

Mtra. María de Jesús Gómez Cruz.

Directora de la División de Ciencias y Artes para el Diseño
UAM Xochimilco

Informe final de Servicio Social

Delegación Xochimilco
Área de Comunicación Social

Periodo: 3 de abril al 2 de octubre 2017.

Proyecto: “Conservación, investigación y difusión del patrimonio
sociocultural en Xochimilco”

Clave: XCAD000124

Jonathan Yael EcheGARAY Guevara

Matrícula: 210365852
Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica
División de Ciencias y Artes para el Diseño

Teléfono particular: 55559021
Teléfono celular: 0445545591862

Correo electrónico: jonayalyaexiste@gmail.com

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

Informe final de Servicio Social

Delegación Xochimilco
Área de Comunicación Social

Periodo: 3 de abril al 2 de octubre 2017.

Proyecto: "Conservación, investigación y difusión del patrimonio
sociocultural en Xochimilco"

Clave: XCAD000124

V. B. O.
Mtra. José Benito Anton Gracia
N. Eco: 24314
[Signature]
11. Dic. 2017

Jonathan Yael Echegaray Guevara

Matrícula: 210365852
Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica
División de Ciencias y Artes para el Diseño

Teléfono particular: 55559021
Teléfono celular: 0445545591862

Correo electrónico: jonayalvaexiste@gmail.com

Introducción:

Las nuevas tecnologías han evolucionado la difusión del mundo en el patrimonio cultural de la información, las herramientas que nos ofrecen han cambiado la percepción y el alcance del conocimiento, han multiplicado su trascendencia en la población, han hecho más eficaces y seguras las intervenciones de la gente, consolidan las noticias y han permitido que la comunidad civil pueda contribuir de forma directa e indirecta en actividades relativas al mismo. Las herramientas más señaladas y más beneficiosas para difundir el patrimonio son la tecnología, cuya conservación y alcance son las redes sociales; su conocimiento, difusión, estudio y puesta en escena permite a los ciudadanos la conservación y promoción del patrimonio.

La Delegación Xochimilco da difusión a su patrimonio sociocultural e histórico en todo momento a la población con la finalidad de rescatar y promover tradiciones, fomentar sus costumbres e incrementar el turismo de la zona, mantiene a la gente informada de diferentes acontecimientos, sucesos y desastres que influyan en la demarcación. Los avances e informes que recopila, noticias y hechos son difundidos por diferentes medios a toda la región; carteles, videos, trípticos, tarjetas, volantes, banners, redes sociales entre otros son utilizados como recurso para publicar la noticia que día con día llega a la zona, la Delegación cuenta con el área de Comunicación Social que se encarga de dicha tarea.

La tecnología ha conducido a una amplia percepción del patrimonio cultural, gracias a la difusión que abarca gran cantidad de lugares en poco tiempo, esto genera que todas las personas tengas accesibilidad a dicha información.

En Xochimilco se exponen las diferentes tradiciones, productores y consumidores, comerciantes e inversionistas, lugares y artesanías que han dado lugar al patrimonio cultural y natural de la humanidad. Se exponen las diferentes ferias y eventos relacionados con la cultura típica de la región de Xochimilco. el área de Comunicación Social se encarga de informar a los pobladores de la delegación las obras para el mejoramiento de calles, pueblos, drenaje, vías de acceso, brinda difusión para el turismo; trajineras, fiestas, eventos, etc.

Objetivo general:

El área de Comunicación Social de la Delegación tiene como objetivo difundir, conservar el patrimonio sociocultural en Xochimilco y su alcance, reportar y analizar día con día los eventos que pasan dentro y fuera de su perímetro, para ello utiliza diversas manifestaciones de comunicación. Reporteros, comunicólogos, periodistas y diseñadores escriben en redes sociales, asesoran cualquier duda que exista en cuanto al área a toda la población interesada sobre los avances y el periódico *Ajolutín*, cuya edición impresa se entrega a los alrededores del centro histórico de forma bimestral, reporta los hechos más sobresalientes del periodo.

Como complemento, las personas de monitoreo delegacional son encargadas de buscar información en las noticias de diferentes cadenas, medios impresos y

digitales para mostrar las notas a la autoridad correspondiente y replicar a periodistas sobre si su nota ha sido o no verificada. Con ayuda de los diseñadores encargados de la publicidad, fotografía y video, periodistas y reporteros, dicha situación es corroborada y se notifica al área encargada facultada para su atención y pronta respuesta.

Actividades realizadas.

Durante mi periodo de servicio realicé diferentes propuestas de diseño impreso y digital para promover eventos de la demarcación, campañas publicitarias para festejos de toda la delegación o eventos locales. Carteles para conferencias, carreras de atletismo, diseño de reconocimientos para los ponentes y participantes de los foros y exposiciones, artistas visuales cuya obra es expuesta en la delegación, señalética para las diferentes dependencias como museos, salones, teatros y rediseño de propaganda ya antes utilizada.

El proceso de diseño comienza con un comunicado impreso de las dependencias dirigido al área, diferentes peticiones de difusión son plasmadas en la nota, el periodo de entrega y los formatos requeridos son escritos a detalle en la mayoría de las ocasiones. Con tal escrito se comienzan las propuestas, de faltar información mi labor consistía en preguntar, entrevistar y obtener datos de la persona o sector que quería la difusión. Con la investigación correspondiente, hice el estudio del público al que se dirige el recado, el cómo se debe decir y plasmar tal mensaje. Con bocetos a lápiz, digitales o maquetas, dos diseños para el cliente, se somete a revisión las propuestas y corrección de estilo, gramática y ortografía analizadas por los redactores, terminado este proceso, el cartel o medio está listo para su impresión o se manda a proveedor en caso de ser formato de gran tamaño.

De tal modo, todas las peticiones se reciben por medio de un comunicado escrito, una buena parte de ellos tiene fecha de entrega muy apresuradas con lo que algunos procesos de diseño son omitidos, realizando así un boceto fino con la idea general para ser entregada al cliente, su aprobación y envío a difusión en redes o plotter.

Metas alcanzadas

El 90% de mis diseños fueron puestos en redes sociales para anunciar los eventos de la temporada, las señales que construí para los centros de acopio durante el sismo y sus posteriores días sirvieron de apoyo para la gente damnificada, la labor de fotografía para mis carteles y reportes de la Delegación se aprovecharon como acervo para consecutivos diseños, reportajes y videos o informes internos.

La exposición llamada *Desconexiones*, cuyas piezas expuestas fueron mis obras de ilustración y pintura durante el mes de septiembre en la galería Francisco Goitia, fue una experiencia increíble debido al aspecto museográfico que requería; desde el diseño del espacio, acomodo de las piezas, entrada y salida del público, carteles,

volantes, tarjetas y difusión fueron mis ideas puestos en marcha durante el periodo que duró la exposición.

Otro de los grandes retos en diseño, fue la propaganda que anunciaba las festividades patrias; desde un comunicado escrito y dirigido al área, se mencionaron medidas y formatos usados para promover el evento de independencia a nuestro juicio, se hicieron diferentes propuestas de carteles y después de una selección detallada con el gabinete directivo se aceptó mi diseño para ser utilizado en todos los medios (flyers, banners, pendones, carteles y redes sociales). El mayor beneficio de este proceso fue encontrar como propaganda principal mi diseño en el escenario de la explanada del centro histórico junto con los carteles que se pegaron y repartieron en la demarcación.

Como complemento para mis actividades en Comunicación Social; la fotografía fue otro de los grandes aportes que tuve al área, desde tomas para stock hasta control interno o bien; como propuesta de diseño. Prueba de ello es la propaganda de las fiestas patrias anteriormente mencionada, los personajes del plano principal son modelos en plastilina y acomodados para el cartel, todo ello; fotografía de producto que se estudió en los diferentes trimestres de la carrera. Las evidencias de los acopios y la ayuda a damnificados durante el sismo se apoyaron en la fotografía que entregué a los reporteros y comunicólogos del área para hacer sus notas en redes sociales, también se llevaban al gabinete del delegado dichas pruebas para su cotejo.

Resultados y conclusiones.

Durante el periodo de servicio fue indispensable trabajar en equipo; ser apoyado por los comunicólogos para revisión del escrito o propaganda; con ello la salida de impresión de los diferentes medios requiere de la aprobación de la redacción y así ser publicada. Los informes de gobierno necesitan un guion y una escaleta que ayuda a armar el video del informe durante su edición, apoyar en el manejo de los equipos de audio y video durante las grabaciones y entrevistas necesita de personal capacitado para la tarea.

Los equipos se reparten según el tiempo que llevará hacer la tarea, la urgencia de la noticia o las capacidades que tengan los miembros del área, algunas personas se van de comisión a zonas afectadas o los eventos que requieren ser promovidos mientras otros supervisan desde la sede la misma nota desde redes u otro medio, las fotografías y videos llegan a Comunicación Social por vía electrónica (en caso de ser urgente una nota) o hasta llegar a la delegación; se reparte y edita el paquete.

Aprender a trabajar en periodos de tiempo limitados y bajo presión de entrega, cubrir eventos y seguir a diferentes agentes políticos, analizar la información y responder al agente en cuanto a dudas de la delegación, encontrar al público objetivo para una campaña con una limitante de información del cliente, cubrir al personal administrativo en caso de emergencia y aprender de sus labores son actividades

aprendidas dentro del área. Las posibilidades de propuestas de diseño y clientes son tan bastos para realizar que puedes acceder a un número ilimitado de bocetos que te permiten adelantar trabajo, incluso saber que requiere cada usuario sin hacer una investigación exhaustiva de su proyecto. Todo ello es el resultado de hacer el servicio social en una dependencia de gobierno cuyas posibilidades de creatividad son muy amplias.

Durante mi estancia en la delegación realicé los diseños de carteles y *branding* para la campaña *Bebe con moderación* dirigida a un público joven. Con el slogan *Que no te suceda* el objetivo de la campaña no era restringir el consumo de alcohol sino exponer explícitamente asaltos y personas ahogadas en el lago; producto de la inseguridad de la seguridad pública e irresponsabilidad de beber de los estudiantes. Las imágenes principales fueron en estilo de historieta, los productos entregados para la gente propuestos en el branding fueron objetos netamente utilizados por los jóvenes. Sin embargo, la campaña no fue exhibida debido a falta de recursos, patrocinadores o simplemente desidia de la autoridad para limitar estos eventos en la zona turística.

Recomendaciones.

Durante mi estancia en la dependencia noté algunas deficiencias; no sólo en el área de Comunicación sino en muchas otras áreas, el departamento de Desarrollo Social encargada de repartir los víveres y apoyo a damnificados del sismo no tuvo la capacidad para atender la gran necesidad de la gente los primeros días de lo ocurrido. Al no tener personal capacitado ocupando los puestos directivos y subordinados (gente de carreras no afín al área, puestos ocupados para cubrir plazas y nepotismo) la ayuda no llegó en el tiempo necesario y a la gente que lo requiere, el tiempo de entrega de víveres y la falta de organización o desconocimiento para actuar influyó para beneficiar la crítica de la población y de los medios de noticias de la ciudad.

Así mismo, la corrupción y desvío de recursos, falta de medios o transporte como motocicletas para periodistas interrumpen la cobertura de la noticia en tiempos apropiado, ir en transporte público a tomar video o fotografía limita su actuar para que salgan las notas apropiadamente, sin capacitación al personal y cursos necesarios se restringe su profesión. Aunado a eso, las oportunidades de crecimiento son totalmente nulas en la dependencia, los grupos políticos dentro de la misma Delegación no permiten avanzar al área de Comunicación o verse beneficiada con algún reconocimiento, así también su personal que no se ve beneficiado ni económicamente ni en su labor. El crecimiento personal y profesional dentro del área depende mucho del apoyo que se le de al próximo candidato a gobernante (sobre todo en época electoral), éste a su vez apoya a ciertos directivos de las diferentes áreas, deteniendo el apoyo a otras zonas.

La falta de oportunidades, el sueldo bajo ofrecido al personal y reconocimientos nulos provocan que decaiga la calidad del trabajo en la mayoría de las ocasiones o bien, que sea automático, monótono y sin variantes el resultado. A pesar de ello,

mucha gente dedicada a su profesión, con todas esas restricciones, demuestra que no hace falta tener un gran sueldo o contrato para realizar bien su cargo.

Como experiencia laboral y crecimiento personal al trabajo en equipo y de relaciones es una excelente área la de Comunicación Social, no solo por el personal y el ambiente solidario sino también por la práctica adquirida en cuanto a logística y diseño, desafortunadamente no es así para trabajar en la dependencia.

Bibliografía y referencias electrónicas:

http://xochimilco.gob.mx/xochimilco_trabaja/album/coordinacion-de-comunicacion-social-20