmenes de este Eco Reto, se incluía una *Guía para Iniciar tu Composta* en casa. Se tuvo una reunión exprés con la encargada de esta iniciativa, donde me entregó el texto y dio algunas recomendaciones en cuanto al estilo de tipografía e ilustración, ya que se debía seguir una línea gráfica similar a la que había sido utilizada para su promoción en redes sociales. Al terminarlo, fue entregado al equipo digital para que tuviera una última revisión antes de ser subido al sitio web y convertido en un documento descargable para los participantes del *Eco Reto*.

Tras el lanzamiento de la *Guía para Iniciar tu Composta* se solicitó otro descargable aún como parte del *Eco Reto*, sin embargo, esta vez se trataría de una guía para realizar un *Eco Kit de Higiene Personal* completo, donde se incluiría el procedimiento para hacer shampoo y perfume sólido, desodorante, pasta dental y exfoliante. Una vez que me fue entregado el texto, retomé el diseño de la guía anterior como base ya que debía seguir el mismo estilo para que lucieran uniformes ambos descargables; al entregarlo a la encargada, se siguió el mismo proceso: fue subido a la página de Greenpeace México y promocionado en Facebook e Instagram principalmente, y al igual que los E-books anteriores, esta campaña se extendió meses después de concluido el reto.

RECETARIO QUESOS Y TACOS A BASE DE PLANTAS

Como parte de la campaña *Mi Dieta Salva al Planeta*, se propuso el lanzamiento de un par de recetarios donde se promovieran algunas alternativas veganas para reducir el consumo de carne; es así que se determinó la creación de un recetario para hacer *Quesos a Base de Plantas* y otro sobre cómo hacer *Tacos a Base de Plantas*.



El equipo revisó y aprobó el primer texto, y a través de una junta rápida me fue entregado, dándome total libertad en cuanto al estilo de ilustración, sin embargo debido al deadline tan cercano, opté por un diseño minimalista con ilustraciones vectoriales. Días después se me entregó el segundo texto, correspondiente al recetario de *Tacos a Base de Plantas* y al igual que en el anterior, tuve la libertad de elegir el estilo que tendría; ya que esta vez el deadline era más lejano, resultó un descargable con más detalles tipográficos e ilustrativos. Ambos, fueron subidos al sitio oficial y fueron promocionados en redes para que, después de firmar una sencilla petición sobre la reducción de consumo animal pudieran ser descargados y utilizados por el usuario.

ARTES PARA CAMPAÑAS

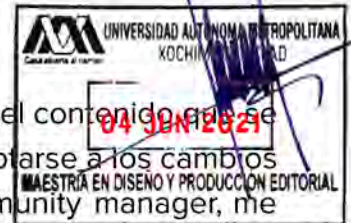
Año con año, se activan nuevas campañas de acción de acuerdo a las problemáticas ambientales más relevantes en ese momento; destinadas para mantener a socios, donantes y para captar leads, representan una parte significativa del engagement de la organización. La encargada de dicho departamento y algunos community manager, me solicitaron la creación de imágenes y montajes agregando un copy apropiado para cada una de las campañas, que en esta ocasión abordaban temas como: cuidado y conservación del jaguar y su hábitat, contaminación plástica, cuidado y conservación de los océanos y acciones realizadas por los voluntarios; al ser temáticas bastante específicas, fue necesario hacer uso del *Greenpeace media* para extraer las imágenes que se utilizarían. Tras solicitarlas y descargarlas procedí a darles tratamiento y en el caso de los montajes, a realizarlos de la manera más adecuada para posteriormente agregar el logotipo de la organización y algunos textos de mi creación con las intenciones antes mencionadas.

WALLPAPERS PARA DÍA DEL PINGÜINO

Como ya se mencionó, Greenpeace celebra algunos días internacionales relacionados a la flora, la fauna y el planeta; con motivo del *Día del Pingüino*, el 25 de abril, se planeó el lanzamiento de cinco wallpapers que, al igual que como sucedió meses atrás con el Día del Oso Polar, podrían ser descargados una vez que se firmara la petición en contra del calentamiento global y el deterioro del Ártico. Siguiendo las indicaciones que me dieron para los anteriores, realicé una serie de ilustraciones que cumplían con los parámetros de la organización para este tipo de campañas.

BACKGROUNDS Y GIFS PARA STOCK

Al ser una organización con mucha presencia en redes sociales, el contenido que se utiliza debe ser actualizado constantemente para que pueda adaptarse a los cambios de línea gráfica que tiene Greenpeace; es por eso que la Community manager, me solicitó la creación de un paquete de fondos y gifs con dimensiones óptimas para ser utilizados en Instagram stories. Como resultado, se obtuvieron alrededor de diez backgrounds y seis gifs diferentes que han sido utilizados para subir contenido tipo blog, encuestas e información relevante sobre las campañas activas.



METAS ALCANZADAS

Comenzar a hacer mi servicio social a finales de 2020 en un periodo donde la organización atravesaba por un proceso de adaptación debido a la pandemia, representó un reto tanto personal como para el equipo ya que la modalidad a distancia interfería con las actividades que regularmente se realizaban en la oficina, sin embargo, se trazó un plan de trabajo bastante efectivo en el que se estableció un canal de comunicación que permitió cumplir las metas que se fijaron desde el comienzo.

Al poner en práctica mis conocimientos adquiridos durante la licenciatura, bajo la guía de profesionales en el área de Marketing, Engagement y Social media, se logró la creación de contenido de la calidad esperada por la organización; a pesar de mi experiencia en la realización de este tipo de material, pertenecer a este equipo me sacó totalmente de mi zona de confort, ya que al no tener una identidad gráfica establecida, me veía obligada a reinventar conceptos y a mantenerme en constante movimiento en cuanto a tendencias para obtener productos gráficos que mantuvieran cautivado al usuario.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

En retrospectiva, uno de los resultados más evidentes fue la buena recepción que tuvo en redes sociales el material gráfico publicado durante mi estancia en la organización, desde las imágenes publicitarias hasta el E-book y los descargables contaban con un índice muy alto de visualización y respuesta por parte de los seguidores de Greenpeace México en las distintas plataformas digitales; de acuerdo a las estadísticas de interacción, se mantuvo constante el flujo de receptores e incluso en ciertas ocasiones, aumentó, principalmente en Facebook e Instagram. De acuerdo a los comentarios del equipo digital en las reuniones que se llevaban a cabo, todos los objetivos se cumplieron de manera óptima dado que mi adaptación al ritmo

de trabajo y a la línea gráfica fue bastante adecuada; siendo mi intervención de gran utilidad en el presente y en el futuro próximo de la organización, ya que algunos materiales continuarán siendo difundidos aun después del término de mi servicio.

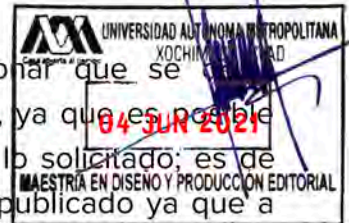


Desde mi experiencia dentro de este proyecto, considero es imperativo mantenerse en constante actualización sobre las tendencias gráficas y herramientas que permiten realizar trabajos comunicativos de calidad, pues es del buen manejo en estas, que depende el impacto y éxito dentro de las plataformas digitales y por ende en el usuario o consumidor.

Realizar mi servicio social como Diseñadora de la Comunicación Gráfica en una organización internacional tan destacada como lo es Greenpeace, fue una experiencia bastante grata ya que me parece de suma importancia que esta disciplina pueda servir de canal para transmitir un mensaje tan relevante como lo es el cuidado del planeta; aunque pudiera parecer contradictorio debido a las repercusiones que trae consigo el diseño, la apertura de esta ventana de oportunidad para conocer lo que se realiza contra las problemáticas ambientales y contribuir un poco a estas acciones tan loables que realiza Greenpeace desde nuestra posición como diseñadores, representa un claro ejemplo de la sustentabilidad que puede llegar a conseguirse dentro de este campo.

RECOMENDACIONES

Al ser un equipo multidisciplinar donde se coloca a los prestadores de servicio social, es necesario mantener constante comunicación con todos los integrantes, ya que cada uno solicita diferentes materiales, de acuerdo a sus necesidades y los requerimientos que tenga la organización en cierto momento. Una de las desventajas de este proyecto, es que no se tiene contacto directo con el departamento de diseño y algunas veces puede verse comprometido el trabajo que se realiza ya que al no tener la suficiente comunicación, discrepan algunos conceptos y es necesario volver a replantear la conceptualización y el diseño, retrasando la fecha de salida de algunos materiales y campañas, sin embargo, el ser diligente y estar atento a las indicaciones tanto iniciales como las que van surgiendo a lo largo del proyecto en curso, agiliza el proceso. Debido a que es un proyecto con baja demanda, solo ingresa un prestador de servicio social a la vez y es posible que se deleguen tareas simultáneas por parte de los distintos integrantes del equipo digital, ocasionando que algunas veces los deadlines se sobrepongan y se cargue el trabajo, sin embargo, la mayoría de las veces el ritmo solicitud-entrega es bastante relajado.



Respecto al proceso creativo, me parece importante mencionar que se debe considerar que la libertad que se brinda, puede jugar en contra, ya que es posible caer en la ambigüedad y no cumplir con el propósito inicial de lo solicitado; es de bastante utilidad tomar como referencia todo el material antes publicado ya que a pesar de que no se siga la misma línea gráfica, pueden retomarse conceptos o estilos similares para mantener uniforme el contenido de la organización.

Recomiendo ampliamente realizar el servicio social dentro de Greenpeace México, ya que a pesar de tener un ambiente relajado, permite poner en práctica todo lo aprendido en la universidad, presentando retos constantes que ayudan a aumentar la capacidad para resolver problemas de comunicación y para llevar a cabo proyectos variados, expandiendo las posibilidades de indagar en casi todas las áreas del diseño de la comunicación gráfica, no únicamente en aquella en la que se está especializado.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- Greenpeace, Greenpeace México. (2021) <https://www.greenpeace.org/mexico/>
- Greenpeace, Greenpeace media. (2021) <https://media.greenpeace.org/CS.aspx?VP3=CMS3&VF=Home>
- Lumen 5, Lumen 5 Video Maker. (2021) <https://lumen5.com/>
- Adobe Creative, Help Adobe. Cómo crear un gif animado en Photoshop. (Febrero 2020) <https://helpx.adobe.com/es/photoshop/how-to/animated-gif-photoshop.html>