

Arq. Francisco Haroldo Alfaro Salazar

Director de la División

Ciencias y Artes para el Diseño

UAM Xochimilco

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

Aquí Nadie se Rinde, I. A. P.

Departamento de Diseño Gráfico

Periodo: 13 de febrero de 2023 al 13 de agosto de 2023

Proyecto: Alimentando Corazones

Clave: XCAD000831

Responsable del Proyecto: Mtra. Ana Maricela López Díaz

Asesora Interna: Dra. Martha Isabel Flores Avalos

Brandon Leonardo Cruz Avila Matrícula: 2183031569

Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Tel: 55 1735 0595

Cel.: 55 2299 9364

Correo electrónico: leo.cruz.a0610@gmail.com

INTRODUCCIÓN

En el presente documento, se describirán las actividades llevadas a cabo durante el 13 de febrero al 13 de agosto de 2023 en la institución “Aquí Nadie se Rinde, I. A. P.”; donde se participó activamente en el proyecto “Alimentando Corazones”.

Ubicada en la alcaldía Coyoacán, colonia Churubusco, calle Héroe del 47; la Institución de Asistencia Privada sin fines de lucro “Aquí Nadie se Rinde, I. A. P.” fue fundada en el 2005 gracias al sueño de Andrés, un niño con el deseo de ayudar a las niñas y niños que luchaban contra el cáncer al igual que él.

La misión de ANSeR es “Hacer la diferencia acompañando a la niña, niño y adolescente con cáncer y a su familia” y los valores por los que se rigen son: amistad, decisión, fuerza y esperanza. (Aquí Nadie se Rinde, I. A. P., 2023)

En cuanto al proyecto “Alimentando Corazones”, forma parte de un programa homónimo; cuya finalidad es mejorar la autoestima de las niñas, niños y adolescentes por medio de actividades culturales, educativas, y recreativas durante su lucha contra el cáncer, dentro y fuera del hospital. Por su parte, el propósito del proyecto es apoyar en el diseño del material institucional y realizar diversas propuestas de expresión gráfica de los mensajes dirigidos a usuarios, donantes, voluntarios y el público general.

El contenido de este informe consta de los siguientes apartados: En el objetivo general se enunciará la meta a lograr a través del servicio social; posteriormente, se describirán los trabajos creados en el transcurso de estos meses, tomando en cuenta el proceso para llevarlos a cabo y de ser necesario, se detalla cómo fueron cambiando las propuestas iniciales hasta llegar al resultado final, así como una justificación de las decisiones tomadas a lo largo de su elaboración.

Por último, se enlistan todos aquellos objetivos alcanzados en este periodo, así sean referentes al desarrollo de habilidades técnicas o interpersonales y se describe como fue la vivencia en el servicio social durante la conclusión.

OBJETIVO GENERAL

Adquirir experiencia en el campo laboral, aplicando los conocimientos teóricos obtenidos mientras se cursó la carrera y mejorar las habilidades técnicas por medio del uso de nuevos métodos, herramientas u enfoques en el diseño.

ACTIVIDADES REALIZADAS

Semanalmente, las páginas de Facebook e Instagram de Aquí Nadie se Rinde publican una imagen con una frase alentadora, que no solo puede ayudar a mejorar el ánimo de los tutores, también el de los niños o niñas que lleguen a leerla. Para esta actividad, primero se hizo una búsqueda de frases cortas y de carácter positivo, dichas por artistas, escritores, filósofos, cineastas e incluso personajes ficticios y se enlistaron 45 propuestas en un documento.

Después de que las frases presentadas fueron aprobadas, mi supervisor me proporcionó un archivo de Adobe Illustrator con un diseño ya establecido, donde solo se debía agregar la cita textual y su respectivo autor. Debido a la longitud de diversas frases, se optó por usar 3 formatos diferentes de texto; para las oraciones más cortas se eligió una estructura de dos a tres líneas, para las de longitud media se usaron 4 líneas y al final se añadió una línea más para los textos más extensos, además de disminuir el tamaño de la fuente.

Cabe mencionar que durante este proceso, se evitó caer en el uso de “runt lines”, definidas por el Equipo de Herron Printing & Graphics (2023) como, un error ocurrido cada vez que la última línea de un párrafo termina con una sola palabra.

De igual forma, se continuó generando material destinado a las redes sociales de ANSeR y nuevamente se hizo uso de un archivo editable para representar las efemérides del año; afortunadamente, el diseño original sirvió como base para la creación de diferentes variaciones de color en distintas mesas de trabajo. Para estas nuevas combinaciones, se emplearon los colores oficiales de la institución (naranja, azul, verde y morado), dando como resultado tres nuevas combinaciones de colores para el fondo y detalles, de modo que cada mes se alternarán las imágenes; siendo azul y verde para febrero, junio y octubre, naranja y azul para marzo, julio y noviembre, verde y azul para abril, agosto y diciembre y finalmente morado y naranja para mayo y septiembre.

En cuanto a las efemérides con títulos más largos se utilizaron dos líneas de texto y se redujo el tamaño de la fuente a comparación de las efemérides con un título más corto; y para ilustrar cada conmemoración se descargaron fotografías alusivas al tema y se aprovechó la existencia de material tomado anteriormente en los eventos organizados por el equipo de ANSeR.

La siguiente actividad consistió en rediseñar las tarjetas de cumpleaños y de aniversario para los trabajadores o voluntarios del establecimiento, en el primer caso se mantuvieron los siguientes elementos: el logotipo institucional, una felicitación, una breve dedicatoria, el nombre de la cumpleañera o del cumpleañero y el espacio para una fotografía suya.

Para crear el nuevo diseño de la tarjeta, se optó por el uso de un fondo a rayas morado, el cual hace alusión a las envolturas de regalos, también se añadieron objetos alusivos a fiestas de cumpleaños como globos, confeti y banderines. Con respecto a la tipografía, se utilizó “First Grader” para títulos (Nombre de la

festejada o festejado y felicitación) y “Franklin Gothic” para la dedicatoria, considerando las pautas establecidas en el Manual de Identidad.

Referente a la tarjeta de aniversario, se conservó el logotipo institucional, el nombre del trabajador o la trabajadora, una frase de agradecimiento y la cantidad de años trabajados. En cuanto al color de la misma, se tomó la decisión de escoger azul y amarillo, debido a que Adams, Morioka & Stone (2008) le atribuyen los siguientes significados: conocimiento, lealtad e inteligencia para el azul y alegría y optimismo para el amarillo; por último, se eligió el morado, ya que armonizaba con las demás tonalidades.

También se usaron pequeños gráficos de estrellas, como alusión al primer diseño de la tarjeta, y se añadieron pequeños círculos para representar unidad y conexión, tomando como base la teoría de la Gestalt y su ley de figura-fondo. No obstante, este caso contó solo con una familia tipográfica pero con diferentes estilos a causa del carácter profesional que se le buscaba dar; siendo esta “Franklin Gothic”.

El programa “Enciende Una Esperanza” surgió como apoyo para las familias que enfrentan dificultades económicas y mediante la facilitación de talleres (Desarrollo de marcas, habilidades financieras, habilidades productivas, entre otros), las madres o padres, aplicarán los conocimientos adquiridos para generar ingresos. (Aquí Nadie Se Rinde I.A.P, 2015). De este modo, se brindó apoyo a dos madres de familia para otorgar un enfoque profesional a sus negocios recién iniciados.

En esta actividad, se crearon 2 logotipos, el primero de ellos para la marca “Lucena”, la cual tiene como objetivo transmitir fortaleza, elegancia y versatilidad, a la vez que necesitaba de: una flor de loto roja (comúnmente asociada al amor, la prosperidad y a la pasión) sostenida por dos manos y que tuviera detalles verdes y amarillos como parte del isotipo, que los servicios a brindar se encontraran en la parte inferior y sobre ellos, el nombre de la marca.

Gracias a la información proporcionada, se generaron dos propuestas, una de ellas con una flor de loto que empieza a brotar y otra con los pétalos ya abiertos; en la primera opción teniendo al rojo como color predominante y al amarillo para la segunda. En relación a las emociones que se deseaban comunicar a través del logotipo, se utilizó como punto de partida lo dicho por Van Leeuwen (2006) “El estilo Bold puede significar ‘atrevimiento’, ‘asertividad’, o ‘solidez’ y ‘sustancial’...” y por Brumberger (2003) “Las tipografías que tienen un peso más ligero (en anchura y grosor de trazo) son vistas como delicadas, amables y femeninas, mientras que las tipografías más pesadas son fuertes, agresivas y masculinas.”; así fue como se propusieron tres fuentes que se equilibraran entre la elegancia y firmeza, para que la madre de familia finalmente eligiera el diseño que más se adecuara a la visión de su negocio.

El segundo logotipo fue para la marca “Vero’s”, cuyos elementos principales se compondrían de: una corona de verónicas que hiciera uso del rosa, azul y violeta, el nombre del negocio en la parte central de la composición y los servicios en la parte de abajo. Por su parte, Vero’s pretendía reflejar feminidad, familiaridad y

fuerza; y tomando en cuenta lo dicho por los autores anteriormente mencionados, se elaboraron diferentes diseños con menor peso en la tipografía; además, se realizaron dos propuestas de la corona de flores debido al limitado espacio entre el isotipo y el texto, una de ellas mantuvo su aspecto circular y la otra tuvo un ramillete de flores en cada lado para evitar la saturación de componentes.

Posteriormente, se ayudó a transferir los datos de una presentación hecha en Adobe Illustrator a PowerPoint para facilitar la edición del documento; esto se logró al exportar por separado (en formato PNG) el fondo y los componentes de apoyo como imágenes, logotipos y gráficos. Al final solo fue cuestión de reescribir la información con el mismo formato que en el archivo de Illustrator sobre la presentación de PowerPoint, asegurándose de colocar cada pieza en la misma posición que la del documento original.

Tiempo después, fue necesario rediseñar un cartel sobre “Las 12 señales de alarma en el cáncer infantil” para ajustarlo a tamaño tabloide, en la versión original se mostraban dos personajes que servían a modo de interpretación visual sobre algunos de los síntomas, las redes sociales de Aquí Nadie se Rinde y la fuente de donde se obtuvo la información, en este caso, del Dr. Alberto Olaya Vargas.

Los cambios a realizados en comparación al primer diseño y a pedido de mi supervisor fueron los siguientes: cambiar el formato de la imagen de horizontal a vertical, eliminar el apartado de las redes sociales, mostrar cada uno de los síntomas en un tablero de 3x4 recuadros con borde redondeado (Esta decisión fue para asemejarse a los cubos de juego presentes en el Logotipo Institucional), usar de nuevo a los personajes del afiche original y cambiar la fuente del texto.

Con dichas especificaciones, se empezó a trabajar en el nuevo diseño, el paso numero uno fue elaborar la maquetación del cartel para distribuir correctamente los espacios dentro de la mesa de trabajo; esto fue logrado mediante la Proporción Aurea. Luego de que la diagramación fue aprobada, se decidió que el personaje femenino y el personaje masculino representaran equitativamente cada una de las señales de cáncer, adicionalmente, el material hecho por PAHO TV (2023) en su canal de YouTube y las infografía obtenidas de la Organización Panamericana de la Salud (2023) sirvieron como inspiración para ilustrar los 12 Síntomas de Cáncer Infantil. Por último, solo fue cuestión de resaltar en Bold y con un color diferente las partes más importantes del texto y elegir dos colores para los recuadros que no se perdieran entre el vestido de la niña y la playera del niño.

Otras tareas llevadas a cabo fueron: la vectorización de firmas, la elaboración de reconocimientos y el reajuste de tamaño para imágenes web. La primera de ellas consistió en hacer trazos sobre las firmas escaneadas, ajustar los puntos de ancla de modo que se asemejara al material original y expandir las líneas creadas; el segundo trabajo fue similar a las frases de la semana y a las efemérides, ya que me fueron entregados dos documentos, una lista de voluntarios y un archivo en Illustrator con el diseño de los reconocimientos ya realizado, lo único que se debía hacer era cambiar el nombre del título por un nombre de la lista, exportar la imagen y repetir el proceso con todos los voluntarios.

En cuanto a la actividad de reajuste, fue debido al cambio de servidores en la página web de Aquí Nadie se Rinde, las imágenes a modificar fueron 8 en total y todas ellas debían adaptarse a un formato horizontal de 1240x500 píxeles. Era de suma importancia que no se modificara el texto original, por lo que se centró el contenido y se alargó el fondo de la parte lateral izquierda y derecha; en algunos casos solo se cambió la posición de ciertos elementos o se les agrandó de tamaño por la cantidad de espacio sobrante, tal fue la situación del volante para la carrera número 15 y los informes para el bazar de ropa.

El “Calendario de Emociones” es un ejercicio lúdico hecho para las niñas y niños, consiste en pegar stickers sobre las casillas del calendario, de tal forma que puedan expresar cómo se sintieron durante el día. Para la ejecución del proyecto, se contó con la ayuda de la psicóloga de la institución, quien nos estaría asesorando referente al diseño del calendario y los stickers a realizar; además de ser quien proporcionó una lista de emociones recurrentes para los niños (Alegria, Tranquilidad, Tristeza, Miedo, Aburrimiento, Asco, Ira y Enojo) y de procesos a los que están habituados (Quimioterapia, Radioterapia, Día 0, Revisión de Signos, Injerto de células, Visita de psicología y Limpieza de catéter).

Al igual que en el cartel, primero se diagramó la mesa de trabajo en formato horizontal, después se distribuyeron los espacios del calendario por medio de la Proporción Áurea, se trazaron formas con bordes redondeados y con la finalidad de que el calendario pudiera rehusarse al enmicarlo, se dejó una zona libre en la parte del mes y se añadieron unos círculos en las casillas de los días para que los niños y niñas escriban sobre ellos.

Respecto a las pegatinas, se diseñó un personaje masculino y uno femenino para que ambos representen los sentimientos enlistados, inicialmente se generaron dos propuestas, una de ellas solo con el rostro de los personajes sonriendo, mientras que la otra expresaba la misma emoción pero con un encuadre en plano medio; sin embargo, se descartó la última opción por el limitado espacio de las casillas (7.5x3.5 cm) y para que los chicos y chicas escribieran un breve texto al lado.

Al momento de diseñar a los personajes, la película “Intensa-Mente” sirvió como inspiración, porque sus protagonistas están basados en formas reconocibles como una estrella, una lágrima, un volcán, un brócoli y un nervio; dado ese contexto, se aplicó el mismo procedimiento con un corazón. En esta ocasión, la selección de colores se hizo tomando en cuenta el libro de Heller (2008), donde se asocia al rosa con la infantilidad y creatividad y al naranja con la diversión y sociabilidad.

En el caso de los stickers de procesos, se utilizaron objetos alusivos a ellos para ilustrarlos, por ejemplo, un monitor para revisión de signos, el medicamento vía intravenosa para la quimioterapia, una tabla de registros para la visita psicológica, entre otros; cabe mencionar que se les dotó de una fuente redondeada para dar una sensación de bondad, afección, sensibilidad y calidez, según lo indican Jiang, Gorn, Galli & Chattopadhyay (2015) y se añadieron un par de destellos detrás de “Día Cero” e “Injerto de Células” al ser los eventos más importantes.

Otro material que sería rediseñado fue un díptico sobre la institución, en esta ocasión, se hizo uso del naranja y morado acompañados de espacios en blanco para dar un mayor contraste; y ya que tampoco era necesario cambiar la información, se realizaron dos propuestas, una de ellas manteniendo los mismos elementos dentro del contenido y otra donde se reemplazaron los gráficos de cada programa por un espacio para añadir fotografías propias de ANSeR.

Dicho por su página oficial The Edron Academy (2023), Edron es el Colegio Internacional Británico más antiguo de la Ciudad de México y se compone de 3 niveles de educación: Preescolar, Primaria y Secundaria. Este último englobando desde sexto de primaria hasta tercero de preparatoria y contando con un sistema de cuatro casas, cada una representando a las joyas de la corona británica (Zafiro, Esmeralda, Diamante y Rubí); con el fin de promover la competencia sana, los estudiantes y el personal participan en eventos deportivos, musicales, académicos y de team building durante un año para ganar la House Cop Anual.

Es por ese motivo que en conjunto a Aquí Nadie se Rinde, Edron celebró su 60 aniversario incitando a su alumnado a donar tapitas de plástico para ayudar a las niñas y niños con cáncer; por ende, era necesaria la elaboración de un poster y de dos imágenes para subir en los estados de WhatsApp que informaran sobre las pautas de la actividad. Con el propósito de que los nuevos diseños no difirieran en comparación a los de años pasados, me fueron proporcionados algunos trabajos anteriormente realizados para el colegio que sirvieron de base para diseñar el material solicitado; para el póster se crearon 2 propuestas, una horizontal y una vertical, mientras que para los estados de WhatsApp se usaron 2 versiones, una que contenía la fecha de entrega de tapitas y la otra sin ella.

Posteriormente, se planeó hacer una campaña interna junto a la compañía Oracle para recaudar fondos y así pagar el tratamiento de Rodolfo, un niño con Leucemia Linfoblástica Aguda. Para llamar la atención de los colaboradores de Oracle e impulsarlos a donar en la plataforma, se hizo un boletín que incluía una fotografía de Rodolfo, un mensaje donde se exponía su situación, los logotipos de ANSeR, Oracle y un medidor que indicaba la meta a alcanzar, el monto recolectado hasta ese momento y la cantidad restante para llegar a la cifra deseada.

El día 11 de junio se llevó a cabo la 15va Carrera de Aquí Nadie se Rinde, un evento deportivo hecho para financiar el apoyo a niños y niñas con cáncer; durante la planeación de la carrera se elaboraron gafetes para los diferentes tipos de acceso y exceptuando los logos y el tenis del centro, se utilizó un solo color con la finalidad de separar las diferentes tipos de acceso; en esta ocasión se realizó de la siguiente forma: naranja para acceso total, morado para prensa, verde para los vehículos oficiales, rojo para proveedores autorizados y azul para patrocinadores. A su vez, se crearon identificaciones para los líderes voluntarios, con su nombre, una fotografía suya y su cargo; al tener finalizados los diseños de los gafetes, solo fue cuestión de acomodarlos por colores en una sola mesa de trabajo tamaño carta para su posterior impresión, corte y enmicado.

El último rediseño se enfocó en los personajes institucionales (antes usados en el cartel de las 12 Señales) y debido a que ambos están registrados, se mantuvo su esencia lo mejor posible. Para conservar su apariencia infantil, se utilizó una proporción de 2 cabezas y media y se tuvo en consideración el estilo de dibujo de Pendleton Ward; de esta manera, los diseños presenten una facilidad para realizar diferentes poses, con respecto a la versión original, algunos cambios menores efectuados fueron: encoger las cabezas de los personajes a los lados, añadirles sombras y detallar objetos como el cabello o ropa.

Las poses se trabajaron pensando en que podían usarse para futuros trabajos; por ejemplo, hay ilustraciones de saludo, tranquilidad, emoción o duda y hay otras que hacen referencia a actividades ajenas a Aquí Nadie se Rinde, como la cocina, el golf, la venta de garaje, la carrera o el maratón acuático. Además, se proveyó de un archivo con las bases del cuerpo de los personajes en caso de que se necesiten nuevas poses después de dar por concluido el servicio social.

En anticipación a la temporada de vacaciones, se elaboró un cartel para invitar a las familias a asistir a cursos de verano; esta tarea se hizo en conjunto con mi supervisor, yo me encargué de crear un fondo, el cual está compuesto de tonos cálidos alusivos a dicha estación, diseñé algunos elementos como el título, subtítulo, las instrucciones de inscripción y las fechas de los cursos; en adición se modificaron los rediseños de los personajes para darles un toque más veraniego. Por su parte, mi supervisor le daría formato al texto faltante y ordenaría los demás componentes de la imagen.

Como parte de una nueva campaña para los donantes, se elaboraron ilustraciones replicando al dibujo infantil, inicialmente se tenían stickers de objetos agradables para el público más joven, posteriormente se añadió una temática de cumpleaños y por ende, se dibujó mercancía alusiva al tema. Para crear el efecto de trazos aleatorios se utilizó la herramienta “Garabatear” de Illustrator.

Cada aniversario el equipo de ANSeR modifica su logotipo y al ser este el número 18, se jugó con la idea de la mayoría de edad. Primero se creó una versión de Andrés (El personaje del logo) mirando al frente para emular una fotografía tomada para la INE, después se realizó un diseño para la credencial, dentro de ella se colocó a Andrés, el logotipo de la institución y el texto “18 años” con tipografía jovial rellena de los colores institucionales y al final, solo se añadió una mano sosteniendo la identificación oficial.

Las últimas actividades efectuadas fueron referentes al 3er Maratón Acuático, el trabajo más urgente implicó la creación de un diseño para una medalla que remita al agua o a la natación, en este caso, se generó una propuesta donde se uniría la forma circular de la chapa con un salvavidas, el cual llevaría como título “3er Maratón Acuático” en la parte superior, en el centro se ubicaría el logo institucional junto al del maratón y en la parte inferior estará la figura simplificada de un nadador abriéndose paso entre la alberca.

Por último, se realizó el patrón de una remera para natación, dicho patrón estaría conformado por olas de agua y a modo de que se pudiera agrandar de tamaño para diferentes aplicaciones, se creó un motivo visualmente armónico con segmentos repetitivos en dirección diagonal, evitando dejar espacios en blanco.

METAS ALCANZADAS

Una vez concluido el servicio social, se concretaron diversas metas, que son el resultado de aplicar los conocimientos teóricos, expresivos y técnicos adquiridos en la universidad. Inicialmente, Illustrator transmitía cierta reticencia debido a lo tedioso que podría resultar su manejo, pero eventualmente se convirtió en una herramienta valiosa, al punto en el que, luego de descubrir nuevas funciones, se emplearon para realizar procedimientos y enfoques específicos de ciertas tareas.

El desarrollo durante esta etapa también permitió adaptarse a los requerimientos visuales que la institución necesitaba y ayudó a darle versatilidad a los diseños entregados, además, fue de suma utilidad para comprender que no siempre era necesario sobrecargar trabajos con elementos innecesarios y se podía demostrar la eficacia de métodos minimalistas siempre y cuando su uso esté bien justificado.

Asimismo, se fortaleció la dinámica del trabajo en equipo profesional, impulsando la comunicación y distribución equitativa de tareas; lo cual generó propuestas contemporáneas y soluciones creativas y ágiles cuando había de necesidades complejas que requerían respuestas inmediatas pero eficientes.

La meta personal más satisfactoria en alcanzar fue la superación del miedo a la hora de entregar actividades y al adentrarse en un campo que aún generaba cierta incertidumbre: el diseño editorial; al dominar dichas inseguridades, la entrega de trabajos fue más segura, confiada y se mantuvo constante.

Sin embargo, el logro más significativo durante este periodo de tiempo no radicó en el crecimiento personal, si no, en la capacidad de contribuir socialmente a una noble causa mientras se aplicaban los conocimientos previos y adquirían nuevos.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Durante este lapso, se cumplió con todas las metas planteadas inicialmente e incluso, fue satisfactorio ver que se lograron objetivos no considerados, tal es el caso del aumento de confianza; otro aspecto gratificante de observar, estaba relacionado a la aceptación de los trabajos solicitados por parte del equipo de ANSeR y la forma positiva en que estos podrían influir en los niños, niñas, tutores, trabajadores o el público ajeno a la institución a través de la elaboración de logos, carteles, tarjetas y de más contenido visual e impreso.

En relación a la carrera cursada, esta experiencia fue de utilidad para reforzar los métodos adquiridos de investigación, justificación, experimentación y expresión; si bien, algunas actividades presentaron un desafío debido a la urgencia que ameritaba su cumplimiento, no significaron un mayor problema al trabajar en conjunto o al generar diseños minimalistas, pero funcionales.

Además, la retroalimentación jugó un papel fundamental luego de entregar los trabajos solicitados, debido a que, una vez se conocían los elementos que no funcionaban en ciertos casos y cuales sí, permitió una fácil adaptación al ritmo de trabajo, evitando caer en los mismos errores y agilizando las entregas.

Sin mencionar que gracias a las ilustraciones elaboradas, tuve la posibilidad de salir de mi zona de confort y explorar áreas que usualmente me generaban rechazo o inseguridad. Durante mi etapa universitaria, manifestaba cierta inclinación por el diseño de personajes, lo cual se aprovechó en algunas ocasiones durante el servicio social; sin embargo, logré abarcar otros campos del diseño e ilustración con mayor frecuencia y estoy satisfecho con el resultado.

Personalmente me siento agradecido por haber formado parte de esta vivencia y por el apoyo que me brindó el equipo de Aquí Nadie se Rinde, planeo aplicar este aprendizaje en mi futuro profesional y renovarme constantemente como diseñador.

RECOMENDACIONES

Debido a que la experiencia durante el servicio social fue satisfactoria y enriquecedora, no hay necesidad de llenar este apartado.

BIBLIOGRAFÍA

Adams, S., Morioka, N. & Stone T. (2008). *Color Design Workbook: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design*. Beverly, MA: Rockport Publishers.

Brumberger, E. R. (2003). *The rhetoric of typography: The persona of typeface and text*. Technical communication, no. 50, pp. 206-223

Heller, E. (2008). *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Gustavo Gili, SL.

Jiang, Y., Gorn, G. J., Galli, M., & Chattopadhyay, A. (2015). *Does your company have the right logo? How and why circular-and angular-logo shapes influence brand attribute judgments*. Journal of Consumer Research, no. 42, pp. 709-726.

Van Leeuwen, T. (2006). *Towards a semiotics of typography*. Information Design Journal, vol. 4, pp. 139-155.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Aquí Nadie se Rinde, I. A. P. (2015, 19 de mayo). *Aquí Nadie Se Rinde I.A.P. Video Institucional*. YouTube. Recuperado de https://youtu.be/KqaTB3ivB_k

Aquí Nadie se Rinde, I. A. P. (2023, 12 de junio) *¿Quiénes somos? Aquí Nadie se Rinde*. Recuperado de <https://aquinadieserinde.org.mx/conocenos/>

Herron Printing & Graphics (2023, 21 de junio). *Tech tips: All Alone and Misunderstood: Widows, Orphans, Runts, and Rivers*. Herron Printing & Graphics. Recuperado de <https://www.herronprinting.com/resources/the-ideas-collection/all-alone-and-misunderstood-widows-orphans-runts-and-rivers/>

Organización Panamericana de la Salud (2023, 27 de marzo). *Diagnóstico precoz del cáncer infantil*. Organización Panamericana de la Salud. Recuperado de <https://www.paho.org/es/campanas/diagnostico-precoz-cancer-infantil>

PAHO TV (2023, 13 de febrero). *El ritmo que nos da vida – Diagnóstico precoz del cáncer infantil (subtitulado)*. YouTube. Recuperado de <https://youtu.be/U4C3Zw5v5Zs>

The Edron Academy (2023, 17 de junio) *¿Quiénes somos? & Secundaria Edron*. The Edron Academy. Recuperado de <https://edron.edu.mx/es/>

ANEXOS



Frase de la Semana



Diseño de Efemérides



Tarjeta de Cumpleaños



Tarjeta de Aniversario



LUCENA
UÑAS, BISUTERÍA, CHOCOLATERÍA Y MÁS

Propuesta del Logo
con el Loto brotando



LUCENA
UÑAS, BISUTERÍA, CHOCOLATERÍA Y MÁS

Propuesta del Logo
con el Loto florecido



Propuesta del Logo con la corona de flores



Propuesta del Logo con los ramilletes de flores



Rediseño del Cartel "12 Señales de Alarma del Cáncer Infantil"



Diseño Original del Cartel "12 Señales de Alarma del Cáncer Infantil"



Reconocimiento para voluntarios



Medida original de los informes para el bazar



Imagen redimensionada para la página oficial de ANSeR



Diseño del "Calendario de Emociones"



Stickers de emociones y procesos para el “Calendario de Emociones”



Segunda propuesta de Folleto (1era y 4ta de forros)



Primer propuesta de Folleto (2da y 3ra de forros)



Propuesta vertical para el cartel de colecta de tapitas



Imagen para el evento de WhatsApp con fecha sobre la colecta



ORACLE

TE PRESENTAMOS A RODOLFO

Rodolfo fue diagnosticado a los 4 años con Leucemia Linfoblástica Aguda. Tras 6 años y 2 recaídas, Rodolfo sigue luchando para ganarle al cáncer y **NECESITA TU AYUDA.**

Por cada **donativo en My Giving, Oracle duplicará el monto** para llegar a la meta que Rodolfo necesita para su trasplante de médula ósea.



Si Rodolfo no se rinde ante el cáncer infantil ¡Nosotros tampoco!

Boletín de “Rodolfo” para la campaña con Oracle

<p>15 CARRERA Aquí Nadie Se Rinde I.A.P. <small>Regístrate y disfruta con nosotros</small></p> <p>La carrera es presentada por: MINI SO</p> <p>PRENSA</p>   <p>Acceso autorizado por Aquí Nadie Se Rinde I.A.P. Estadio Olímpico Universitario</p>	<p>15 CARRERA Aquí Nadie Se Rinde I.A.P. <small>Regístrate y disfruta con nosotros</small></p> <p>La carrera es presentada por: MINI SO</p> <p>MOTOCICLETA OFICIAL</p>  <p>Acceso autorizado por Aquí Nadie Se Rinde I.A.P. Estadio Olímpico Universitario</p>	<p>15 CARRERA Aquí Nadie Se Rinde I.A.P. <small>Regístrate y disfruta con nosotros</small></p> <p>La carrera es presentada por: MINI SO</p> <p>LÍDER VOLUNTARIO</p>  <p>Zona de aliados</p> <p>Acceso autorizado por Aquí Nadie Se Rinde I.A.P.</p> <p>GUADALUPE DÍAZ</p> <p>Estadio Olímpico Universitario</p>	
<p>15 CARRERA Aquí Nadie Se Rinde I.A.P. <small>Regístrate y disfruta con nosotros</small></p> <p>La carrera es presentada por: MINI SO</p> <p>PROVEEDOR AUTORIZADO</p>  <p>Acceso autorizado por Aquí Nadie Se Rinde I.A.P. Estadio Olímpico Universitario</p>	<p>15 CARRERA Aquí Nadie Se Rinde I.A.P. <small>Regístrate y disfruta con nosotros</small></p> <p>La carrera es presentada por: MINI SO</p> <p>PATROCINADOR</p>  <p>Acceso autorizado por Aquí Nadie Se Rinde I.A.P. Estadio Olímpico Universitario</p>	<p>15 CARRERA Aquí Nadie Se Rinde I.A.P. <small>Regístrate y disfruta con nosotros</small></p> <p>La carrera es presentada por: MINI SO</p> <p>ACCESO TOTAL</p>  <p>Acceso autorizado por Aquí Nadie Se Rinde I.A.P. Estadio Olímpico Universitario</p>	
<p>15 CARRERA Aquí Nadie Se Rinde I.A.P. <small>Regístrate y disfruta con nosotros</small></p> <p>La carrera es presentada por: MINI SO</p> <p>Acceso autorizado por Aquí Nadie Se Rinde I.A.P. Estadio Olímpico Universitario</p>  <p>VEHÍCULO OFICIAL</p>			<p>NO. <input type="text"/></p> <p>FAVOR DE PORTAR ESTE TARJETÓN EN UN LUGAR VISIBLE</p> <p>Sábado / Domingo: Estacionamiento 8-Reja I</p>

Diseño de Gafetes para los accesos y líderes voluntarios



Rediseño y poses de los personajes institucionales



Póster para "Curso de Verano ANSeR"



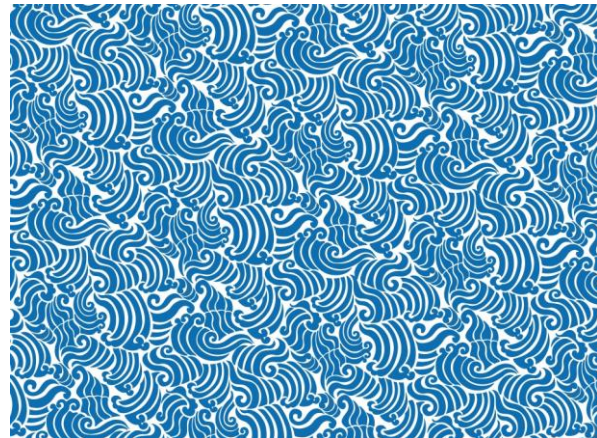
Stickers con temática de Cumpleaños



Logotipo personalizado para el Aniversario 18



Diseño lineal para la medalla del 3er maratón Acuático



Patrón para la remera de natación