

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

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

Casa de la Primera Imprenta de América, Centro Educativo
y Cultural de la Universidad Autónoma Metropolitana, México D.F.

Periodo: 10 septiembre de 2010 al 20 de mayo de 2011

Proyecto: Apoyo a la comunicación gráfica de la
Casa de la Primera Imprenta de América

Clave del proyecto: XCAD000242

Ana Daniela González Espinosa
Matrícula: 206353144
Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica
División de Ciencias y Artes para el Diseño

Tel: 6587 9132
Cel: 55 1830 2295
E-mail: anadaniela.glez@gmail.com

Introducción:

La Casa de la Primera Imprenta de América es un recinto ubicado en el centro de la Ciudad de México, fue construida originalmente por Gerónimo de Aguilar en 1524 y está situado en la orilla exterior de lo que fue el recinto sagrado del Templo Mayor antes de la Conquista de México. Este lugar tiene un gran valor histórico ya que fue hogar de la primera imprenta de la Nueva España, la cual llegó de Europa en el año de 1539. La prensa se estableció en esta casa, que entonces se llamaba "La Casa de las Campanas", por decisión del editor Juan Cromberger, que radicaba en Sevilla, éste la puso a cargo del impresor italiano Juan Pablos, que trabajó durante diez años únicamente a cambio de los gastos de su manutención.

En esta casa e imprenta se reprodujeron una gran cantidad de documentos importantes de aquella época relacionados con el virreinato y la iglesia, entre ellos se encuentran "*Breve y mas compendiosa doctrina christiana en lengua mexicana y castellana*", un libro de catecismo para evangelizar a los indígenas. Posteriormente este recinto perteneció a diferentes personalidades y fue usada para distintos fines, desde pertenecer al Monasterio de Santa Teresa, a una Orden Militar, a civiles y hasta llegar a ser la imprenta y papelería Militar Marte.

En 1989 la Universidad Autónoma Metropolitana compró este lugar con la intención de restaurarla junto con el Instituto Nacional de Antropología e Historia, en esta restauración se descubrió la cabeza de piedra de una serpiente que data de la época de los aztecas.

Una vez restaurada, en 1994 la Casa se convirtió en un Centro de Educación Continua de la Universidad Autónoma Metropolitana, en la cual se llevan a cabo una diversidad de eventos culturales y académicos, relativos a la palabra e imagen impresa, artes plásticas, artes gráficas, literatura, producción editorial y tradiciones de la cultura mexicana a través de exposiciones, conferencias, cursos, talleres, etc. Además este recinto cuenta con una librería en la que se pueden encontrar libros de diversas temáticas, tales como arqueología, ciencias sociales, matemáticas, ciencias y humanidades, entre otras.

A pesar de que es un lugar importante histórica y arquitectónicamente, y además de formar parte de las instalaciones de la UAM, este Centro de Educación tiene un problema de comunicación, ya que no cuenta con medios propios de difusión lo que no permite ni siquiera que la comunidad universitaria a la que pertenece conozca las actividades que La Casa lleva a cabo. La mayoría de la gente que conoce y sabe que existe este lugar es porque La Casa cuenta con espacios que pueden ser reservados y utilizados como sede alterna o complementaria de algún curso, taller, sede de conferencias y exposiciones, de otra forma es complicado conocerlo ya que la difusión en la comunidad universitaria sobre este tipo de centros de educación externos a las instalaciones de las unidades es mínima.

Si los recintos son poco conocidos, aún más desconocidas son las actividades que en este caso, se crean e imparten en La Casa de la Primera Imprenta por la coordinación de este lugar, ya que estas no pertenecen a ningún taller, curso, etc. Que tenga apoyo de difusión por otros medios, espacios y público.

Objetivo general:

Dar a conocer a la comunidad universitaria el Centro de Educación Continua “Casa de la Primera Imprenta de América” y eventos que se realizan en ella, a través de medios electrónicos y medios impresos dentro y fuera de las Unidades.

Objetivos específicos:

- Identificar, buscar y/o generar medios de comunicación adecuados a las diversas actividades creadas por la coordinación de La Casa y de acuerdo al público al que fueran dirigidas.
- Realizar la conceptualización, planteamiento, organización, logística, comunicación, diseño y promoción de las principales conmemoraciones y eventos que por tradición y nuevas iniciativas se realizan en este Centro de Educación Continua.
- Generar el diseño, comunicación y promoción de actividades abiertas al público y/o actividades que formaran parte de un curso, festival, etc. De las cuales no se contara (en la Casa o en general) con material de difusión realizado y enviado por parte de los organizadores, del departamento de Comunicación y Enlace de la Universidad Autónoma Metropolitana y/o alguna otra institución o departamento, para informar a los visitantes interesados en estos eventos.

Metodología utilizada:

- Investigación sobre cómo se hacía la difusión de los eventos y conmemoraciones.
- Revisión de registros de eventos anteriores (fotografías, elementos gráficos, videros, etc.)
- Revisión de materiales gráficos de comunicación anteriores.
- Averiguar sobre si se contaba con base de datos, libro de visitas, etc. De donde pudiéramos empezar con la difusión. En este punto sí se contaba con esta información, pero no se sabía si era vigente y únicamente se enviaban mails sin saber si llegaban o no.
- Adicional se contaba con un grupo “VIP” llamado “Amigos de la Casa” los cuales son personas que a lo largo del tiempo han participado continuamente en las actividades y que se hicieron amigos del personal, tanto que en algún momento se les solicitaron datos para seguir haciéndolos parte de las actividades. Estos datos sí estaban guardados dentro de mails, pero el grupo no crecía mucho y la participación de estos no era tan importante en los actividades.
- Investigar sobre cada tema en los que tenía que realizar algún diseño, nutrirme con información, referencias, generar bocetos y presentar un par de propuestas al equipo y Coordinación de la casa.

Actividades Realizadas:

- Facebook “Casa de la Primera Imprenta de América”

Al encontrar el problema de comunicación/promoción y la falta de información, conocimiento y/o recursos por parte de las personas en cargadas de este Centro, propuse como respuesta a este problema de comunicación interior (comunidad universitaria UAM) y exterior (público en general) crear una página de Facebook, la cuál serviría para subir información acerca de la Casa en cuanto a los antecedentes históricos, entre otras cosas: fotografías de las instalaciones, las cuales cuentan con un gran atractivo ya que es un recinto que conserva arquitectura colonial y resulta un oasis en medio del ruido cotidiano del centro de la ciudad, promoción de los talleres que ahí se impartían, las exposiciones temporales que alojaba, inauguraciones, performances, lecturas en voz alta, coloquios, diplomados, cursos, conmemoraciones y celebraciones de fechas importantes relacionadas con el que hacer de la Casa, tales como el día del libro (nacional e internacional), día del tipógrafo, aniversarios de personajes históricos relacionados con la creación de literatura, entre otras cosas.

Además de esta herramienta podríamos tener respuesta rápida debido a que podíamos vincularla con las páginas de Facebook de otros centros de estudios, unidades, galerías y divisiones de la Universidad Autónoma Metropolitana, los cuales ya contaban con cierto número de seguidores, mismos que buscábamos fueran los primeros interesados en conocer La Casa. Relacionando el Facebook de esta forma la información llegaría más fácil y rápidamente a nuestro público principal: la comunidad universitaria y como público secundario: las personas interesadas en las actividades y eventos que se llevan a cabo en este Centro de Educación.

Al ser aceptada esta propuesta por la coordinación de La Casa, junto con la Coordinadora comenzamos a llenar el formato para la creación de una página de fans con la información necesaria y pertinente de cada rubro que el formato de Facebook solicita para este tipo de página, la cual está creada específicamente para la comunicación de un espacio / edificio / recinto / museo / centro de educación. Las primeras fotos que fueron subidas en Facebook fueron de las instalaciones de la casa, de día y noche, interiores y exterior, esto con el fin de que las personas que entraran a la página tuvieran una aproximación a la arquitectura de esta y se interesaran en ir a conocer la casa personalmente.

Para ayudar a la difusión de la página la publicación de estas fotos fue compartida en las páginas de Facebook existentes de otras unidades, galerías y centros de educación pertenecientes a la Universidad Autónoma Metropolitana, así como en las de otras instituciones y centros culturales que se encuentran en los alrededores de La Casa y que pertenecen a la oferta cultural que el centro histórico brinda a sus visitantes.

Las administraciones de la página de Facebook de la “Casa de la Primera Imprenta de América” consistió en las siguientes acciones:

- Subir información sobre talleres y eventos, creando eventos (con la herramienta que Facebook brinda) con fechas, horarios e información descriptiva de cada uno de estos e invitando a todos los seguidores y a “Los amigos de la Casa”.
- Tomar y publicar fotografías de eventos realizados en la casa, así como fotografías que los amigos y colaboradores de La Casa, tomaban o tenían desde tiempo atrás.
- Publicar ligas a páginas relacionadas con temas similares al quehacer de La Casa para dar contexto y que los visitantes generaran una relación de esta información con lo que podrían ver en la casa.
- Responder a los seguidores que a través de este medio solicitaban información sobre actividades a realizarse en la Casa, así como información de la misma en cuanto a la construcción, historia y localización.

Ver Anexo 1.

Eventos y Conmemoraciones:

• Día del tipógrafo

Este es un evento que se realiza año con año en este recinto por parte de la “Unión de Obreros de Artes Gráficas Comerciales” con una ceremonia en la parte exterior del edificio, que consiste en un recorrido con las banderas de estos sindicatos, así como una marcha de la escolta con la bandera y el himno nacional, posteriormente algunas personalidades del ramo dirigen algunas palabras y se invita a los asistentes a pasar al patio de La Casa a comer algunos bocadillos como parte de la celebración.

En esta ocasión también se celebró este día con la presentación oficial de la tipografía “Espinosa Nova” por su creador Cristóbal Henestrosa y una mesa de diseñadores y tipógrafos importantes y reconocidos en el medio.

Mi participación en esta celebración, fue apoyar a la coordinación con la logística del evento, así como la toma de fotografías destinadas a ser subidas al Facebook, esto con la finalidad de dar a conocer la fecha en la que se conmemora este oficio y el evento que realiza la Universidad Autónoma Metropolitana a través de la Casa de la Primera Imprenta a la comunidad universitaria y personas relacionadas con el diseño gráfico y tipográfico, así como a personas relacionadas con el oficio de las artes gráficas.

Para la difusión de este evento, generé un evento en Facebook para que los fans de la página superaran que se llevaría a cabo un evento relacionado con la celebración del Día del tipógrafo, invité a los seguidores y compartí este evento en páginas de Facebook de la UAM, de esta forma la gente usuaria de estas páginas pudo enterarse que este lugar existía y que además habría un evento en ella.

Ver Anexo 2.

- Taller de Literatura y Creación Literaria (primero del año)

Este taller es uno de los principales para La Casa, ya que se ha hecho una tradición y la difusión de este es de boca en boca, pero generalmente no se alcanzaba el cupo límite, siempre quedaban lugares, por lo que se requería otro tipo de difusión que abarcara a un público más extenso pero sin hacerlo masivo, ya que el cupo es limitado y existe el requerimiento de cierto perfil para poder tomar el taller.

El reto era generar un material gráfico para poder promocionar este taller que se realizaba dos veces al año. El alcance que se requería era principalmente que llegara a rectoría y a las unidades de la UAM, el público al que se quería dirigir era al personal administrativo y académico, no tanto a los estudiantes.

A pesar de que veíamos lo funcional que era crear eventos y promocionar en Facebook por la cantidad de participantes que se registraban y llegaban a las actividades, el público para este taller tenía otras características que difícilmente podían encontrarse a través de redes sociales, por lo que teniendo en cuenta estas características, mi decisión fue utilizar un medio tradicional y realizar un cartel, mismo que sería colocado en sitios estratégicos de rectoría y las unidades.

Para poder generar este cartel, lo primero que requerí fue investigar acerca de qué tipo de taller era y cómo se llevaba a cabo, esto para poder llegar a la conceptualización del mismo y realización de bocetos para así posteriormente llegar al diseño de un cartel para promover el “Taller de Literatura y Creación literaria”, después de realizar algunas propuestas y platicarlas con la Coordinadora de este centro, llegamos al cartel final.

Preparé el archivo de este cartel para su impresión y se lo envié a un proveedor de impresión que apoyaba a La Casa, coordine con él la recepción y vo.bo. de prueba de color de los archivos y la entrega final de estos para ser enviados a los espacios considerados y solicitados por la Coordinación.

Estos carteles fueron repartidos y colocados en las paredes de todas las unidades de la UAM, así como en rectoría, para informar a la comunidad universitaria acerca del taller. También fueron colocados en recintos cercanos a La Casa, para promover las actividades culturales de la zona y refrescar la imagen que se tenía sobre la Casa.

Ver Anexo 3.

Dado que este taller ya contaba con un grupo de personas interesadas en formar parte de él, este cartel fue diseñado como una prueba para ver que tanto impacto tenía en la comunidad universitaria y poder ver cuántas personas se interesaban en este tipo de actividades a través de este medio de difusión impreso.

Se realizó un monitoreo en algunos de los espacios donde teníamos conocimiento que se iban a colocar los carteles para observar la duración de estos y nos percatamos que los carteles permanecían muy poco tiempo dado que el personal de limpieza los quitaba y tiraba a la basura sin ni siquiera percatarse de que aún era vigente o que era comunicación de parte de la misma UAM.

Aún contando con difusión escasa y solamente en espacios muy segmentados y definidos, el número de personas que se inscribieron fue mayor al de años anteriores, así que nos dimos cuenta que el generar este tipo de difusión traía resultados. De cualquier forma nos dimos cuenta que tenía que pensar y probar algún otro medio de difusión para contrarrestar el que los carteles estuvieran tan poco tiempo a la vista del público y que se convirtieran en basura tan pronto, lo cual también generaba un problema de gasto y daño al medio ambiente.

- Taller de Literatura y Creación Literaria (segundo del año), Taller de Poesía y Taller de Redacción.

La Coordinadora de la Casa junto con el equipo de trabajo decidieron crear más espacios para que se impartieran talleres similares al de creación literaria ya que por la difusión generada por los carteles y la de boca en boca comenzaron a recibir muchas solicitudes de información para el taller de literatura próximo.

Para poder crear más talleres se trabajó de la mano con profesionales en cada campo y se crearon dos talleres más que se impartirían al mismo tiempo que el taller de creación literaria, estos fueron: taller de poesía y taller de redacción.

Teniendo los tres talleres asegurados por parte de los profesionales que los impartirían, teníamos que generar mucha más difusión para estos, de forma que pudiéramos llegar el cupo límite, por lo que la difusión tendría que ser mucho más efectiva que el taller anterior. Teníamos a nuestro favor que los talleres ya no estaban enfocados únicamente a la comunidad UAM, sino era abiertos al público en general.

Tomando en cuenta lo que observamos con respecto a los carteles del curso anterior, la solución a la que llegamos fue agregar otro medio de difusión además del cartel y este medio de apoyo fue un flyer, de esta forma los interesados se podían llevar la información que necesitaran y tener los teléfonos, fechas, dirección, etc. Presentes. Además el personal de limpieza podía quitar los carteles, pero respetaban los flyers y estos permanecían en los espacios en los que se dejaron hasta que uno por uno se terminaban.

Generé el diseño de Flyer y Cartel para promover estos tres talleres tomando en cuenta que no había mucho presupuesto para estos y que tenían que poder imprimirse en hojas carta por ambos lados para poder producir más y con bajo costo incluso dentro de las impresoras de la Casa. Los carteles fueron tamaño carta y los flyers media carta vertical.

Estos carteles y flyers fueron colocados en sitios cercanos, para que la gente pudiera llevarse la información que requería.

En esta ocasión no pudimos medir muy claramente el alcance pero sí se llenaron los tres talleres en un lapso corto de tiempo.

Ver Anexo 4.

- Día de muertos: “Ofrenda a Gabriel Vargas” (familia Burrón)

El día de muertos es una de las conmemoraciones más reconocidas e importantes para La Casa, por lo que cada año con un par de meses de anticipación se comienza con toda la preparación y logística para este gran evento, pero el tema o la persona que será ofrendada se define desde aproximadamente medio año antes entre el personal de la Coordinación y algunos otros funcionarios de la UAM.

Para este evento trabajamos en conjunto una diseñadora gráfica que tenía algo como una especialidad en las historietas de Gabriel Vargas, un comunicólogo y una diseñadora industrial, para poder llevar a cabo toda la ofrenda, desde la logística, organización, creación de gráficos normales y de gran formato, creación de elementos como esculturas, visuales, etc.

En particular las actividades que realicé yo sola fueron las siguientes:

1. Diseño de cartel promocional.

El cual contenía información acerca de los horarios y programa del día de la Inauguración, así como la duración de la ofrenda y exposición.

La idea principal era reflejar a la familia Burrón, la historieta más reconocida a nivel nacional realizada por Gabriel Vargas. La cuál retrata las aventuras de una familia mexicana de clase baja generando una crítica humorística de la sociedad.

Tras un trabajo de búsqueda y recopilación de imágenes e información acerca de Los Burrón, se decidió que la imagen que representaría la ofrenda sería un fragmento de la historieta cuando la familia va al panteón a visitar a “sus muertitos”.

La imagen fue escaneada y retocada minuciosamente para que el gráfico tuviera las características necesarias y poder contar con una impresión óptima y con la calidad que el evento requería. Los espacios donde se encontraba el texto real de la historieta fueron retocados para poder colocar ahí mismo la información del evento y que pareciera realmente una página de la historieta.

2. Invitación digital e impresa.

Para darle identidad y congruencia al evento la imagen que se utilizó para toda la promoción fue la de la familia visitando el panteón.

Para la invitación impresa se adaptó la imagen del cartel a tamaño postal y en el reverso se colocó toda la información con respecto a la inauguración.

Por la importancia del evento se requería invitar a muchas personalidades, por lo que después de diseñar las invitaciones tuve que ir a que las autorizaran en difusión cultural y una vez con el Vo.Bo. me puse en contacto con el impresor de la casa para mandar a imprimir empacar y entregar a los invitados más importantes aproximadamente 200pz.

La invitación digital fue la adaptación del cartel a un tamaño y peso óptimo para ser enviado vía mail y que no se desviara a correo no deseado o spam y esta además de ser subida al evento de Facebook y publicada en el perfil y compartida en todas las páginas de la UAM y centros culturales vecinos, se envió como mailing a los amigos de la casa.

3. Ofrenda Gabriel Vargas.

Además de la ofrenda tradicional se acordó que toda la casa debía estar ambientada como una vecindad de la época de Los Burrón, para brindar a los visitantes una experiencia completa y sumergir en este ambiente de crítica humorística a los visitantes que no conocían la obra Gabriel Vargas.

Los elementos que se generaron para este fin fueron:

- Lonas de gran formato con escenas de personajes a tamaño real que se asomaban por las ventanas de la librería, salas que dan al patio y al exterior.

Para poder realizar estos gráficos se tuvieron que escanear con una resolución muy grande las partes de historietas que se requerían reproducir, recorté y retoqué las imágenes para solo conservar los personajes que nos interesaban, generé fondos similares gráficamente a la historieta y retoqué las imágenes a escala con una calidad adecuada para que el impresor las pudiera crecer y no perdieran calidad. De estas imágenes realicé 5 y también coordine el envío de archivos y entrega de materiales para el evento.

- Cutout standees. De igual forma que con las lonas, los personajes fueron escaneados, recortados y retocados para poder ser enviados a impresión, en esta ocasión tuve que buscar proveedores de este tipo de materiales ya que los proveedores con los que contaba la casa no realizaban estos. El fin de estos dos standees era que estuvieran: uno en la puerta de la Casa con un letrero que invitaba a la gente a pasar y otro en el balcón del primer piso de la casa como si estuviera viendo todo lo que pasa abajo, como comúnmente se identifica a la gente de las vecindades.

- Personajes miniatura. De igual forma que los materiales anteriores, estos personajes tuvieron que escanearse de las historietas, darles retoque y generar las formas en las que tendrían que imprimirse y producirse para “quedar parados”, estos personajes se incluyeron dentro de la ofrenda, como pequeños personajes que se asomaban a los platillos, comían, bebían y bailaban dentro de la ofrenda a su creador. Aproximadamente fueron 40 personajes distintos.

- Diseño de identificadores para Staff. Dado que el tiempo de exposición de la ofrenda fue de 6 días, tanto el personal de la Casa como los que hacíamos el servicio social y colaboradores externos debíamos tunarnos para estar en la ofrenda e identificarnos, por lo que propuse diseñar playeras y gafetes con la imagen de la ofrenda y cree una adaptación entre uno de los personajes principales y la imagen clásica de una catrina.

- Adaptación de obras de exposición. Además de la ofrenda y todos los gráficos para la ambientación, un grupo de caricaturistas realizaron obras en homenaje a Gabriel Vargas, las cuales fueron expuestas en el pasillo de entrada a La Casa y en algunas paredes. Dado que desde inicio no se contempló un formato único para la obras, todos los artistas enviaron sus obras en tamaños distintos y tuve que adaptarlas a dos formatos estándar para poder reducir costos en impresiones y optimizar los espacios que se tenían destinados para estas.

- Calaveras Burrón. La diseñadora industrial propuso realizar calaveras de papel maché y a todas ponerles narices como los personajes Burrón, por lo que yo apoyé en la creación de éstas y en el diseño e impresión de sus expresiones.

Ver Anexo 5.

• Día Internacional del Libro.

Diseñé de la invitación digital, adecuado para poder enviarse vía e-mail y para ser compartida por redes sociales en particular el Facebook de La Casa.

Realicé el diseño de una pulsera-separador, promocional que regalamos a los asistentes al evento, como recuerdo de la conmemoración.

Así mismo, afuera de La Casa estaba un cuenta cuentos que leía fragmentos de obras, poemas, novelas, etc. E invitaba a la gente que pasaba por la calle a entrar al evento que se estaba llevando a cabo en el patio de La Casa.

También diseñé un letrero en forma de cuadro de diálogo, para este personaje que informaba sobre el evento, el letrero se dirigía a su cabeza para ejemplificar que también estaba hablando e invitando a la gente a leer.

Ver Anexo 6.

• Día Nacional del Libro (cumpleaños de Sor Juana y Rubén Bonifaz)

En esta conmemoración se invitó a personalidades a que leyeran poemas de Sor Juana y Rubén Bonifaz, yo me encargué de ambientar la mesa donde los invitados se sentarían a leernos a todo el público, con telas y elementos de acuerdo a la época. Así mismo realicé el diseño y simulación del escritorio de Sor Juana que se colocó en una esquina de la Casa. Esta ambientación se pensó de esta forma ya que sor Juana se estaba paseando por la casa y en algunos momentos aparecía sentada en su escritorio escribiendo, observando a la gente platicar o escuchando como leían sus poemas.

Ver Anexo7.

Objetivos y metas alcanzados:

El objetivo general fue alcanzado gracias a la difusión a través de Facebook, la comunidad universitaria participaba y asistía a más eventos, así como la página iba teniendo más seguidores.

Respecto a los objetivos específicos, logramos identificar qué medios de difusión eran los que daban mejor resultado dependiendo del tipo de actividad que se comunicaba.

Al estar profesionistas de diversas carreras involucrados en los eventos y la comunicación, logramos aterrizar y conceptualizar de una forma funcional los proyectos, así como la logística, división de tareas y trabajo en equipo para lograr el resultado deseado.

Resultados y Conclusiones:

Los resultados no fueron medibles con número o datos duros, porque desde inicio esto no se contempló así, pero sí fue muy evidente que el poner atención a la comunicación y difusión es importantísimo para que un recinto como este funcione y se esté nutriendo constantemente.

Al día de hoy, ese Facebook que yo sugerí y cree sigue vigente y lo siguen alimentando con los eventos, talleres, exposiciones y comunicando a sus seguidores todo lo que pasa en La Casa de la Primera Imprenta de América.

Creo que el haber creado esta red social hizo que La Casa diera un gran salto a una de las forma de comunicación más vigentes y la puso en la mira de la comunidad universitaria, sobre todo se hizo presente como un recinto de conocimiento, educación y divulgación de los estudiantes.

Recomendaciones:

Creo que un proyecto importante y de gran valor para la casa sería generar lineamientos de marca, no se modifique el logo y tenga una línea gráfica bien definida para todos los medios de comunicación, ya que a mi parecer la imagen es cambiada dependiendo de quién esté a cargo en ese momento de realizar los materiales de difusión. Así mismo me parecería importante crear manuales de manejo de redes en cuanto a tono y forma de hablar a los seguidores, línea a seguir en las publicaciones y tener mucho orden en cuanto a imágenes de eventos y publicaciones en general.