

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

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas
(Actualmente *Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas*)

Dirección de Comunicación Social

Periodo: 05 de noviembre de 2018 al 06 de mayo de 2019

Proyecto: Servicio Social y/o Prácticas Profesionales en la CDI

Clave: XCAD000145

Responsable del Proyecto: Isabel Estela Hernández Esquivel

Asesor Interno: Mayra del Carmen Bedolla Torres

Merari Arévalo Meraz **Matricula:** 2153028643
Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica
División de Ciencias y Artes para el Diseño

Tel: (595) 95 5 28 50

Cel.: 595 107 03 89

Correo electrónico: m.aarevalo9717@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Los pueblos indígenas en México son una pieza fundamental en la cultura y las tradiciones; el arte en su artesanía, vestimenta y, también gastronomía nos muestran su cosmovisión. Esta puede ser extensa si contamos que en el país existen 68 pueblos, distribuidos principalmente en los estados del sur como Oaxaca y Chiapas, por mencionar algunos, y no sólo eso, cada poblado en los diferentes estados de la República Mexicana tiene costumbres y tradiciones que pueden variar, a pesar de pertenecer a un mismo pueblo.

A lo largo de los años se ha mantenido un diálogo con esta parte de la población, y es a partir de este diálogo que se quiere seguir manteniendo que surge el *Instituto Nacional Indigenista* (INI) en 1948, formando diversos materiales visuales y audiovisuales explicando la vida de los pueblos indígenas a México, así como otro tipo de proyectos que los ayudó.

Posteriormente en 2002 el Senado de la República aprobó el cambio de nombre a *Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas* (CDI) manteniendo el patrimonio que se formó en el INI y su personalidad jurídica, con esto además se creó un Consejo Consultivo integrado por representantes de los pueblos indígenas del país principalmente, y también personas de otros ámbitos institucionales, en esta nueva etapa se realizaron más acciones que promovieron el arte y la importancia de los pueblos indígenas, llegando a crear en 2015 la primera Expo de los Pueblos Indígenas, misma que promovió el trabajo indígena y sus tradiciones con eventos culturales. Ésta se celebraba en dos eventos por año con una duración de 3 días cada uno. La primera en el mes de mayo, y la segunda en el mes de noviembre, sin embargo, este proyecto tuvo su octava y última edición en noviembre del 2018. Finalmente, en diciembre de 2018 con el cambio de gobierno, el presidente Andrés Manuel López Obrador propuso un nuevo nombre, *Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas* (INPI) caracterizada por integrar a la población afromexicana a la institución y realizar consultas sobre proyectos a los integrantes de los pueblos indígenas.

Por otro lado, para mantener una constante difusión sobre proyectos, convocatorias o información relacionada a beneficiar a la población indígena se hace uso de las redes sociales, un complemento de la página web oficial con la que se cuenta. Con estas plataformas (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube) también se difunden datos culturales

que caracterizan a los Pueblos Indígenas a partir de contenidos gráficos, y ayudan a externar las tradiciones y lo que engloba su cultura.

OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la interpretación de información para crear material gráfico digital para su distribución en las redes sociales del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas.

ACTIVIDADES REALIZADAS

Se consultaron diferentes fuentes de información que incluyeron la base de datos de la institución, libros y artículos publicados por la misma, para la creación de videos, gifs y material gráfico que resaltaba cosmovisiones, tradiciones, vestimenta, gastronomía y arte, principalmente. Dicho material se fue modificando en diferentes formatos para ser publicada en las diferentes redes sociales que se manejan en la institución.

Formar parte del grupo de diseñadores que presentaron propuestas para el nuevo imago tipo del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas. Para este proyecto se obtuvo la invitación directa del encargado del Departamento de Medios Digitales, Norberto Zamora Pérez, quien mencionó que como elemento principal se usaría el bastón de mando, un objeto que representaba a los Pueblos Indígenas. De esta manera se trabajaron diferentes propuestas que se mandaron al Director General del INPI, Adelfo Regino Montes, para ser evaluadas y escoger finalmente una que representara más a la institución.

Las campañas que se proponían desde el interior de la institución o que venían directamente de la Presidencia de la República y debían ser difundidas, formaron parte del material gráfico que se diseñó, realizando diferentes propuestas que posteriormente fueron publicadas como fue el caso de los carteles de los Foros de Consulta sobre el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, una propuesta de la Presidencia de la República y el INPI donde participé en la creación de la identidad gráfica y la propuesta del material gráfico que se distribuyó; la traducción a náhuatl del folleto Sembrando Vida “Programa de Comunidades Sustentables”, donde el texto traducido fue incorporado a un folleto que había enviado la

Presidencia de la República; las portadas de diferentes convocatorias a programas sociales y también la convocatoria para la 13° Edición del Título de Experto en Pueblos Indígenas, estas últimas como parte del INPI.

Se realizaron materiales gráficos para los días nacionales e internacionales, así como también para los aniversarios de las diferentes radiodifusoras que pertenecen al Sistema de Radiodifusoras Culturales Indígenas (SRCI). Al mismo tiempo se hizo la digitalización de los logotipos de las 21 estaciones de radio y gráficos que promovieron su trabajo para que la gente los escuchara.

En los materiales audiovisuales que realizaba el Departamento de Video se contribuyó a la creación de material gráfico que pudieran animar, principalmente personajes de pueblos indígenas; dependiendo del tema y lo que se realizaría era como se armaban y separaban los elementos del mismo, debido al uso de diferentes capas para la animación en After Effects.

Participar en la programación de la parrilla de contenidos de las redes sociales con el Community Manager, inicialmente proponiendo contenido, posteriormente organizando el contenido de las parrillas en Facebook, Twitter e Instagram durante el periodo que comprende el 11 de Marzo al 26 de Mayo, dicho contenido fue supervisado por el Community Manager César Arellano Galicia, la encargada del Departamento de Difusión Maritza García Licon, y la Directora de Comunicación Social Rosario Santamaría Real, y cuando fue aprobado se publicó los días que se habían establecidos. Además durante los últimos dos meses ayudé a elaborar el Informe Mensual de Resultados de las redes sociales, obteniendo las cifras de las interacciones de todas las publicaciones así como la que más se destacara por cada red social, dichos datos se los entregaba al Community Manager quien finalmente elaboraba el informe escrito.

Durante la octava y última edición de la Expo de los Pueblos Indígenas, se asistió para conocer a diferentes productoras y productores indígenas y realizarles entrevistas sobre su trabajo y sus comunidades, de la información obtenida así como del material físico obtenido se propuso material gráfico que posteriormente fue publicado en las redes sociales.

Durante el aniversario de la radiodifusora XEVZ “La Voz de la Montaña” se hizo el diseño de los reconocimientos que se entregaron a los participantes de las actividades conmemorativas por los 40 años de la radio.

De parte de la Presidencia de la República me pidieron realizarles ciertos gráficos, tres de ellos fueron propuestas que no se publicaron: un cartel para promover el nuevo Centro Cultural y Medioambiental Muro de Agua, José Revueltas; un cartel por si ganaba el Oscar la actriz indígena Yalitza Aparicio; y una infografía sobre los directores mexicanos que ganaron el Oscar como Mejor Director de 2014-2019. El que sí fue publicado, se trató de un gráfico sobre el aniversario del asesinato del Expresidente Francisco I. Madero. Cada una de las propuestas tuvo sus variantes en formatos para ser publicadas en Twitter y las historias en Facebook e Instagram. Debido a que observaron el trabajo que le estaba realizando al INPI, como parte del servicio social, y les agradó, fue como me invitaron a realizarles propuestas de gráficos para las temáticas antes mencionadas.

METAS ALCANZADAS

Como parte del objetivo principal de realizar material gráfico, este aspecto se cumplió en su totalidad.

Por otro lado, se superaron las expectativas del objetivo inicial al participar en las propuestas para el nuevo icono del INPI, armar la parrilla de contenidos de redes sociales del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas, crear el material gráfico de diferentes campañas, realizar propuestas gráficas a la Presidencia de la República y participar en la creación del icono del INPI.

El aprendizaje para utilizar programas como Photoshop y After Effects se vio incrementado gracias a la ayuda obtenida por los integrantes del Departamento de Video, que incluía a los editores de los videos que se subían a las plataformas de YouTube y Facebook, y a uno de los fotógrafos quien se encargaba de realizar todo el material fotográfico del Director del INPI.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Durante los 6 meses que se estuvo colaborando en el Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas se entregaron 219 trabajos gráficos divididos en: 1 propuesta de imago tipo para el

INPI, 3 videos animados en After Effects, 4 Gifs, 29 diplomas, 35 figuras y objetos individuales para ser animados en el Departamento de Video y 147 gráficos, de los cuales 4 fueron para la Presidencia de la República; 5, citas de conferencias que dio el Director del INPI; 7, convocatorias; 12 infografías; y los 119 gráficos restantes fueron para resaltar tradiciones, cosmovisiones y características de los diferentes pueblos indígenas, así como fechas nacionales e internacionales, aniversarios de diferentes instituciones públicas o radiodifusoras pertenecientes al SRCI. A todos ellos se les dio difusión en las redes sociales oficiales de la institución, y en el caso particular de la Presidencia de la República se difundió en sus respectivas redes sociales.

Durante los informes de resultados mensuales de las redes sociales se reportaban las publicaciones que más interacciones se hubiesen generado, y en el caso particular de Abril uno de los trabajos gráficos que elaboré fue de los que generó más interacciones y discusión en el Facebook del instituto, logrando un total de 3,300 reacciones, 16,857 compartidas, y con un alcance de más de un millón de usuarios, datos proporcionados por el Community Manager.

Al realizar material gráfico, hubo uno en particular que causó problemas dentro de las redes sociales. Como parte de la difusión de los pueblos indígenas se hicieron 6 infografías de los pueblos: Akateco, Amuzgo, Chinanteco, Chuj, Huasteco y Mixteco. La información que se plasmaba en ellos se obtenía de fuentes oficiales del INPI, y luego era revisada y ratificada por el Community Manager así como por la encargada del Departamento de Difusión para finalmente ser publicada, sin embargo, los comentarios en algunos de ellos no fueron positivos, ya que muchos de los usuarios afirmaban que la información planteada era errónea, dichos datos se revisaron y se corrigieron si estaba dentro de los datos que la misma institución tenía y habían sido pasados por alto por cada una de las personas que lo revisó así como de mi parte al sacar la información.

Nos dimos cuenta que realizar las infografías con la información más general de cada uno de los pueblos no iba a ser suficiente porque las palabras (a veces la información se escribía en la lengua de cada pueblo indígena para resaltar algo importante o porque así se encontraban escrito en la fuente principal) que se incorporaban variaban de región en región, entonces si alguien opinaba que estaba mal escrita o que eso no significaba lo que

decíamos, se debía en gran parte a que la palabra provenía de una región distinta y para eso ya no podíamos hacer nada, porque a pesar de saber que estaba bien escrita o traducida, no estábamos seguros de qué región provenía. Con esta situación me percaté de la fuerza que tienen los usuarios en las redes, y de lo difícil que es satisfacerlos sin ignorar las fuentes oficiales. No podíamos cambiar la información por una que ellos nos ponían, porque no sabíamos si la fuente era confiable o no, por esa razón se determinó dejar de realizar las infografías de los pueblos indígenas, y como solución propuse realizar gráficos con información particular de cada pueblo, como celebraciones, cosmovisiones, tradiciones, todas iban a tratar de especificar la región de dónde provenía si se tenía el dato, si no entonces la información debía de ser una característica que tuviera el pueblo en todas las regiones. Lo importante aquí fue proponer ideas para seguir creando contenido para las redes sociales, y debido a esto fue cuando se puso en contacto Ismael Daniel Tovar Herrera, Director del Gabinete Digital de la Presidencia de la República, para ayudarles a crear propuestas para sus redes sociales. Aquí me di cuenta que el trabajo que realizaba en el INPI lo notaban no sólo los usuarios, sino también personas en las otras dependencias del gobierno.

RECOMENDACIONES

El INPI tiene una diversidad de información sobre los Pueblos Indígenas y externarla a la población a partir de elementos gráficos forma parte del atractivo en las redes sociales. Sí hay que tener cuidado con aquello que se publica pero no siempre habrá usuarios conformes, en esa parte no hay más que verificar la información que se divulga con la que se cuenta porque finalmente la investigación que realiza la institución, esta o cualquier otra, tiene un gran peso y en lo posible intenta recabar lo más que pueden, a nosotros como diseñadores es donde nos toca resumir toda esa información. Verificarla con alguna otra fuente igual de confiable no es una mala idea, pero siempre tomando en cuenta que la que tiene mayor peso será de la institución donde se realiza el trabajo.

BIBLIOGRAFÍA Y/O REFERENCIAS ELECTRONICAS

- Benítez, R. (2017). *Vocabulario práctico bilingüe Mazahua – Español*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
- Cuevas, B. (2008). *Tí' u billil in nook': Del dobladillo de mi ropa*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
- De la Vega, M. (2017). *Aprendiendo Otomí (Hñähñu)*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
- Estrada, A., Farldow, L. (2007). *Diccionario Práctico de la Lengua Kiliwa*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
- INPI. (2018). *Programa Nacional de los Pueblos Indígenas 2018-2024*. México. Diciembre 28, 2018, de Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas. Sitio web: <https://www.gob.mx/inpi/es/articulos/programa-nacional-de-los-pueblos-indigenas-2018-2024-mexico-185839?idiom=es>
- INPI. (2018). *Atlas de los Pueblos Indígenas de México*. Enero 03, 2019, de Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas. Sitio web: <http://atlas.cdi.gob.mx/>
- Kumoontun A. C. (2018). *Cuentos Ayöök*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
- Montero, M. (2012). *Ejercicios para el aprendizaje de la lengua náhuatl de Hueyapan y diccionario Español - Náhuatl*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
- Ríos, E. (2008). *Ca diidxa' guchendú: Palabras germinadas*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.