**INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL**

Dr. Francisco Javier Soria López

Director de la División de Ciencias y Artes para el Diseño

UAM Xochimilco

**INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL**

Asociación Mexicana de Grabadores de Investigación Plástica

AMGIP

Periodo: 11 de enero de 2021 al 03 de septiembre de 2021

Proyecto: Difusión de las artes y el diseño de la Asociación Mexicana de Grabadores de Investigación Plástica, A. C.

Clave: XCAD000739

Responsable del Proyecto: Mtra. Annelies Alvarado Zink

Prestadora de servicio: Xitlalit Edith Cerro González
Matrícula:2162036653
Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica

Asesor Interno: Dr. Gerardo Lucas Fernandez del Castillo

Matrícula: 3020593654

Licenciatura: Síntesis Creativa División de Ciencias y Artes para el Diseño

Tel

Correo electrónico: lucas@correo.xoc.uam.mx

## 1. Introducción

El diseño Grafico esta formado por diversas disciplinas, entre ellas el grabado, que dentro de la UAM Xochimilco lo llevamos como taller, el cual se nos presenta en dos trimestres diferentes, que son el cuarto y noveno trimestre.

En mi experiencia el grabado tomo fuerza de inmediato, en cuarto trimestre, el primer trimestre como tal de la carrera, donde tuve la oportunidad de viajar a Aguascalientes a la feria del grabado y al mismo tiempo tomar un curso del mismo, dentro de esta experiencia pude conocer al maestro Alejandro Alvarado Lang, quien en el momento me impresiono por el amor y conocimiento que tenia por el grabado, sin pensar que años después estaría realizando mi servicio social dentro de la Asociación Mexicana de Grabadores e investigación plástica que el fundo, donde pude no solo volver a conectar con el grabado, sino poner a prueba conocimientos y practicas vistas durante la carrera, así como desarrollarme en otras áreas en las que no tenía experiencia alguna.

Las practicas que pude aplicar fueron más allá de un simple servicio social, ya que me permitieron tomar decisiones y sugerir sobre temas de actualidad y junto con ellos pudimos lograr objetivos a corto alcance que le permitieron a la asociación tener un acercamiento directo con usuarios nuevos.

La importancia de las redes sociales así como el acercamiento a la tecnología fueron mis fuentes principales de trabajo ya que con motivo de la pandemia, la adaptación de las instituciones culturales y artísticas es indispensable para poder sobrevivir dentro de un mundo tecnológico y delimitado por motivos de salud, donde pude desarrollar diversas estrategias que en la enseñanza escolar solo se quedaron en teoría, como en la fotografía, la ilustración y el grabado mismo, permitiendo asi el crecimiento y apertura a nuevas posibilidades e incluso un mayor panorama sobre el futuro de la asociación en terminos de las formas de presentar los talleres y actividades que se den de manera presencial y en estos momentos de manera virtualmente en la AMGIP.

## 2. Objetivo general

La formulación de estrategias visuales que permitan la adaptación de la asociación a la situación que la pandemia obligo a vivir, ya que como es bien sabido los centros culturales y artísticos dependían prácticamente un 100% de las visitas y actividades presenciales que podían ofrecer al público, lo que llevo a la Asociación a reformular sus estrategias, para de esta manera seguir manteniendo a flote sus actividades y las instalaciones.

Por medio de carteles digitales e impresos se aplicaron mis servicios como diseñadora de la comunicación gráfica, así mismo aprovechar mis conocimientos sobre grabado y sus diversas técnicas, debido a que no en todas las universidades que ofrecen el diseño grafico como carrera es posible ver el grabado de manera practica a diferencia de la Universidad Autónoma metropolitana Unidad Xochimilco se tiene.

## 3. Actividades realizadas

### Carteles y convocatorias

El trabajo más recurrente fue crear carteles para los diferentes eventos que se realizan en la asociación, comencé con solo ciertos carteles que eran divididos entre las diferentes diseñadoras que formamos parte del servicio, una vez que se cambió el modo de publicación de redes sociales, comencé a crear feeds, específicos para después publicarlos en redes sociales, estos eran aproximados a dos eventos por semana.

en general parte de mi trabajo era publicar contenido en Instagram, no siempre diseñado por mí, sino por las chicas de servicio social, al mismo tiempo crear historias y generar algunas dinámicas exprés para generar mayor visualización en esta red.

### Toma de fotografías

Como parte de las actividades fue crear un archivo fotográfico de las obras que se encuentran en la asociación, el trabajo principal era la toma de fotografías de cada una de las obras, así como posteriormente archivarlas y ordenarlas correctamente en la computadora y en físico.

**Campaña para Instagram**

El primer día que me presente en la AMGIP, me hicieron una entrevista junto con una estudiante de pedagogía, quien también estudiaba danza, esto aunque pudiera parecer extraño pudo ampliar el terreno de trabajo, de esta manera fue que en tan solo la primer reunión decidimos que haríamos sesiones de fotos con temática, aprovechando cada espacio de la asociación, todo esto seria publicado en las redes sociales de la asociación, siendo así la maestra Ann decidido que yo me hiciera cargo de Instagram, ya que era una red en la que la actividad era muy escasa y no contaba con tantos seguidores, esto se hizo con la finalidad de solo mostrar imágenes y comenzar como prueba piloto la sugerencia de fotos temáticas y dentro o cerca de la institución.

La primer fecha fue el día de muertos, antes de que llegara noviembre armamos la estrategia donde sugerí que ya que mi compañera de servicio social estudiaba danza, seria asertivo que ella fuera la modelo, de esta manera no tendríamos que pagar una modelo, así que se eligieron algunos trajes típicos de estado de la república, con un maquillaje típico de día de muertos, una mitad clásica y la otra mas moderna lo cual simbolizaba la era clásica y el nuevo comienzo de la asociación, de alguna manera la intención era marcar una pauta para introducir a la asociación a lo que denominamos era actual, una era donde para ser vistos y tener un mayor alcance se tiene que estar inmerso dentro de las redes sociales.

Para esta campaña se utilizo como set toda la institución, donde se coloco a la modelo en diferentes espacios, como cada una de los salones que se encuentran dentro de la asociación, así mismo se hizo uso como fondo las prensas antiguas que se encuentran en la parte principal de la asociación y que fungen como parte del museo de la misma, por ultimo se decidido que también se tomarían fotos fuera de la asociación, principalmente en la puerta de la asociación, ya que esta se encuentra en una zona un poco escondida y no cuenta con algún cartel o señalética de la asociación, así que fu de utilidad utilizar el color rojo y una campana en forma de águila que es el primordial símbolo de la AMGIP, esto con la intención no solo de llamar la atención de los usuario por tan particular campana y color, sino también que existiera un acento en la calle que sirviera como referencia de ubicación e incluso motivar a los usuarios que al visitarán el lugar se tomen fotos o se graben con la campana en forma de águila y el particular zaguán rojo.

En cada campaña se planeo que no solo fueran fotografías, sino también se realizaran historias en Instagram que se componían de utilizar las herramientas que posee la plataforma y de esta manera el mismo día de la sesión y durante todo el mes se subieran pequeños detalles de la sesión y siempre resaltando actividades o eventos que se llevarían acabo durante todo el mes.

La siguiente campaña con temática fue para el día del niño, donde se utilizo el mismo sistema de trabajo, con la diferencia que en esta ocasión todas las fotografías se tomaron dentro de la Asociación, de igual manera fue para resaltar otras áreas de la asociación que no se habían tomado en la campaña o en historias anteriores, con la diferencia que estas fueron publicadas única y exclusivamente para una única actividad de ese mes, en este caso la sesión fue mas corta ya que para este momento las redes sociales de la asociación ya habían experimentado un cambio en la forma y estándares de publicación de contenido.

**Cambio de publicación en redes sociales**

Para poder medir la efectividad de las campañas que se estaban realizando fue necesario cambiar el método y de publicación en las principales redes de la asociación, como es Instagram y Facebook, estableciendo diferentes criterios como:

- 1.- borrar todo el contenido anterior de Instagram y comenzar de 0, anunciando un nuevo proyecto.
- 2.- crear una regla donde se establece que cada publicación tiene que contar con por lo menos tres feeds que son los cuadros presentados en Instagram, ya que juntos crean una composición homogénea de imágenes y texto, buscando crear una uniformidad y dinamismo visual, creando una mejor experiencia para los usuarios.
- 3.- para Facebook se publican las mismas tres imágenes, siempre teniendo en cuanta que la imagen que se publica mas grande tiene que tener solo imagen, nombre y fecha del evento, mientras que en las otras dos imágenes se da espacio al contenido e información del mismo evento.

En cuestión de Facebook se abrió una nueva cuenta principal, debido a que la asociación tiene diversas cuentas secundarias como: la galería y el colectivo Valverde, las cuales anteriormente estaban vinculadas al Facebook personal de la directora de la asociación, haciendo confusas las publicaciones para los usuarios, ya que en primera el contenido publicado era mixto, entre publicaciones de actividades propias de la asociación y publicaciones personales de la directora, también se tenia una restricción de quien era aceptado y quien no, esto limitaba a usuarios interesados y posibles alumnos perdieran la oportunidad de conocer sobre las actividades de la asociación.

Se abrió por primera vez una cuenta en la plataforma tik tok, esto para atraer más público y crear interés por los diferentes talleres y actividades que se tiene en la asociación, en esta red junto con las otras redes se publican historias, videos y fotografías de las clases o eventos que se tienen semana por semana,

de esta manera los usuarios pueden ver que la asociación sigue trabajando y con todas las medidas de sanidad correspondientes.

**Manual de identidad gráfica**

En este manual recopila información como la historia, la misión, objetivos generales y particulares de la asociación, así como toda la información específica del uso de logotipo que también tuvo una pequeña actualización y el cual en este manual viene deconstruido, así mismo contiene el uso de logotipos en redes sociales y la el método de publicación en las mismas redes explicadas anteriormente. La creación de este manual tiene la finalidad de llevar acabo estrategias planeadas sobre todo para redes sociales, ya que en estos momentos es el medio con mayo uso que se maneja en la asociación por motivo de la pandemia, así mismo tiene la finalidad de dejar reglas establecidas y explicación amplia a los futuros colaboradores que se encuentren en servicio social, debido a que hay una fluctuación continua de estos servidores, permitiendo así que todos tengan en claro las estrategias de publicación de la asociación.

Este manual fue un trabajo en conjunto con diferentes personas del servicio y de la misma asocicion, siendo mi trabajo principal la edición del manual, asi como la explicación de redes sociales que de alguna manera era mi trabajo principal, aplicando de esta manera la especialidad de mi carrera en diseño editorial.

**Edición de libro**

Parte de mis actividades fue la edición de un libro de texto para CCH sobre biología, la edición de este libro fue en apoyo a la institución, en este caso se me dio la oportunidad de trabajar solo y ser la única editora, este trabajo tardo aproximadamente un mes y medio de trabajo, teniendo como único contacto a una de las investigadoras, siendo ella la que proporcionaba la información y contenido, así como ser quien se encargaba de mandar las correcciones pertinentes por cada capítulo, de esta manera pude aplicar los conocimientos que adquirí durante la especialidad.

El libro fue solo para publicarse en digital, contando con 10 capítulos, siendo de mi conocimiento que este seria usado por alumnos de segundo año de preparatoria especificando que solo es para las preparatorias CCH de la UNAM, otorgándome los créditos dentro del libro y así mismo una carta como respaldo y comprobante de mi trabajo como editora.

## 4. Metas alcanzados

*aportar a terminar el registro fotográfico y virtual de las obras que se encuentran en la asociación.

*crear estrategias y llevarlas a cabo, esto en cuestión de redes sociales, principalmente Instagram, donde se alcanzo un aumento de seguidores y al mismo tiempo un incremento en la interacción del publico con la asociación, donde se vio reflejado el numero de personas interesadas por tomar un taller o por pedir informes sobre las actividades.

*crear un orden en el modo de publicación, así como replantear las estrategias de comunicación y desarrollo que tenía la institución antes de las aportaciones realizadas.

*llevar a cabo las técnicas y el aprendizaje de la especialidad que elegí, así como aplicar diversas técnicas aprendidas durante mi servicio social, que permitieron editar un libro por completo, para una institución con un muy buen nivel.

*estar inmersa por primera vez en el mundo de las redes sociales, [redacted] es de admitir no era algo de lo que tenía conocimiento más allá del uso personal de las mismas.

## 5. Resultados y conclusiones

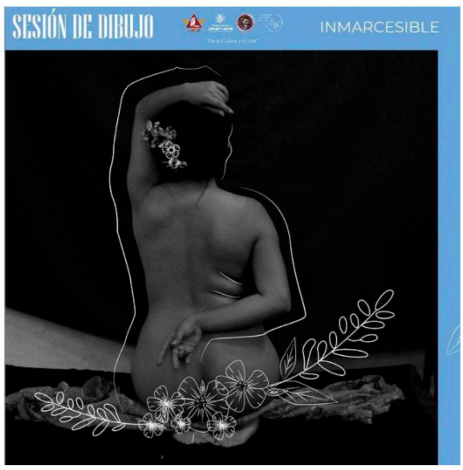
Foto: Xitlalit Edith Cerro González Modelo:Nahomi ubicación: dentro de la Asociación Mexicana de Grabadores de Investigación Plástica, A. C.

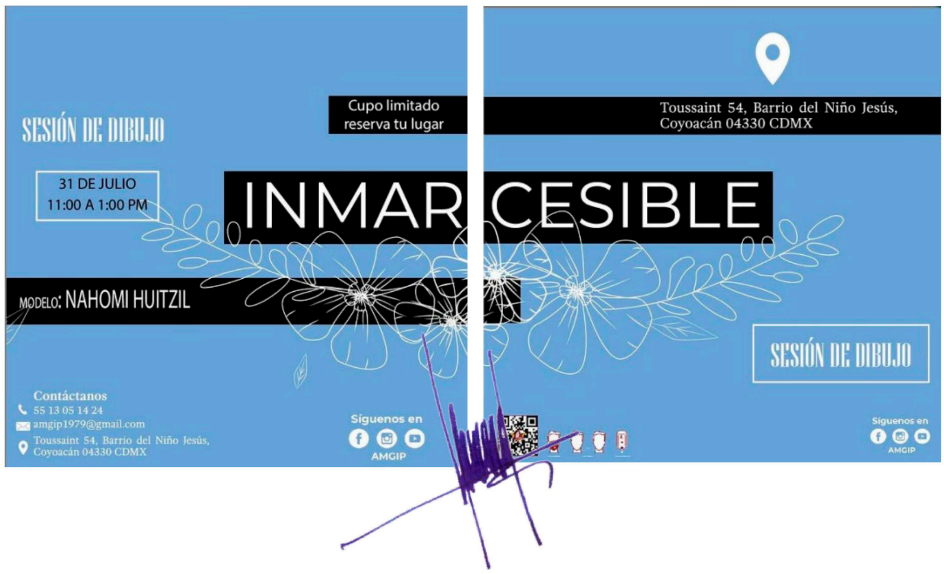
Foto: Xitlalit Edith Cerro González Modelo: Nahomi ubicación: dentro de la Asociación Mexicana de Grabadores de Investigación Plástica, A. C.

Foto: Xitlalit Edith Cerro González Modelo: Nahomi ubicación: dentro de la Asociación Mexicana de Grabadores de Investigación Plástica, A. C.

Foto: Xitlalit Edith Cerro González Modelo: Nahomi ubicación: dentro de la Asociación Mexicana de Grabadores de Investigación Plástica, A. C.

Maratón de dibujo
"forma corporis"
(La belleza del cuerpo)
Modelo: Gisele López
Sabado 3 de julio
10:00 a 1:00 pm
y continuamos de
3:00 a 6:00 pm
Presencial o virtual (ZOOM)
RESERVA TU LUGAR
(cupo limitado)
Contáctanos
55 13 05 14 24
amgip1979@gmail.com
Toussaint 54, Barrio del Niño Jesús,
Coyoacán 04330 CDMX


SESIÓN DE DIBUJO
INMARCESIBLE


SESIÓN DE DIBUJO
Cupo limitado
reserva tu lugar
Toussaint 54, Barrio del Niño Jesús,
Coyoacán 04330 CDMX
31 DE JULIO
11:00 A 1:00 PM
INMARCESIBLE
MODELO: NAHOMI HUITZIL
SESIÓN DE DIBUJO
Contáctanos
55 13 05 14 24
amgip1979@gmail.com
Toussaint 54, Barrio del Niño Jesús,
Coyoacán 04330 CDMX
Síguenos en
AMGIP
Síguenos en
AMGIP

Al final del servicio social, puedo decir que adquiri mucho conocimiento en cuanto a redes sociales, asi mismo pude experimentar y practicar acciones que solo habia visto como teoria durante mi estancia academica, lo cual me permitio resolver situaciones y retos laborales que se presentaron durante el servicio, como fue realizar una campaña en redes sociales esperando que funcionara, ya que nunca lo habia hecho, tambien cabe recalcar mi realizacion de la edicion del libro virtual para CCH, lo que me permitio retomar mi practica en la especialidad que elegi durante la universidad, me siento muy orgullos y feliz por el resultado.

El compañerismo que experimente durante el servicio, fue muy grato, ya que me encontre con excompañeras de la misma universidad y tambien conoci chicas de otras istituciones las cuales tenian carreras de areas muy diferentes y las cuales ayudaron siempre a aclarar ideas y realizarlas con mayor facilidad y éxito.

Tomo el servicio social como un acercamemiento intensivo al mundo laboral, lo que permite experimentar con cautela un poco de lo que se vive en este mundo del diseño y algunas de sus complicaciones, asi que me es grato poder decir que me agrado la experiencia, asi como la confianza que me fue otorgada y la libertad de experimentar e incluso dirigir algunas de las ideas que se plantaban durante las juntas para poder acercarnos un poco mas al publico y ayudar a manterner a flote la situacion de la pandemia.

## 6.Recomendaciones

En primer lugar es la interacción entre el usuario y la asociación, seguir creando dinámicas que permitan este acercamiento para que el usuario se identifique y llame su atención para crear el interés de asistir a clases, talleres o por lo menos visitar y conocer la galería así como el museo, para esto es necesario acercarse a usuarios fuera del circulo ya conocido, debido a que existe mucha gente que puede estar interesada y que no necesariamente se desarrolla en el mundo del arte, de esta manera se puede ampliar el alcance a otros usuario fuera del entorno artístico.

Utilizar el manual y aplicar los cambios necesarios, al aplicarlo primero lo deben conocer y entender los encargados de la asociación, debido a que ellos son las únicas personas permanentes, ya que todos los demás estamos de paso, de esta manera no sufrirán si un integrante de servicio social concluye y este era el encargado de hacer o realizar acciones vitales y por cuestión de horarios no puede explicar o pasar la sucesión directa a otro integrante del servicio, ya que si los encargados lo aprenden es mucho más fácil ellos mismos encargarse de explicarlo a los demás, así como podrán detectar errores que se pueden llegar a cometer durante las publicaciones o en la misma creación de estas.