

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

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

**Número 10 de la calle Iztaccíhuatl en la colonia Florida,
delegación Álvaro Obregón.**

Periodo: 17 de octubre del 2017 al 17 de junio de 2018

**Proyecto: Programa de difusión de actividades de la
Academia Mexicana de la Lengua**

Clave: XCAD000751

Responsable del Proyecto: Edgard Osorio

Asesor Interno: José Octavio Cuellar Rodríguez

Rodrigo Magaña Martínez

Matrícula: 2132041155

**Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica
División de Ciencias y Artes para el Diseño**

Tel: 56674239

Cel.: 04455 14636091

Correo electrónico: magana.m.rodrigo@gmail.com

Introducción

“A lo largo del siglo XIX, surgieron varios intentos de crear una academia propia que entre sus objetivos tuviera conservar y restituir la pureza del español, reimprimir y hacer circular las obras de autores clásicos, redactar diccionarios y gramáticas de las lenguas habladas en territorio nacional, conformar atlas del uso del idioma, seleccionar obras útiles para el estudio de la poesía y la elocuencia, auxiliar en el uso y estilo de la lengua a quienes lo requirieran, establecer premios y corregir el uso anárquico de la ortografía. De este modo, nacerían, en 1835, la Academia de la Lengua, ratificada por un decreto presidencial en 1854.”

Los nuevos diseños de contenidos para redes sociales muestran innovación respecto a lo que se tenía en un principio, pero siempre reflejando la imagen de la Academia y sus lineamientos, visualizando la diferencia entre la identidad corporativa de la Academia y sus redes sociales. Estos nuevos contenidos serán la base de información en la página oficial de Facebook y por consiguiente de Twitter, creando una mayor cercanía con los usuarios de estas redes. La información presentada sirve de acercamiento por parte de la Academia con los usuarios, quienes tienen disponible los vínculos que proporcionan una mayor información con respecto a las actividades de la Academia.

Los nuevos contenidos abarcan desde direcciones electrónicas hasta información del léxico mexicano, algo que ha surgido con base a las dudas de usuarios que intentan aclarar información sobre nuestro mismo lenguaje.

A continuación, se muestra las actividades desarrolladas para lograr el principal objetivo del proyecto, diseñar contenidos gráficos con el fin de abrir una página oficial en Facebook para difundir las actividades que se realizan día a día.

Objetivo general

Diseño de contenidos gráficos para la nueva página en Facebook de la Academia y la continuación de contenidos en la página de Twitter; rediseñando gráficos que anteriormente ya se tenían hechos y dando inicio a nuevas propuestas de diseño para estos. Usando estos nuevos diseños se mostrarán diferentes contenidos, los cuales se usan en la Academia con el fin de promover y difundir sus proyectos, incluyendo, también, contenidos informáticos que la institución da a conocer para lograr un mejor entendimiento y/o comprensión a el lenguaje mexicano y sus derivaciones.

Mandatorio

- Conservar los lineamientos y características que actúan por parte de la Academia.

Actividades realizadas

1. Presentación de actividades para Facebook

- Bocetos
 - Key visual
 - Propuesta tipográfica
 - Tipografía
 - Textos tipográficos
 - Textos auxiliares
 - Columnas de textos
 - Implementación
 - Composición
 - Paleta cromática
-
- Nuevas propuestas gráficas. Se diseñaron nuevas propuestas para los contenidos que iniciaron con bocetos, los cuales se basaron en ideas que los encargados del proyecto dieron a conocer, ideas que se interpretaron de una forma innovadora ante la imagen de la Academia. Las propuestas fueron innovadoras, pero inconvenientes, los nuevos diseños tenían poca relación con la imagen de la Academia, atractivos a la vista, pero fuera de contexto institucional.
 - Propuestas de diseño sobre las siglas de abreviación de la Academia (AML). Una vez más se dio inicio a las propuestas gráficas, pero iniciando con diseños de las siglas de la Academia (AML), el cual, su objetivo es reducir el texto en la imagen de contenido y así aprovechar el espacio en tres letras; iniciando con bocetos e ideas del encargado, los diseños fueron creados y presentados ante el este, fueron diseños innovadores y vistosos, pero no reflejaban la institución.
 - Propuestas de tipografía. Se dio una pausa con respecto al diseño de las siglas AML para tener primeramente la tipografía correcta a usar en estos contenidos y así dar inicio una vez más con estos diseños. Se inicio con bocetos de tipografía que fuesen correctas ante la imagen de la institución, teniendo los bocetos definidos, se decidió buscar las tipografías más similares a estas ideas.
 - Propuestas de tipografía sobre las siglas de abreviación de la Academia (AML). Se mostraron alrededor de cinco propuestas de tipografía correspondientes para las siglas de la Academia, todas ellas con un estilo diferente a lo que la Academia estaba acostumbrada, se fueron descartando propuestas hasta que una de ellas fue

aprobada por los encargados del proyecto, la tipografía selecta fue la Edwardian Script ITC. Teniendo la tipografía correcta solo faltaba aplicarla a las letras correspondientes, las cuales, en conjunto, fueron definidas para la abreviatura de la institución.

- Propuestas de tipografía para los textos en contenidos. Teniendo la tipografía de AML selecta, se continuo en busca de tipografías, pero esta vez para los textos de contenidos (títulos y textos), se mostraron alrededor de 10 propuestas tipográficas que mostraran el reflejo de la Academia con base a las ideas de los encargados.
- Propuestas de paleta cromática en los fondos de contenidos. Al ser contenidos para redes sociales de una institución, los colores en sus fondos no tenían que ser muy llamativos para la gente y/o vista, pero si atractivos, así que se propuso cierto número de colores que podrían funcionar con el motivo, así como tonos de estas mismas muestras. Las propuestas fueron justificadas con la misión y visión de la Academia, con base a la teoría del color y la tendencia que hay en la actualidad.
- Pruebas de tipografía y paleta cromática para contenidos. Con cuatro propuestas finales de tipografía y cuatro colores selectos para los fondos, se realizaron pruebas de contraste en las que las tipografías, fueron cambiadas de color para lograr el contraste visual correcto y las cuales dos de ellas fueron selectas como definitivas para utilizar en los contenidos, la tipografía Parisish, que se utiliza para todos los títulos de los contenidos y la Cennerik Bold, que se utiliza para todos los textos de información en los contenidos.
- Propuestas de Key visual para contenidos. Se realizo Key visual para los contenidos utilizando la tipografía y los colores selectos, se inició bocetando ideas y por consiguiente fueron realizadas en computadora para apreciar los resultados a una mayor idea; de las propuestas hubo movimientos de todas ellas, aportando gráficamente una idea para un resultado final, el cual culmino con un diseño selecto.
- Diseños finales de contenidos. Con el diseño final y aprobado por los encargados, se comenzó a diseñar ejemplos definitivos de cada contenido diferente, en total eran 11 contenidos y cada uno ya tenía lista su platilla, cada uno de estos 11 contenidos tendría información diferente en cada plantilla, en cada uno de ellos se utilizaron los distintos colores de fondo selectos, los cuales fueron blanco, negro, azul y rojo. En los contenidos con fondo blanco, la tipografía de los textos es color negro, mientras que en el resto de fondos, sus tipografías son de color blanco.

- Calendario mensual de contenidos. Con los ejemplos mostrados y las platillas listas, se dio inicio a diseñar los contenidos para el mes de agosto, (fecha en la que se tiene contemplado abrir la pagina oficial de la Academia en Facebook). Se realizaron los contenidos de todo el mes, cada día se publicarán tres contenidos distintos en Facebook, dando un total de 90 contenidos aproximadamente por mes. Teniendo listos estos contenidos, son revisados por los encargados y en caso de haber detalles por cambiar, se realizan estas modificaciones hasta quedar perfectas para poder publicar en Facebook. Se realizaron los contenidos del mes de septiembre, los cuales pasaron por el mismo proceso de verificación hasta quedar perfectos para Facebook.

2. Presentación de actividades para Twitter

- Bocetos
 - Key visual
 - Textos tipográficos
 - Textos auxiliares
 - Columnas de textos
 - Pictos, símbolos e iconos
 - Implementación
 - Composición
 - Paleta cromática
-
- Propuestas de diseño. La academia mantiene en servicio su pagina de Twitter, al ya tener un diseño de contenidos exclusivo para Facebook, se decidió hacer lo mismo para Twitter, entonces se mostraron ideas de nuevos diseños para esta red social, algo que fuera uniforme con Facebook, pero que no fuera lo mismo. Se entregaron primeramente bocetos de estas nuevas propuestas y después fueron realizadas a computadora.
 - Propuestas de paleta cromática en fondos para contenidos. El querer relacionar ambas redes sociales, no se quería lo mismo para ambas, entonces se decidió usar el color blanco y color negro para fondo de los contenidos, omitiendo el color rojo y color azul que se tenía en Facebook.
 - Propuestas de texto en color para los títulos de contenidos. Los cuerpos de texto usan la misma tipografía que se utiliza en Facebook (Edwardian Script ITC para AML, Parisish para los títulos y la Cennerik Bold para los textos de información). En el caso

de Twitter los títulos van de un color diferente al negro o blanco, en este caso los colores a opción son naranja, azul y verde.

- Propuestas de iconos representativos a los títulos. Al diferenciar contenidos de ambas redes sociales, en el caso de Twitter, algunos contenidos no llevan títulos, más bien un icono que contextualice y represente estos títulos, se realizaron bocetos que representaron este fin y se decidió por los correspondientes para vectorizar.
- Pruebas de iconos representativos. Teniendo los iconos definidos, basto con sustituir el espacio de texto con el icono, haciendo pruebas de contraste para los colores de estos, en los cuales los colores a opción fueron amarillo, blanco con negro y fucsia. Los colores de textos e iconos fueron elegidos sin justificación, pero siempre existiendo un contraste entre color principal y color de fondo.
- Propuestas de Key visual para los contenidos. Teniendo todos los elementos listos, se comenzó con los nuevos diseños para los contenidos de Twitter, empezando con bocetos y consiguiente con gráficos en computadora, visualizados por los encargados del proyecto, existieron ajustes en cuestión de tonos, tamaño de tipografía y pequeños ajustes a los contenidos en general, pasado esto se obtuvieron las platillas definitivas para estos contenidos.
- Diseños finales para los contenidos. Se realizaron ejemplos de los contenidos para Twitter, en este caso son seis diferentes tipos de contenidos, por lo que se tenían seis platillas diferentes para cada uno de ellos, los ejemplos fueron realizados con ambos colores de fondo y usando los colores opcionales para texto de título e icono.
- Calendario mensual. Al igual que en Facebook, se dio inicio a diseñar contenidos del mes de julio, pero a diferencia de este, la página de Twitter ya está abierta y se intentaba tener los contenidos un mes antes del lanzamiento de Facebook, los contenidos se realizaron para todo el mes de julio, teniendo de uno a dos contenidos para publicar por día. Con los contenidos listos, se realiza el mismo proceso de verificación que en Facebook, ya teniéndolos listos, los revisan los encargados y se resuelven los detalles pendientes hasta quedar perfectos para Twitter.

Metas alcanzados

- Diseño de tipografía para las siglas AML. Se logro tener una tipografía que anteriormente no se tenía contemplada, antes se hacía mención al texto completo Academia Mexicana de la Lengua con la tipografía Times New Roman, pero ahora se presenta como AML con su respectivo diseño y la tipografía Edwardian Script ITC.
- Tener tipografía exclusiva para redes sociales, más allá de las tipografías corporativas de la institución. La Academia cuenta con sus respectivas tipografías corporativas, pero en el caso de redes sociales se quiso tener un diseño tipográfico diferente, que fuese un diseño menos institucional, pero que reflejara los lineamientos de la Academia, fue entonces que se logró tener estas nuevas tipografías, las cuales son Parisish y Cennerik Bold, que oficialmente ya son parte del diseño de redes sociales de la Academia.
- Tener los diseños de contenidos para Facebook. Se logro tener los diseños que desde un inicio se contemplaron, que iniciaron con ideas no muy claras y propuestas que no reflejaban los lineamientos de la Academia, pero que a final lograron consolidarse y ser aceptados por el personal de proyecto.
- Tener los diseños de contenidos para Twitter. En Twitter ya se publicaban contenidos de la academia, pero con lo que se logró para Facebook, se quiso hacer lo mismo para este caso, y fue así que se rediseñaron los contenidos para Twitter, logrando grandes cambios entre los diseños originales y los nuevos diseños; mismo contenido, pero nuevo diseño.
- Identidad Institucional. Con los diseños de Facebook listos, fue que se hicieron los diseños para Twitter y en ambos contenidos se quiso tener una similitud de diseño, basado de Facebook a Twitter y así poder tener coherencia y diferencia entre lo que son las redes sociales y a lo que corresponde lo corporativo de la Academia.
- Nuevos diseños. Se logro que los nuevos diseños para redes sociales sean bastantes diferentes o lo que se tenía anteriormente, usando ahora nuevos colores y nuevas tipografías, se logró esto. Al ser paginas institucionales se preservó lo imagen de la Academia, pero apto para redes sociales y así lograr un gran impacto visual para la nueva página de Facebook y el rediseño de Twitter.
- Presentar el proyecto ante un comité. Los encargados del proyecto no son las únicas personas que revisan y aceptan las nuevas propuestas, existe un comité de

Académicos, ellos son quienes toman la decisión final de los proyectos. Este proyecto de redes sociales se logró presentar ante el comité correspondiente y fue entonces que las propuestas fueron aceptadas, claro, con sus debidos cambios, pero obteniendo la aceptación y agradecimiento del comité.

Metas personales

- Generar experiencia en el campo laboral. Gracias al servicio brindado, fue que logre obtener y visualizar lo que es el campo laboral en mi carrera, es en este momento (en mi caso) cuando uno comienza a darse cuenta a que rama del diseño quiere irse, logre generar experiencia en algo que realmente me gusto y en la que ahora estoy encantado.
- Conocimientos más apropiados respecto a publicidad de redes sociales. Este proyecto que elegí para mi servicio social fue lo que quería seguir aprendiendo y poner en práctica y no solo hacerlo por liberar mis horas de servicio. Logre tener un mejor conocimiento de cómo se manejan la publicidad en redes sociales y detalles de que es lo que se tiene que hacer para lograr los objetivos de dicha imagen.
- Poner en práctica lo aprendido. Logre poner a prueba lo que me enseñaron en la universidad, aunque me hubiese gusto aplicar todo lo aprendido, ya que en este caso me faltaron detalles por aplicar, pero fue algo que en un principio se contempló y se logró.

Resultados

Como resultados obtenidos, principalmente se tienen los contenidos que se publicaran en la página de Facebook de la Academia, los contenidos se diseñaron para sustituir textos, modificar tracking, interlineado y tamaño y/o punto de los textos.

Con el diseño de los contenidos listos, se logró tener preparada la página de Facebook de la Academia que se estima estará abierta a partir de agosto del 2018.

Nueva identidad Institucional

Conclusiones

Es un acierto la Identidad Institucional (página de Facebook) para publicar contenido de la Academia, ya que esta es la red social más usada en México y, por ende, causa un mayor impacto en los usuarios. Twitter se encuentra por debajo de Facebook a nivel uso y aunque la cuenta de Twitter ha tenido un buen impacto en la gente, ahora Facebook y Twitter apoyan de igual manera.

Los contenidos visualmente son más tenues en comparación otros diseños que muestran información de instituciones, en mi punto de vista son diseños sutiles, pero logran su objetivo de forma correcta, ya que la Academia no intentaba probar diseños distintos a lo que es su página electrónica; los diseños son justo lo que refleja la imagen de la Academia y muestran lo necesario sin siquiera llegar a ser exagerados para al público.

Al terminar el servicio social, puedo decir que ahora estoy más capacitado, ya que la oportunidad de experiencia laboral es satisfactoria, grata y capaz, pero, sobre todo, es la adquisición de conocimientos que uno no aprende de todo en la universidad la que termina por definir qué es lo que queremos correspondientemente a la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica.

Recomendaciones

- Una campaña de comunicación y publicidad
- Facebook secundario (Fan Page)
- Escudo y logotipo en la entrada de la Academia (Arquitectura, fachada)

Referencias Electrónicas

<https://www.academia.org.mx/>

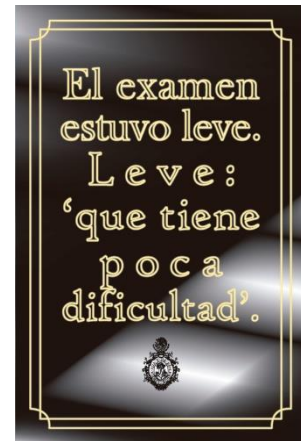
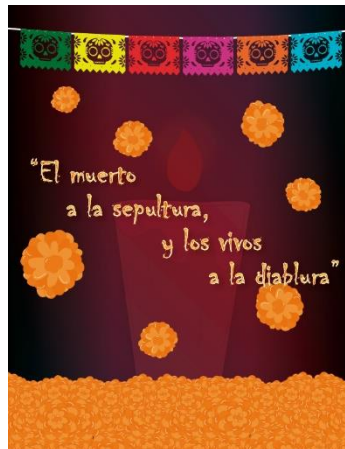
<https://twitter.com/amlengua?lang=es>

<https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>

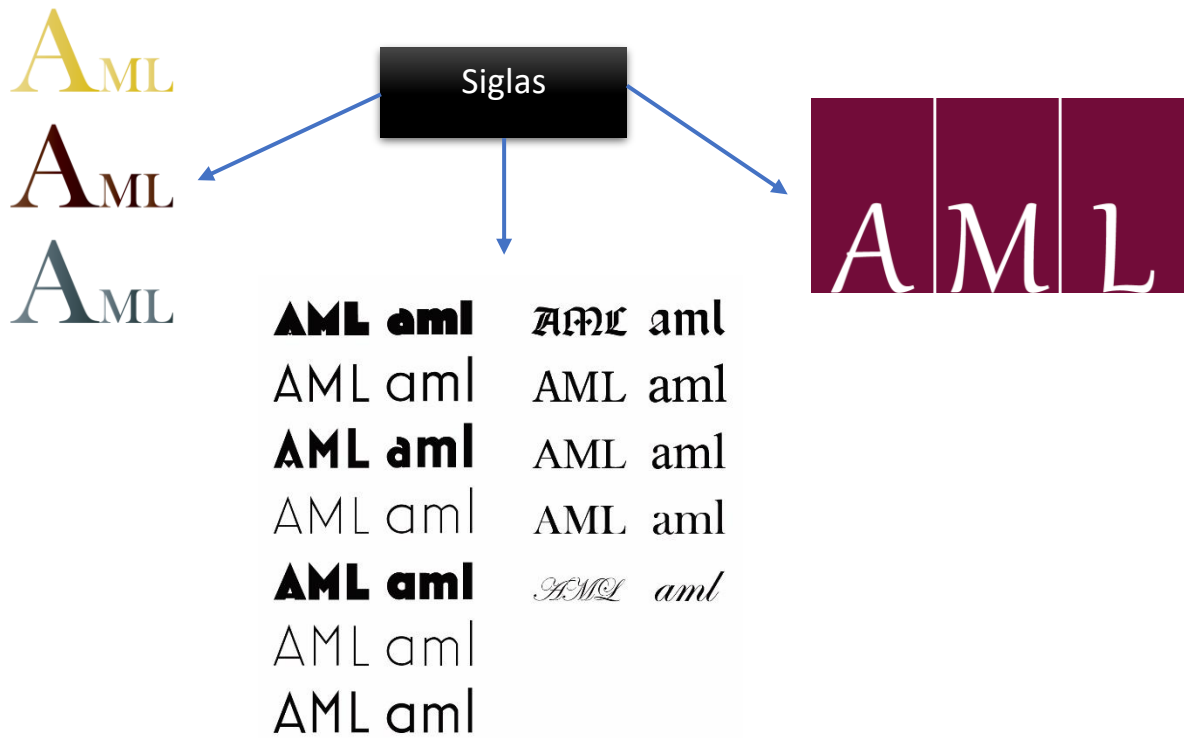
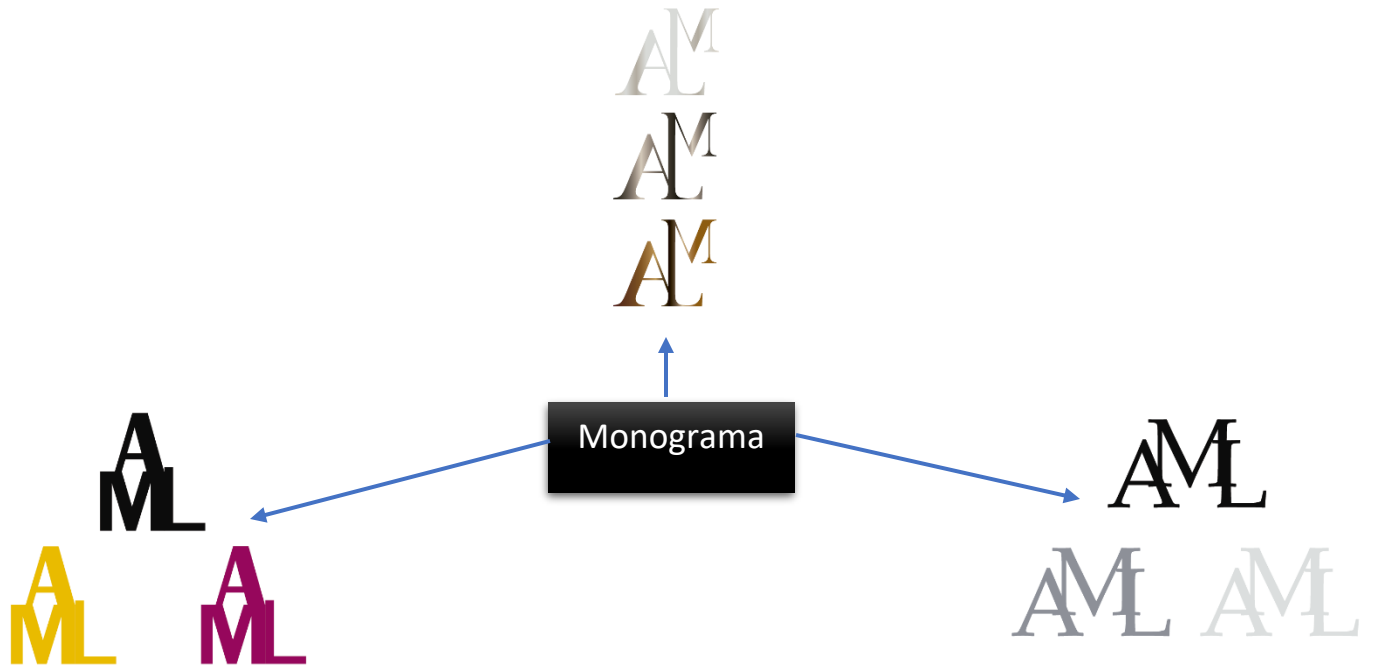
<https://marketingdecontenidos.com/redes-sociales-en-mexico-2/>

Anexos

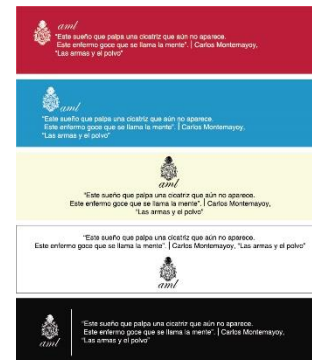
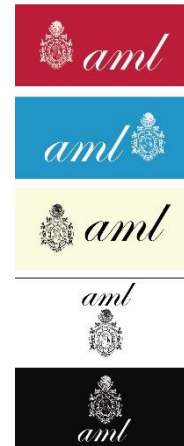
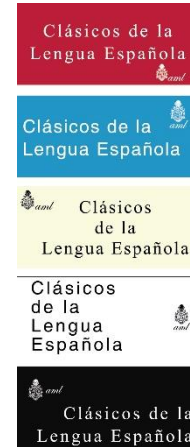
Primeras propuestas para contenidos



Propuestas AML




Propuestas para de tipografía y color




Descripción de propuestas para de tipografía y color



Propuestas para contenidos finales




Gramática sobre la lengua castellana

Según cuenta el mismo Antonio de Nebrija en el prólogo a la Gramática, cuando se encontró con los Reyes católicos en Salamanca, en abril de 1486, y la reina le preguntó cuál sería el provecho del esbozo que entonces le presentaba, fray Hernando de Talavera le arrebató la palabra para exaltar el valor que tendría una herramienta como ésta para imponer las leyes y la religión de España a otros reinos. En ningún otro espíritu de la época anidó una idea tan peregrina como la que Antonio de Nebrija llevó a cabo en esta empresa, publicada precisamente en 1492: la creación de una gramática, instrumento típico de la latinidad, para enseñar una lengua romance. Obra de madurez, esta gramática sintetiza los profundos conocimientos de un hombre dedicado en cuerpo y alma al estudio del latín.

AML
@AMLengua
www.academia.org.mx




Video sesión
AML

AML
@AMLengua
www.academia.org.mx

Priista


La palabra priista debe escribirse sin tilde pues las palabras con hiato formado por dos vocales iguales siguen las reglas generales de acentuación, de manera que priista no lleva acento por ser palabra grave terminada en vocal.



AML
@AMLengua
www.academia.org.mx

**SI TIENES ALGUNA
DUDA LINGÜÍSTICA
DEL ESPAÑOL,
MANDA TU
CONSULTA A:**

<http://www.academia.org.mx/consultas-aml>



@AMLengua AML

Descripción de propuestas para contenidos finales



Contenidos finales para Facebook



Visita la página electrónica de la
Academia Mexicana de la Lengua

www.academia.org.mx

#AML
@AMLengua



Sigue la cuenta de Twitter
@AMLengua

#AML
www.academia.org.mx

LETRAS Y VOCES

Un programa del IMER
en colaboración con la
Academia Mexicana de la Lengua.



Escúchanos por
Opus 94.5 FM
miércoles 20:30 horas


#AML
@AMLengua
www.academia.org.mx



Refranero Mexicano

"A buen tragón, buen taco".

#AML
@AMLengua
www.academia.org.mx



Diccionario de mexicanismos

Abuelear

'Convertirse alguien en abuelo'.
"Manuel abueleó a los 50 años".

#AML
@AMLengua
www.academia.org.mx

Endodoncia

[endo- (al interior) + odoncia (diente)]
'procedimiento en el que se destapan
y limpian los conductos al interior del diente
para eliminar infecciones'.



#AML
@AMLengua
www.academia.org.mx

Contenidos finales para Twitter



LETRAS Y VOCES

Un programa del IMER en colaboración con la Academia Mexicana de la Lengua.

Escúchanos por Opus 94.5 FM, miércoles 20:30 horas.

AML
@AMLengua
www.academiamex.org.mx



¿Sabías qué?

Hipopótamo

[hippos (caballo) + potamos (río)]
'caballo de río'.

AML
@AMLengua
www.academiamex.org.mx




Si tienes alguna duda lingüística del español,
ingresa a

www.academia.org.mx

y envíanos tu consulta.

AML
@AMLengua



Refrán

"Sombrero que no da sombra,
no es ni sombra de sombrero".

Refranes Mexicanos

AML
@AMLengua
www.academiamex.org.mx



Mexicanismo

Achicopalar

'Entristecer a alguien, una persona o un evento.
'La enfermedad de mi abuela me achicopala'.

Diccionario de mexicanismos

AML
@AMLengua
www.academiamex.org.mx