

Mtra. María de Jesús Gómez Cruz

Directora de la División de Ciencias y Artes para el Diseño

UAM Xochimilco

INFORME DE SERVICIO SOCIAL

Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial/UNAM

Periodo: 12 de junio de 2016 a 20 de febrero de 2018

Proyecto: Comunicación y relaciones públicas para Libros UNAM

Clave: XCAD000413

Omar Emmanuel Páez Pérez **Matrícula:** 207376195

Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Tel. 1735 1829

Cel. 04455 1497 2643

Correo electrónico: emmanuellepaez@hotmail.com

Nombre del responsable: DCG. Daniel Pérez Rendón

Nombre del asesor del proyecto: Mtro. Roberto Antonio Padilla Sobrado

INTRODUCCIÓN

En el presente documento se abordarán las principales actividades de diseño que se desarrollaron en la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial/ UNAM; se expondrán los principales ejemplos, así como breves descripciones que detallen cómo y para qué fueron creados, además de incluir imágenes sobre los mismos.

Dichas actividades estarán dispuestas por incisos dependiendo de su tipo: elementos infográficos; constancias, diplomas e invitaciones; imagen institucional; video; redes sociales y correo electrónico; carteles; editorial; y fotografía.

Entre las tareas más destacadas que realiza esta dependencia de la UNAM se encuentra la de distribuir la producción de dicha casa de estudios, con el fin de generar vínculos entre los diversos elementos de la cadena de producción editorial: desde los autores y editores, pasando por librerías y bibliotecas hasta los lectores e investigadores. Además, busca extender la cultura a la comunidad universitaria y la sociedad en general.

OBJETIVO GENERAL

Desde el inicio fue realizar de manera efectiva, ya fuera en soportes impresos y digitales, diversas actividades de diseño como constancias, elementos infográficos, material fotográfico, videos, newsletter, etc., con el propósito de reforzar la imagen de la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial/ UNAM y así convertirla en un referente gracias a la calidad editorial de sus publicaciones y estrategias audiovisuales de comunicación.

ACTIVIDADES REALIZADAS

a) Elementos infográficos

Posterior a la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería se sintetizaron los datos más relevantes sobre la participación de Libros UNAM en dicho evento, como las dependencias participantes, el total de libros vendidos.

Con el objetivo de homologar la imagen de Libros UNAM, se utilizó la misma cromática y tipografía para crear los elementos infográficos. Así, se diseñaron ejemplos sobre Numeralias, la promoción que se usó, los medios donde se realizaron Entrevistas y Publicaciones, la relación de las Dependencias con sus ventas, así como algunos pictogramas especiales, como el de las Activaciones y el número de Asistentes.

Algo que se tomó en cuenta fue que cada uno de los datos fuera traducido visualmente con claridad para que así cualquier persona pudiera enterarse de la participación de Libros UNAM en la Feria.

b) Constancias, diplomas e invitaciones

Entre los ejemplos que pueden destacarse dentro de esta categoría se encuentran los siguientes:

Con motivo de la Feria Universitaria del Libro de Hidalgo se realizaron varias invitaciones para asistir a la presentación de algunos títulos importantes de Libros UNAM.

En cuanto a constancias, se realizaron en su mayoría para acreditar participación a eventos y presentaciones de novedades, como las que se hicieron para el libro “La izquierda mexicana II”. Para esto se tomó en cuenta el acomodo habitual de elementos con el objeto de reforzar la identidad de Libros UNAM.

Otras constancias que se formaron fueron las pertenecientes al coloquio “Ediciones especiales, inusuales, o de distribución particular”, tanto para los asistentes como para los conferencistas.

c) Imagen institucional

Para complementarla se hicieron varios diseños. Uno de ellos fue el rediseño del plano de los puntos de venta de Libros UNAM. La intención fue destacar el punto geográfico que corresponde a la entrada principal de Ciudad Universitaria y en dónde se encuentran sus librerías.

Otro de ellos fue el diseño de una página para explicar el esquema de ISBN, es decir, el proceso que le lleva a las entidades editoras para poder obtener este código indispensable en la publicación, difusión y comercialización de sus títulos.

Con motivo del concurso “Autores UNAM 2016” se elaboraron tarjetas de premios para los ganadores, así como sus respectivas constancias. Dichas tarjetas tuvieron distintos montos dependiendo de los tres primeros lugares.

Para la Feria Internacional del Libro Universitario 2017 se hizo un rastreo de logotipos de las universidades participantes, principalmente en vectores, es

decir, archivos con la virtud de ser editados sin perder calidad; esto con el objetivo de realizar la papelería y documentos necesarios para la Feria.

d) Video

Para nutrir las redes sociales de Libros UNAM se idearon varias estrategias, una de ellas fue la creación de promocionales. Por medio de cortinillas, es decir, videos de duración corta —normalmente inferior a 30 segundos—, utilizadas para separar, se le dio promoción a algunos títulos. En estas cortinillas estuvieron insertadas preguntas que se le realizarían a los autores con el propósito de que los usuarios de las redes pudieran conocer más acerca de los escritores y su perspectiva sobre la industria editorial mexicana y la comunidad estudiantil de la UNAM.

e) Redes sociales y correo electrónico

En el desarrollo del servicio social no sólo se trabajó en el área de diseño, sino que también se intervino en la aportación de ideas para crear contenido que alimentara las redes como Facebook, principalmente. Algunas de ellas fueron: imágenes PNG o GIF (frases de autores que vende Libros UNAM); conteo en video (cada semana poner los libros más vendidos o en tendencia); promoción de un punto de venta en específico cada semana; destacar si existen promociones, y si no, escoger algún título para vincular la tienda online; creación de 'hashtags' que promuevan la participación en diversas ferias; efemérides de autores o libros renombrados; etc.

Además se armó el boceto de un newsletter, es decir, un programa mensual enviado al correo de suscriptores de Libros UNAM con la información de las

novedades principales y secundarias en un diseño fácil y sencillo que permita encontrar rápidamente la sinopsis de dichos títulos.

f) Carteles

Uno de estos fue para difundir el programa de talleres que se impartieron en la DGPyFE en la segunda mitad del año pasado. El objetivo de dicha pieza fue dar a conocer la oferta de talleres de actualización que promueve Libros UNAM.

g) Editorial

En este rubro se participó en la formación de un Boletín, mediante el cual se dan a conocer las diversas colecciones que distribuye Libros UNAM, como: “los más buscados”, “para especialistas”, “libros de texto” y “recomendamos”. Asimismo, se trabajó en la edición de las imágenes de los libros para brindarles calidad y tamaño óptimos para su visualización e impresión.

h) Fotografía

Con motivo de la Feria del Libro y la Rosa se tomaron varias fotos sobre el stand de Libros UNAM, así como de los asistentes y de aspectos generales de la feria. Además, se realizó un recorrido por distintas zonas de Ciudad Universitaria con el objetivo de robustecer el ‘stock’ de imágenes, ya que a veces se solicitan diseños que deben ser ilustrados con fotos temáticas.

METAS ALCANZADAS

Entre éstas se encuentran el haber comunicado visualmente de manera satisfactoria tanto los eventos como los lanzamientos de los títulos de Libros

UNAM por medio de plataformas digitales y soportes impresos (carteles y boletines). Asimismo se logró respetar la imagen institucional y al mismo tiempo proponer una innovación gráfica que atrajera la atención tanto de la comunidad universitaria como del público en general.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Al igual que cualquier persona que se dedica a las áreas creativas, considero que nunca es suficiente, siempre habrán mejoras que se puedan hacer tanto a los diseños como a las formas de trabajo, pero en este caso, se logró una excelente mancuerna con el equipo de Libros UNAM, lo cual permitió que en el desarrollo del servicio todo fluyera de manera armónica a lo largo de los poco más de doce meses que duró.

RECOMENDACIONES

Lo ideal para cualquier persona que se disponga a realizar su servicio social es contar con una buena organización que le permita disponer su tiempo de la manera más eficaz posible.

Es recomendable llevar anotaciones y priorizar sobre los proyectos que deben de realizarse con prontitud y los que pueden esperar un poco dependiendo de la urgencia con la que se necesiten. Asimismo, es importante mantener una comunicación constante por los medios que se requieran con las personas encargadas de la institución y organismo donde se realice el servicio social, ya que si se presenta algún imprevisto se puede solucionar de mejor forma.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- <http://www.libros.unam.mx/>
- Facebook: Libros UNAM
- Twitter: @librosunam
- Youtube: Libros UNAM