

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

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

Lugar de realización:

Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Xochimilco

Área de concentración:

Coordinación de Extensión Universitaria,
Sección de Comunicación y Difusión

Proyecto:

Difusión y Promoción de Programas y Proyectos
de Intervención Universitaria de la UAM-X

Clave:

XCAD000226

Periodo:

20 de agosto de 2020 al 22 de marzo de 2021

Responsable del Proyecto:

Lic. Karla Lorena Martínez Alvarado

Asesor Interno:

Mtra. Mayra del Carmen Bedolla Torres

Alumna: Norma Angélica Gil Guzmán
Matrícula: 2162044851
Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica
División de Ciencias y Artes para el Diseño
Tel: (595) 928 8147
Cel.: 5567897824
Correo electrónico: angelgilrojoazul@gmail.com

Introducción

La universidad nos dota de la oportunidad de desarrollarnos dentro de múltiples facetas tanto personales como laborales, donde el conocimiento adquirido a lo largo de nuestra estancia no es más que una breve sustancia que, al disolverse con otras nos posibilita recrear y formar algo más complejo.

La realización del servicio social es un proceso que nos permite poner a prueba nuestros aprendizajes, reforzar aquellas ideas que fortalecen nuestra práctica profesional y así mismo cuestionar de manera autocrítica lo que se nos ha enseñado.

Es a través de este proceso que vamos descubriendo cuestiones que jamás nos habíamos planteado. Partimos de la teoría, pero, al ponerla en práctica encontramos un espectro inmenso de opciones donde quizá lo más complejo es saber hacia dónde dirigirnos.

Como su nombre lo dice, el servicio social lleva un propósito de labor a favor de nuestra “sociedad”, y es a partir de ahí que la actividad profesional cobra sentido. El aprender a reconocer que nuestras decisiones tienen un impacto sobre los otros nos exige ser más analíticos y conscientes de nuestro desempeño profesional.

Parte de esta labor nos invita confrontar y relacionar nuestra profesión con otras disciplinas para encontrar líneas de cruce que nos habiliten solucionar las cuestiones que se nos plantean de modo que logremos crear un vínculo entre la universidad y su compromiso social.

En las siguientes páginas se muestra un breve análisis sobre el proceso de trabajo desarrollado en el proyecto que lleva por nombre: *Difusión y Promoción de Programas y Proyectos de Intervención Universitaria de la UAM-X*, llevado a cabo en la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco.

Se detallan las actividades realizadas, el objetivo general, las metas que fueron alcanzadas y los resultados obtenidos. Así mismo, a modo de propuestas se plantean una serie de recomendaciones a favor de mejorar las labores desempeñadas dentro de este proyecto.

Cabe mencionar que el tiempo en el cual fueron desarrolladas las actividades fue dentro de un lapso de seis meses, iniciando el 20 de agosto de 2020 al 22 de marzo de 2021. Dada la situación mundial a causa del COVID-19 se trabajó bajo el formato de *home office*, siendo este un punto a considerar por los efectos que esto tuvo en el acoplamiento de las instancias para continuar con sus labores.

Objetivo general

Analizar de forma crítica el proceso de servicio social desarrollado a favor de la comunidad de la UAM-Xochimilco dentro del periodo del 20 de agosto de 2020 al 22 de marzo de 2021 con el fin de plasmar los alcances obtenidos en pro de la mejora del proyecto: *Difusión y Promoción de Programas y Proyectos de Intervención Universitaria de la UAM-X*.

Actividades realizadas

Situándonos en el contexto social y temporal en el que fueron desarrolladas las prácticas de servicio social cabe mencionar que la pandemia por COVID-19 dio paso a la modificación de las actividades que en su momento pudieron haber sido llevadas a cabo de manera presencial, surgiendo la necesidad de trasladar su difusión a plataformas digitales.

El proyecto de *Difusión y Promoción de Programas y Proyectos de Intervención Universitaria de la UAM-X*, se propuso como el medio idóneo para hacer partícipes a los estudiantes, profesores, trabajadores y demás comunidad universitaria en los servicios, actividades, cursos, congresos, y conferencias de los diversos sectores culturales que imparte la institución.

Dentro del proceso de trabajo existió una secuencia para la elaboración de los contenidos donde los jefes de área solicitaban un gráfico a la encargada del proyecto, ella segmentaba las actividades hacia quienes conformábamos su equipo de prestadores de servicio añadiendo los lineamientos de formato, como logotipos, dimensiones y colores a considerar.

Entre las labores desempeñadas por los prestadores de servicio social para difundir y promocionar estos eventos, se trabajó en la creación de *banners*, gifs, gráficos, carteles, *newsletters*, algunos logotipos y promocionales. Generalmente estos gráficos referían a conferencias para hablar de temas de ciencia, presentaciones de libros, conferencias para abrir diálogo sobre temas sociales como la violencia de género, las lenguas indígenas; recomendaciones de libros, vídeos, galerías virtuales o incluso clases de coro y de actividades físicas.

Para desarrollar la creación de cada uno de los gráficos requeridos había de por medio un proceso analítico ya que el contenido de cada gráfico llegaba sin formato alguno y de acuerdo con la temática se debían plantear diversas propuestas.

Tras este proceso también había una secuencia de revisión y corrección donde se recibía la retroalimentación tanto del jefe de área a encargada del proyecto y de ella hacia los prestadores de servicio. Al lograr la aceptación del gráfico la encargada del

proyecto era quien entregaba los trabajos finales para su posterior publicación en las diversas plataformas de la institución.

En cuanto a la creación de logotipos, fue necesario invertir tiempo en crear identidades nuevas para secciones que se encontraban naciendo. Lo complejo en esta creación de identidad gráfica era no romper con el esquema institucional de los demás logotipos, pero a su vez ser novedoso, en un límite de tiempo bastante breve.

Una actividad recurrente fue la realización de imágenes en pro de la difusión histórica. Cada mes se designaban las efemérides correspondientes y era nuestra labor proponer imágenes que reforzaran la presencia de la institución en relación con eventos mundiales y nacionales, siempre haciendo énfasis en la participación social de la universidad.

Los *newsletters* se plantearon como elementos que permitían sintetizar eventos bajo el mismo tema o cuya presentación se realizaba dentro de un mismo mes, la encargada los distribuía tras evaluar nuestras propuestas.

A continuación, detallo algunos de los gráficos realizados durante la prestación del servicio:

- **Cartel para difusión de apoyo psicológico:** En este caso, se planteó integrar varios números de alumnos de psicología que durante la cuarentena brindaron apoyo psicológico. Al ser demasiados números el objetivo fue colocar todos sin saturar el lienzo de trabajo. La intención también era que la imagen por sí sola atrajera a la comunidad universitaria, por lo que se le dio mayor jerarquía visual. Se dio énfasis al título jugando con los signos de admiración y el puntaje a fin de resaltarlo. (*ver anexo 1*)
- **Cartel recomendaciones febrero del amor-Shakespeare:** Este gráfico fue realizado para febrero planteándolo como el mes del amor. La intención fue promover varias de las obras de Shakespeare manteniéndolo como un exponente del romanticismo. Por ello con la imagen se buscó reflejar la relación de Shakespeare con el amor haciendo uso de una textura similar a un corazón, así mismo, se incluyeron algunos detalles como el color rojo en la tipografía y el nombre del autor en cursivas para resaltarlo.

Finalmente, al tratarse de un texto amplio se tuvo a bien utilizar una retícula modular escalonando los párrafos, para favorecer la lectura y ordenar los textos. (*ver anexo 2*)

- **Cartel letras en línea:** Esta propuesta buscó promover la participación de la comunidad universitaria en la revista Cauce en línea, con textos literarios de creación personal. Particularmente esta convocatoria era publicada mes con mes; sin embargo, cuando me solicitaron su creación recibí varios ejemplos para no repetir fallas anteriores, donde el diseño era simplemente el texto apilado en una sola columna y un fondo de color. En busca de atraer al

público a participar y a falta de una imagen que pudiera transmitir la idea de la escritura jugué un poco con las letras. Al ser una publicación que se haría en la red, enfatice la arroba para transmitir más la idea de ser una publicación digital. Separe los textos conforme a una retícula de jerarquía y la palabra “letras” la gire hacia una lectura vertical saliendo de la vista normal para llamar la atención. Afortunadamente el diseño gusto mucho, y se repitió varios meses como imagen gráfica de la convocatoria. (ver anexo 3)

- **Cartel-Escritura y conciencia femenina:** Con este cartel se buscó promover el acercamiento del público a un ciclo de conferencias de autoras poco conocidas, pero cuya escritura se trasladaba al cambio de pensamiento de ellas cómo mujeres.

Se colocó la fotografía de las escritoras para acercar al público con la descripción del texto; así mismo se optó por un fondo con textura de mármol y un color entre rosado y vino reflejando sensibilidad y a la vez seriedad. Se utilizó una tipografía con serifas para resaltar el título y subtítulo intentando hacer ver una escritura mecanográfica, dada la época en la que estas mujeres escribieron en la que todavía se utilizaba máquina de escribir. (ver anexo 4)

Cabe decir que para este gráfico hubo muchos cambios por parte de la sección de actividades culturales y fue justo por ello que decidí participar en el ciclo de conferencias con el interés de ver el impacto del cartel. Aunque no hubo gran audiencia, se mantuvo hasta el tercer día el mismo número de participantes. Solo a la última sesión, tres participantes no asistieron. Lamentablemente a falta de conocer todo el proceso de difusión no pude identificar las fallas para que la difusión no tuviera más y mejor alcance.

- **Logotipo UNICOM-X:** En este caso, UNICOM-X (Unidad de Comunicación-Xochimilco) surgió como una nueva plataforma de difusión para dar a conocer comunicados de manera más práctica a la comunidad universitaria. En un principio solo se me solicitaron algunas propuestas, pero dada la demanda de trabajo el tiempo para entrega del manual de uso fue bastante reducido. Realice algunas propuestas intentando conservar la identidad de la institución y siguiendo el esquema de diseño de las demás secciones de la universidad.

Lamentablemente, aunque la propuesta uno había tenido buena aceptación me fueron solicitadas más versiones y con el poco tiempo de planeación y sin una guía específica sobre la misión, visión e intención de la identidad de imagen que estaba creando se solicitaron propuestas a otros compañeros. A pesar de que solo recibí una felicitación por la formalidad de presentar la propuesta con su manual de uso y, aunque no fueron aceptadas creo que es

fundamental tomarse el tiempo para plantear el origen desde el cual se está formulando la propuesta gráfica. (ver anexo 5)

La necesidad primordial, más allá de la creación de estos gráficos era el llamar la atención del público para que a pesar de encontrarse a distancia de la institución física la sintieran presente como motor de interacción mutua.

Metas alcanzadas

Para poder hablar de los alcances obtenidos habría que explicar primero el inicio esta labor:

Cabe mencionar que como única y principal actividad se planteó la creación de gráficos de diversos temas. En realidad, la labor como prestamista social solo incluía apegarse a determinadas reglas de edición, pero sin poder intervenir en los procesos posteriores de la difusión.

Sí bien como expectativa de inicio tenía contemplada la creación de elementos gráficos, no preví que solo hubiera un departamento en concreto en el cual tuviéramos permitido intervenir. No existía una retícula de trabajo, las creaciones eran diversas y únicamente enfocadas en el tema descrito. La evaluación recibida tras la entrega del trabajo solo se concretaba en la <<aceptación>> o <<cambios>> sin saber las causas de esas tomas de decisión.

De acuerdo con esto hay que decir que las metas alcanzadas en este caso van mayormente relacionadas a una búsqueda personal por querer descubrir el proceso de difusión completo y entender su funcionamiento con la intención de mejorar.

En cuanto a la interacción encargada-subordinados una gran meta fue la aceptación al cambio como medio para avanzar. El hecho es que como diseñador muchas veces nos apegamos a nuestras creaciones por considerarlas parte de nosotros. El recibir retroalimentación hacia la mejora de una propuesta gráfica amplió mi panorama y me permitió cuestionarme el papel de mi trabajo.

Bajo este cuestionamiento, más allá de solo entregar los gráficos solicitados, me di a la tarea de seguir las redes sociales donde se publicaban y descubrir: cuánto tiempo se mantenían publicados, si había comentarios, si existían más gráficos con ese contenido, el número de *likes*, e incluso participe en algunos de los eventos que se publicaban a fin de conocer el alcance de número de personas que se tomaban el tiempo de leer las publicaciones.

En este caso un gran aprendizaje fue el reconocer la adaptación como medio para hacer efectiva una idea. El diseño no es meramente un aspecto de estética requiere adaptarte a lo que el tema demanda y a las necesidades del público, de no ser así lo que se intenta comunicar carece de sentido.

Mis primeros trabajos como prestamista de servicio social no eran demasiado elaborados, ni seguían una secuencia de trabajo específica. Conforme fui adentrándome al impacto que tenían en redes sociales, fue que comencé a intervenir de forma distinta los gráficos, a puntualizar más en crear esquemas de lectura mayormente atractivos y a posicionarme en el lugar del usuario y no solo del creador.

Entre las metas alcanzadas está el reconocer que un trabajo no está terminado hasta que se está plenamente consciente de que este cumplió su función, de no ser así significa que algo está faltando y que se debe seguir trabajando en ello.

En este avance a través del análisis personal del proceso de difusión conseguí reducir el número de cambios que me eran solicitados, felicitaciones por los gráficos que elaboraba, establecí una secuencia de trabajo que reducía mi inversión de tiempo y algunas veces mis trabajos se volvían a publicar en la página.

Cabe mencionar que al iniciar el servicio social partí del miedo a la carencia de conocimientos necesarios para ejercer las labores requeridas. Uno de los aprendizajes meta alcanzados es que nunca tenemos todo el conocimiento necesario y que es en el proceso en donde lo vamos adquiriendo. Nunca se deja de aprender y nunca lo sabemos todo, pero tampoco nunca desconocemos todo; lo importante es aprender a unir los conocimientos previos con los nuevos para dar resolución a las necesidades que se nos plantean.

De modo que la adaptación también implicó actualizar aprendizajes para favorecer una mejor experiencia de usuario, entender procesos y buscar soluciones. No todo se basa en la teoría y ni siquiera existe un solo camino para alcanzar los objetivos, pero entender un sistema nos permite acotar los caminos que agilizan que logremos lo que buscamos.

En el desarrollo de cada etapa del proceso de crecimiento profesional es innegable que los alcances no solo son respecto a lo académico, sino que también abren las puertas a cambios de pensamiento, principalmente a la formación de uno como individuo.

Resultados y conclusiones

A través de este breve análisis fue posible identificar que, como todo proceso sistemático, la labor desempeñada en el proyecto: *Difusión y Promoción de Programas y Proyectos de Intervención Universitaria de la UAM-X*, implica el involucrarse con el conocimiento de cada uno de los eslabones que lo componen.

El servicio social no solo me permitió poner a prueba mis conocimientos sino también y principalmente desarrollar habilidades necesarias para el mundo contemporáneo donde todo se vuelve más urgente, práctico e incluso desechable, por lo cual es importante cuestionar el cómo lograr que nuestro trabajo sea significativo para quien requiere de él.

Entender que existen puntos de crecimiento y a la vez problemáticas nos facilita generar soluciones hacia la mejora de un proyecto. Por ello es importante no encasillarse en una sola área o departamento de trabajo pues las decisiones de uno repercuten sobre el otro.

Es importante tener presente el servicio social como un medio que nos permite devolver a la comunidad el apoyo que se brinda durante nuestra formación, principalmente a los estudiantes de las universidades públicas, y tener en cuenta que nuestro trabajo profesional depende siempre de las necesidades sociales y el cómo las resolvemos.

Para el cumplimiento del servicio social es necesario mantenernos al día con los eventos que pasan en el mundo, ya que esto nos permite empatizar con la sociedad, entender las necesidades de nuestros usuarios y proponer soluciones más asertivas e innovadoras de acuerdo con el contexto en el que nos encontramos trabajando.

Debemos considerar las enseñanzas adquiridas a través de nuestros estudios como simples llaves que nos permiten abrir las puertas de conocimientos más extensos y redefinir la dirección hacia la cual queremos encaminar nuestra labor profesional. Lo más importante aquí es querer seguir aprendiendo de todos los recursos que se nos presenten y enlazarlos a favor de nuestro crecimiento.

Finalmente, tras haber seguido esta ruta crítica quizá lo más valioso de este análisis sea establecer metas a alcanzar desde el inicio de cualquier trabajo pues solo a partir de ahí se logra averiguar si seguimos en el mismo punto o si algo ha cambiado y lograr distinguir cuál es la variable que podríamos modificar para concretar nuestros objetivos.

Recomendaciones

Las necesidades de cambio que requería la institución se vieron mayormente expuestas ante la necesidad de adaptarse al contexto social que demandaba la pandemia por COVID-19.

En realidad, nadie se encontraba preparado para saber cómo actuar y, aunque la universidad tomo la iniciativa de incorporar sus labores a plataformas digitales existieron muchas complicaciones ante la falta de capacitación urgente para continuar con sus actividades cotidianas.

Se relevó la importancia de mantenerse en constante preparación y actualización sobre los medios más utilizados por la comunidad universitaria (en este caso digitales). Dar difusión a las actividades plantea no solo la creación de los gráficos sino también y de manera imperativa la necesidad de tener un plan estratégico para su distribución,

por ello, entre más conocimientos se tengan sobre las plataformas de difusión más efectivos serán los alcances de los comunicados.

Resulta importante sugerir la realización de reuniones de retroalimentación. Aun cuando se trate de un trabajo a distancia es indispensable que todas las partes dentro del proceso conozcan la línea de difusión y de ser posible se permita proponer mejoras y trabajar en conjunto. Esto agilizará el trabajo proporcionando esquemas hacia un funcionamiento más práctico.

Sí bien como prestadores de servicio social, tuvimos la oportunidad de aprender y experimentar por medio de nuestro trabajo creativo. Podría ser más funcional marcar lineamientos reticulares para hacer más rápido el desarrollo de gráficos mensuales (como efemérides). Logrando que se defina la identidad de la institución y que se tenga más tiempo para los proyectos que requieren un proceso creativo más complejo y en ocasiones urgente (como los logotipos o vídeos de apoyo).

Así mismo sugiero la necesidad de recurrir al análisis de la problemática o problemáticas que se identifiquen en el servicio social desde el inicio del desarrollo de actividades, con el fin de que el alumno pueda ser más crítico de su labor social y no esperar hasta el término de este proceso para evaluar el trabajo desempeñado.

Bibliografía y/o Referencias electrónicas

UAM-X. *¿Qué es el servicio social?* Consultado el 28 de marzo de 2021 en:
<http://www2.xoc.uam.mx/oferta-educativa/divisiones/cyad/ssocial/servicio/>

UNAM (2016). *ABC del Servicio Social*. Consultado el 26 de marzo de 2021 en:
<http://www.siients.unam.mx/serviciosocial>

Vázquez, M. A. (2008). *Métodos de investigación 1*. Estado de México: Esfinge.

ANEXOS

¡¡No estás sol@!!

¡La UAM Xochimilco te escucha!

Si necesitas apoyo emocional y psicológico, llama a los teléfonos:

5518523488	5543715324	5564553857
5525282543	5554684329	5564524049
5525290568	5560717536	5564556234
5539606519	5564328867	5564558578
5540158509	5564361443	5564602694
5541298334	5564551256	

De Lunes a sábado
8:00 a 20:00 h

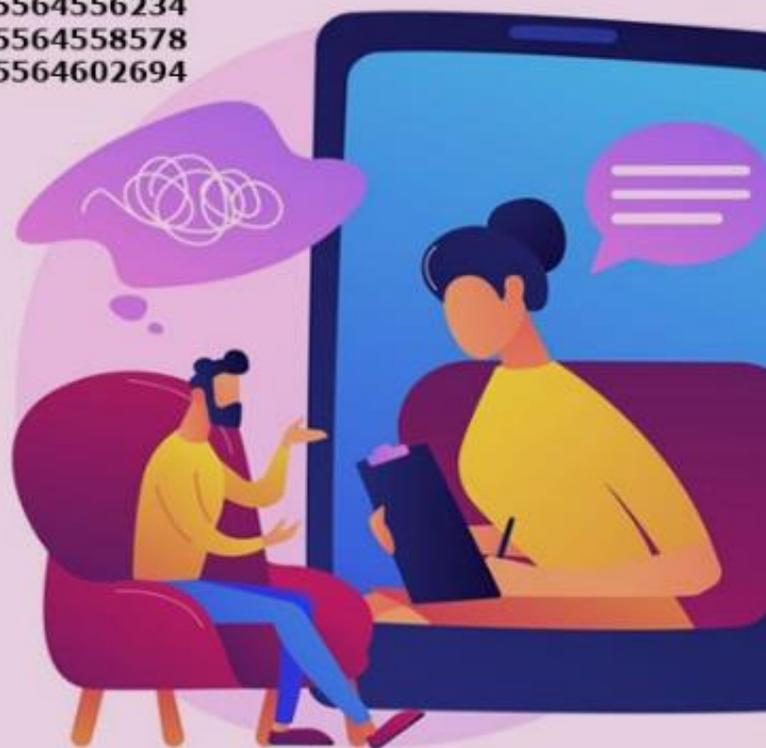
#LaUAMXcontigoencasa
#ConLaCasaAbiertaAlTiempo
#ApoyoAbiertoAlTiempo



Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Xochimilco



RED DE APOYO
UNIVERSITARIO





UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Xochimilco



Coordinación de
Extensión Universitaria



Actividades Culturales



Red de Apoyo
Universitario

Actividades Culturales UAM Xochimilco

Miércoles
18:00 h

Recomendaciones de teatro **Febrero de amor** por:

3 *El Mercader de Venecia*

Teatro Británico, 2005

Basanio, noble veneciano que malgastó su dinero, pide al rico mercader Antonio, amigo suyo, tres mil ducados para poder continuar dignamente su noviazgo con la rica heredera Porcia, que vive en Belmonte.

10 *Noche de Reyes*

Teatro Británico, 2016

Comedia de enredos donde se aborda la historia de dos hermanos gemelos, Viola y Sebastián, que tras un naufragio terminan separados y cómo se reencuentran.

17 *Hamlet*

Teatro Británico, 2016

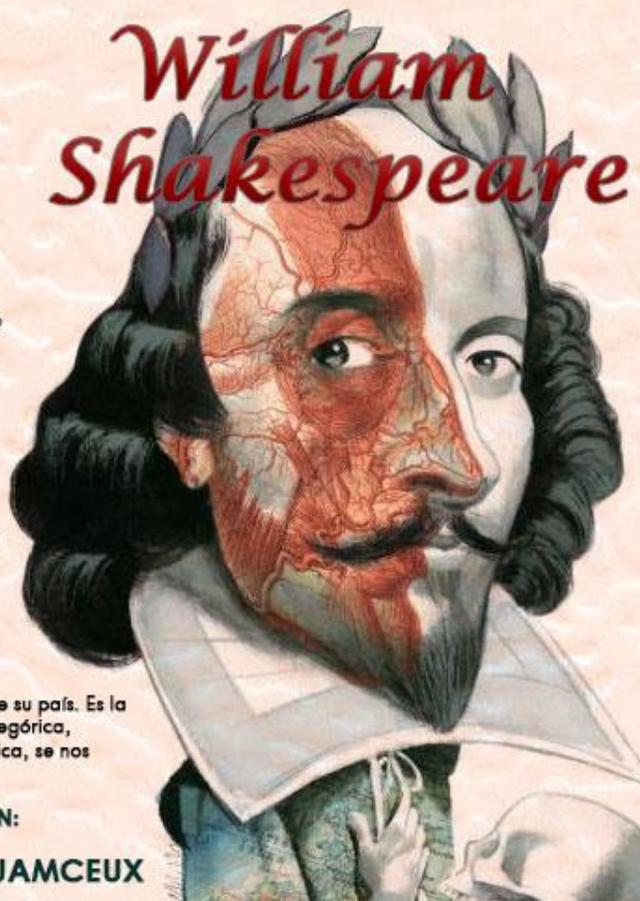
El príncipe de Jutlandia, soñador, contemplativo, sumido en dudas e irresoluciones, que, obligado a esclarecer los motivos que llevaron a la muerte de su padre, sucumbe ante la fatalidad de las

24 *La Tempestad*

Teatro Británico, 2017

Historia de unos hombres que, exiliados de su país. Es la última obra de Shakespeare, una pieza alegórica, utópica, realista, romántica, pastoril y mítica, se nos presenta como un cuento maravilloso.

William Shakespeare



No todo fue Romeo y Julieta,
teatro clásico en #ContigoEnCasa

TRANSMISIÓN:



UAMCEUX

iLetras

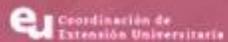
La Sección de Comunicación y Difusión de CEUX, invita a toda la comunidad universitaria (estudiantes, docentes y trabajadores (as) administrativos (as) a enviar textos de escritura creativa (*poemas, cuentos, minificciones, prosa poética*) con temática libre para publicar los mejores en Cauce en línea

en línea@!

Características de textos:
Letras arial o times new roman
12 puntos
Interlineado 1.5
Archivo word con nombre completo, carrera y división

Envíos al correo:
kmartinez@correo.xoc.uam.m

Logos: Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), Coordinación de Extensión Universitaria (CEUX), and a circular logo with a flower-like design.



**Ciclo de conferencias de
Actividades culturales**

**Escritura y conciencia femenina.
¿Por qué leer mujeres?**

Revisión de la obra de cuatro autoras *Anne Sexton, Anaís Nin, Vivian Gornick, Mariana Enríquez*, quienes experimentaron una transformación de su propio ser en la escritura.

Imparte: **Brenda Ríos**

Del 10 al 31 de marzo

Formato de inscripción:
<https://rb.gy/p8xes7>

Transmisión:

**Miércoles
18:00 h**

*Cupo limitado
*Se otorgará constancia por asistencia a las cuatro sesiones
*Abierto al público en general

 [Actividades-Culturales-UAM-Xochimilco](#) [#LaUAMXcontigoencasa](#) [#CEUXcontigoen casa](#)



COLOR

El imagotipo cuenta con dos versiones una en blanco y la otra en negro con el fin de generar una mejor visualización en los distintos fondos sobre los que se presente.



COLOR

El imagotipo cuenta con dos versiones una en blanco y la otra en negro con el fin de generar una mejor visualización en los distintos fondos sobre los que se presente.



USO CORRECTO



USO CORRECTO

