

Mtra. María de Jesús Gómez Cruz  
Directora de la División de Ciencias y Artes  
para el Diseño  
UAM Xochimilco

# INFORME FINAL DE **SERVICIO** **SOCIAL**

Fundación del Centro Histórico

Área de Comunicación

Periodo: 08 de febrero al 08 de agosto de 2016

Proyecto: Comunicación interna y externa  
de la Fundación del Centro Histórico

Clave: XCAD000490

Andrea Martínez Meza  
Matrícula: 2122037649  
Licenciatura: Diseño de la  
Comunicación Gráfica  
División de Ciencias y Artes  
para el Diseño

Teléfono  
57.48.81.19  
Celular  
044.55.16.80.56.80  
Correo electrónico  
arte1337@hotmail.com

# Introducción



A principios de febrero del presente año, comencé mis prácticas de diseño gráfico dentro del ámbito profesional en la Fundación del Centro Histórico de la Ciudad de México, una organización enfocada en generar acciones estratégicas eficaces para el desarrollo local.

La Fundación trabaja, por tanto, en programas sociales, económicos, educativos y culturales que tienen como objetivo mejorar la calidad de vida de los habitantes del Centro Histórico de nuestra ciudad.

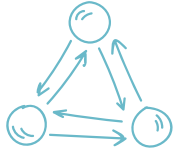
Actualmente implementa acciones en cuatro programas: Desarrollo Comunitario, Orientación y capacitación laboral, y un programa cultural con actividades en dos sedes (Casa Vecina y Atrio de San Francisco). Además de estos programas, la fundación posee un equipo administrativo que coordina y distribuye los recursos económicos y materiales.

El área de Comunicación tiene a su cargo el desarrollo de las estrategias y material gráfico necesarios para los programas de Desarrollo Comunitario, Orientación y capacitación laboral, así como del área administrativa.

Cada uno de los programas requiere productos diferentes, y cada uno de estos con cualidades estéticas y estilísticas distintas, ya que las acciones están dirigidas para auditorios con edades, ambiciones y gustos diversos; por ejemplo, las personas que habitan en algunos cuadrantes del Centro Histórico difieren de las personas que viven en las Pensiles, otra de las comunidades en las que se enfocan las estrategias de algunos de los programas.

La labor social de la fundación requiere contenidos y estrategias comunicacionales específicas, mi labor como diseñadora de la comunicación gráfica estuvo supeditada a su imagen institucional, al cual ha sido construida a través de 15 años de trayectoria, no obstante mi propósito como profesional de la comunicación fue realizar propuestas eficaces que se ajustaran a las tendencias actuales del diseño, y que en muchos casos ampliaron mi esquema de trabajo a ámbitos como el diseño web y el community manager.

# Objetivos



## General

El servicio social funge como una acción teórico-práctica que permite al egresado familiarizarse de forma temporal con situaciones de colaboración profesional y social, y prepararlo así para su posterior ejercicio profesional.

## Específicos

El servicio que realicé en la fundación fue como apoyo al área de Comunicación, con el objetivo de asistir al personal de diseño en la elaboración de materiales específicos para algunos de sus programas, aportando ideas en el desarrollo de estrategias de comunicación para algunos eventos importantes en la agenda anual de la fundación, así como para revitalizar los contenidos en redes sociales y página web, o bien con la intención de generar nuevas propuestas para algunas aplicaciones de su identidad institucional.

# Actividades realizadas



Como apoyo en el área de Comunicación, estuve bajo la dirección de la coordinadora y el diseñador del área realizando las siguientes actividades:

- **Diseño de materiales visuales** hacia el interior y exterior de la Fundación del Centro Histórico
- **Generar estrategias** de diseño
- **Proponer** diseños que permitan **difundir** las **acciones** que realiza la Fundación
- **Generar contenidos** que fortalezcan los diseños realizados.

## Tarjetas

### *animadas*

Tal como lo estipulan estos puntos, las propuestas que desarrollé a lo largo de estos seis meses se publicaron en los portales internos y externos de la fundación, tanto para los empleados como para la comunidad del Centro Histórico y zonas aledañas.

En el mes de febrero, al comenzar mi servicio me fue asignada la elaboración de tarjetas para los cumpleaños del mes, una campaña de comunicación interna que han realizado a lo largo de los últimos años con la finalidad no sólo de felicitar a quienes festejan su aniversario durante el mes, sino de hacer partícipe a la comunidad de la fundación en esta celebración, ya que al final del mes se realiza un convivio con todos los empleados presentes.

Al inicio del mes se envía a través de un servicio de mailing una tarjeta general para todos los cumpleaños, y mientras se presentan las fechas de los cumpleaños individuales, se van enviando las felicitaciones individuales, así que en total se realizan entre 6 o 7 tarjetas; asimismo, estas tarjetas deben ser temáticas, como diseñadora se me permitió escoger el tema de acuerdo a las efemérides más relevantes celebradas ese mes.

Hacia el comienzo de mi servicio social elaboré algunas propuestas para los meses de julio y septiembre, luego debido a la prioridad de concluir otras actividades tuve que dejar la tarea inconclusa. En el mes de mayo realicé una segunda propuesta para ese periodo, desarrollando un segundo tópico, y a partir del mes de junio me pidieron que desarrollara una versión animada además de la impresa para revitalizar estos diseños y generar nuevos contenidos eficaces y dinámicos.

La realización de las tarjetas animadas fue una de las actividades que me concedió mayor libertad creativa, en cuanto a la selección del tema y su desarrollo, además me permitió adquirir nuevas habilidades para crear gifs, usando programas que ya conocía pero aplicando nuevas herramientas y ampliando mi capacidad para animar gráficos, haciendo cuadros cada vez más sofisticados, usando imágenes más complejas y aprendiendo a incluir rasgos de la identidad de la fundación en cada tarjeta.

## Portal web

El portal web de la fundación expone información esencial de la fundación como su historia, el cómo y el dónde implementa sus acciones, siempre con un carácter social, además se desglosan los programas que la constituyen y las estrategias que implementa cada uno de ellos, a través de cada una de las secciones pueden encontrarse diferentes contenidos las actividades más recientes, así como galerías, notas de prensa, entre otras cosas.

Recientemente, se actualizó la plataforma del portal, aunque usan Wordpress, en los últimos meses se gestionó la adquisición de una plantilla llamada Maya, un template con varias opciones para secciones, apariencia y distribución, además de ofrecer dos tipos de maquetadores visuales para organizar los elementos en cada página.

La actualización del portal requirió una gran cantidad de trabajo, tanto para reordenar la información ya contenida en la página anterior, como para renovar todos los contenidos (textos, imágenes, íconos, entre otros) en la nueva. En cuanto a la generación de contenidos, tuve a mi cargo la entrada de notas de prensa para la sección FCH en los medios, que se integrarían además en una línea del tiempo, un proyecto que aunque se transfirió a otra área, supuso una buena carga de trabajo durante al menos un mes y medio por la extensión de los eventos históricos y la edición de las notas de prensa y demás imágenes.

Asimismo, esta reestructuración me propuso un nuevo reto, ya que de manera autodidacta aprendí sobre la plataforma y a través de prueba y error



logré rediseñar algunas secciones de la página principal, así como las páginas de los programas y las galerías. Pese a algunas complejidades referentes a la programación, la operación del sistema resulta bastante intuitiva y fue satisfactorio poder resolver estas vicisitudes.

## Material informativo

El Programa de Desarrollo Comunitario es una de las áreas con mayor labor dentro de la fundación, el equipo en este programa, en colaboración con otras áreas analiza las comunidades dentro del Centro Histórico y zonas alejadas como las colonias conocidas como las Pensiles, en la delegación Miguel Hidalgo.

En atención a las necesidades que logran detectar en esta población, desarrollan e implementan acciones estratégicas para fortalecer la convivencia social y facilitar que las personas adquieran herramientas para enfrentar conflictos cotidianos, resolver problemáticas, ampliar su toma de decisiones y otras habilidades para mejorar su calidad de vida.

Estas acciones se reflejan en procesos de acompañamiento en escuelas, unidades habitacionales, y espacios públicos y comunitarios, en alianza con instituciones públicas y privadas.

Todas las actividades programadas en su agenda cotidiana requieren de material promocional, productos como flyers, carteles, folletos, videos y más recientemente, contenido multimedia como gifs. Por ello, a lo largo de estos meses tuve la oportunidad de elaborar algunos de estos materiales, incluso pude proponer una cortinilla para uno de sus videos informativos.

Durante esta temporada realicé lonas, carteles y flyers para actividades en unidades habitacionales. Uno de los aspectos más complejos de estas tareas es adecuar las necesidades comunicativas del programa, la propuesta estética y diseñística de los operadores comunitarios con la estética concebida por la identidad corporativa de la fundación.

En cada uno de los materiales es vital la correcta jerarquización de la información, la aplicación idónea de la gama cromática incluida en la imagen corporativa, así como la organización dinámica del contenido para generar puntos llamativos en la composición y atraer la atención del espectador, además de crear una imagen que pueda asociarse fácilmente a la fundación.

Una de las asignaciones que más disfruté fue la producción de un polidíptico que contuviera toda la información correspondiente al programa, fue una



propuesta lúdica, estructurada y limpia. Uno de los aspectos que más aprecié de este proyecto fue, una vez más, la libertad creativa, pude desarrollar tres prototipos distintos, y con el paso de cada uno pude notar la progresión en cuanto al diseño y la calidad en la composición y los gráficos. Pienso que por esto fue uno de mis trabajos más apreciados por los coordinadores tanto del Programa de Desarrollo Comunitario como del área de Comunicación.

## Diagnóstico

### integral

Este fue un proyecto especial de diseño editorial para el área de Investigación, como su nombre lo dice, es un diagnóstico, producto de la investigación de campo realizada en las Pensiles, cuyo objetivo fue analizar las violencias presentes en el territorio de La Pensil, de acuerdo con su tipología, raíces y factores de riesgo y protección desde un enfoque de prevención social de las violencias y la delincuencia.

Durante varios meses se implementaron diversas herramientas de investigación social como encuestas, entrevistas a profundidad, actividades con sectores específicos de la población, grupos focales, entre otras. Los resultados fueron analizados y sintetizados en este diagnóstico. Mi tarea fue proporcionarle al texto un formato apropiado para su publicación digital, integrando, como en cada proyecto, la identidad de la fundación.

Como parte de mi formación universitaria durante el último año, recibí una amplia instrucción en diseño editorial en las clases y dentro de la publicación Boletín Espacio Diseño. Esta experiencia en la vida académica me dio fuertes bases en el campo editorial, las mismas que sustentaron el proyecto de diagnóstico dentro de la fundación.

El mayor desafío en este proyecto fueron las gráficas y tablas, dado que es un texto científico, un tipo de publicación que no había desarrollado anteriormente, fue un reto rediseñarlas para hacerlas entendibles, optimizar sus dimensiones y la visibilidad del texto para que al integrarlas al texto tuvieran la atención necesaria del lector, además de evitar que se convirtieran en una gran mancha en el cuerpo de la página pero concediéndoles un lugar preferente.

En lo que refiere a la selección de la tipografía y la gama cromática, se decidió usar la misma que en la mayoría de los gráficos de la fundación. Mi prioridad fue mantener una óptima lecturabilidad y legibilidad, la composición final fue un cuerpo de texto de una a dos columnas, dependiendo de las imágenes, gráficas y listas anexas en cada página, con márgenes amplios para ubicar con mayor facilidad la caja de texto y un interlineado abierto para no confundir al ojo, sobre todo considerando que se leerá en dispositivos electrónicos.



# Metodología utilizada



Si bien cada proyecto tiene necesidades específicas, que se ajustan a diversas circunstancias como la forma, el tiempo y presupuesto, es importante tener en mente una línea de trabajo, para que nuestra tarea como diseñadores sea hábil y eficiente.

Esta línea de trabajo, en mi experiencia se basa en los siguientes puntos:

- **Reconocimiento del caso:** debemos sentarnos a escuchar la petición del cliente, plantear preguntas que nos permitan dilucidar qué quiere comunicar, a qué público quiere llegar y qué beneficios espera obtener por medio del diseño.
- **Planteamiento del problema:** como diseñadores de la comunicación gráfica debemos desarrollar la capacidad de evaluar de manera objetiva si la estrategia planteada por el cliente es la más adecuada para ponerse al alcance de su público objetivo, y además es importante tener la habilidad de plantearle las propuestas más aptas para resolver estas cuestiones.
- **Solución creativa:** en cada proyecto es importante elaborar de 2 a 3 propuestas, sobre todo si el cliente no ha dejado claros los lineamientos teóricos y estéticos de la encomienda; así, al avanzar a la revisión podemos esclarecer nuestras dudas.
- **Revisión:** A continuación es conveniente sentarse con el cliente a revisar el producto, escuchar sugerencias para hacer los cambios pertinentes. En este punto es indispensable mediar el diálogo para exponer lo que consideramos pertinente sin provocar que el cliente se cierre a nuestras sugerencias y respetando su punto de vista. El aspecto más importante del proceso creativo es mantener abierta la comunicación, dentro y fuera de la organización.
- **Optimización:** En cuanto hemos superado la fase de revisión, realizamos los cambios pertinentes y, revisamos una y otra vez el diseño hasta que



estamos seguros de que resolvimos las cuestiones conceptuales y técnicas correctamente.

- **Implementación:** Una vez que tenemos el visto bueno del cliente, dependiendo del caso, le entregamos el producto al cliente o, como en el caso de la fundación, al comunicólogo, quien se encarga de implementar este gráfico en el medio indicado, siempre complementado por la información o indicación necesarias para que el usuario reciba el mensaje de manera óptima.
- **Retroalimentación:** Finalmente, siempre es muy útil recibir comentarios sobre los resultados obtenidos a través de la estrategia de comunicación para mantener o corregir los elementos que favorecieron o demeritaron el material gráfico.



# Metas alcanzadas



Como diseñadora de la comunicación gráfica recién egresada me planteé al comienzo de mi servicio el propósito de familiarizarme al máximo con el ambiente laboral, conocer la forma de trabajo en una institución como ésta, que además tiene una incidencia social importante en el Centro Histórico, es decir que posee un perfil acorde con el de mi formación universitaria: trabajar sobre objetivos específicos, en proyectos que buscan una influencia benéfica en la comunidad.

Además de reconocer mi habilidad de adaptación al ritmo y condiciones de trabajo pude poner en práctica gran parte de los conocimientos adquiridos a lo largo de cuatro años de carrera universitaria, me complace decir que superé mis expectativas sobre lo que creía saber, aprendí algo más cada día, me arriesgué en tareas que jamás había realizado y obtuve buenos resultados en la mayoría de los casos.

Por otro lado puse a prueba mi habilidad para proponer, así como mi tolerancia a la frustración, aspectos importantes en la vida laboral que nos permiten tener mejores oportunidades de crecimiento como profesionales, menos estrés y dificultades en el trabajo diario, ya que no debemos olvidar que todas nuestras propuestas están expuestas al criterio y las decisiones de personal con mayor conocimiento y responsabilidades; siempre debemos estar abiertos a las opiniones de los demás miembros del equipo ya que nos ayudan a generar propuestas más fructíferas y complejas que cuando solamente apelamos a nuestro criterio.

# Resultados y conclusiones



Me alegra decir que, luego de estos meses fue posible no sólo familiarizarme con la forma de trabajo de una fundación, sino con la dinámica y exigencia que implica el ejercicio de mi profesión. Esta labor demanda constancia, disciplina, capacitación y actualización continuas, y sobre todo una actitud receptiva a las sugerencias de otros, al cambio y a la adopción de la identidad ya establecida de una marca, sin dejar de lado nuestra creatividad y actitud propositiva, las cuales deben actuar a favor de la imagen corporativa y de la comunicación de la empresa con su auditorio.

Los resultados de este servicio social fueron beneficiosos para ambas partes, estoy segura de que el interés y el agradecimiento fue recíproco. Estoy satisfecha con mi elección de proyecto de servicio social porque conocí una organización cuya misión está relacionada con todos los valores que la UAM se esmera en inculcar en sus estudiantes: la empatía y la habilidad de generar ambientes propicios para el diálogo y la cooperación, importantes para propiciar el bienestar de la comunidad. Me complace decir que a través de este servicio me uní al engranaje a través de acciones diversas uno a uno, desde su área de conocimiento, en conjunto con sus compañeros, ponen en marcha el desarrollo integral de nuestra ciudad.

# Recomendaciones



La Fundación del Centro Histórico hace a la prestadora del servicio social las siguientes recomendaciones:

- Mejorar en lo que respecta a la puntualidad, ya que como empleado eso demuestra compromiso y constancia, además es imprescindible para que diariamente se concluya la agenda de trabajo.
- Involucrarse con mayor determinación en cada una de las etapas de un proyecto de diseño y revisar a detalle el producto una vez finalizado, para minimizar contratiempos previos a la implementación.
- Se recomienda una capacitación en programas específicos de la plataforma Mac, como Final Cut, o sus similares, para resolver, por ejemplo, proyectos de edición de video y audio, una tarea en la que recomendamos adquiriera mayor experiencia.
- El trato con el cliente debe ser gentil y atento siempre para comprender mejor sus necesidades, negociar y acordar las acciones que se tomarán respecto al producto final, asimismo sugerimos mantener una actitud propositiva en todo momento para enriquecer el proyecto.

# Bibliografía y referencias



**Ambroise, G., Harris P.** (2008). *Retículas*. Barcelona: Parramón.

**Elam K.** (2007). *Typographic Systems*. Nueva York: Princeton Architectural Press.

**Gomez-Palacio, B., Vit A.** (2009). *Guía completa del diseño gráfico: compendio visual y reseñado sobre el lenguaje, las aplicaciones y la historia el diseño gráfico*. Barcelona: Parramón.

**Kloss Fernández del Castillo, G.** (2005). *Entre el diseño y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.

**Sherin A.** (2012). *Elementos del diseño: Fundamentos del color*. Badalona: Parramón.

**Tondreau B.** (2009). *Principios fundamentales de composición: 100 proyectos de diseño con retículas*. Barcelona: Blume.