

Arq. Francisco Haroldo Alfaro Salazar

Director de la División

Ciencias y Artes para el Diseño

UAM Xochimilco

Informe de término de Servicio Social

Fondo de Cultura Económica

Departamento de Redes Sociales y Relaciones Públicas

Periodo: 29 de mayo del 2025 al 1 de diciembre de 2025

Proyecto: Apoyo en Administración, edición y diseño de forros de libros

Clave: XCAD000115

Responsable de servicio: Lic. Edith Marino Rodríguez

Jefe inmediato: Eduardo Limón Barranco

Asesor: Yacotzin Alva Vargas

Firma del asesor interno (UAM)

Nombre completo: Perla Yukari Leyva Castañeda

Matrícula: 2212037700

Licenciatura: Diseño de la comunicación gráfica

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Tel: 5547909830

Cel.: 5547909830

Correo electrónico: perlayk05@gmail.com

Introducción

El presente informe tiene como finalidad describir, analizar y reflexionar sobre las actividades realizadas durante mi servicio social en el Fondo de Cultura Económica (FCE), dentro del departamento de Redes Sociales y Relaciones Públicas. Este periodo representó una etapa de formación profesional, ya que permitió aplicar de manera práctica parte de los conocimientos adquiridos a lo largo de la licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, con enfoque final en diseño editorial, en un contexto real de difusión cultural y comunicación institucional.

El Fondo de Cultura Económica es una institución de gran relevancia a nivel nacional e internacional, dedicada a la promoción de la lectura, la cultura y el conocimiento. A través de sus distintas plataformas y proyectos, busca acercar los libros y la cultura a públicos diversos, especialmente a juventudes, fomentando el pensamiento crítico y el acceso equitativo a contenidos culturales. En este contexto, el área de redes sociales cumple un papel estratégico, ya que funciona como un puente directo entre la institución y sus lectores.

Durante el servicio social, mi participación se centró en el apoyo general a las actividades de comunicación digital, difusión cultural y manejo de redes sociales, contribuyendo tanto en la creación como en la revisión de contenidos gráficos y audiovisuales. Este proceso permitió fortalecer habilidades profesionales, comprender la dinámica laboral dentro de una institución cultural y reafirmar la importancia del diseño como herramienta de comunicación social.

Objetivo general

Apoyar las actividades de difusión cultural del Fondo de Cultura Económica mediante la organización, creación, revisión y publicación de contenidos en redes sociales, contribuyendo a mantener activas las plataformas digitales de la editorial y fortaleciendo la visibilidad de sus eventos, programas y colecciones, bajo su objetivo de construir una #RepúblicaLectora.

Asimismo, aplicar los conocimientos adquiridos en diseño de la comunicación gráfica y diseño editorial para mejorar la legibilidad, claridad visual y alcance de los contenidos publicados, tanto gráficos como audiovisuales.

Actividades realizadas

Durante el periodo de servicio social se llevaron a cabo diversas actividades relacionadas con la comunicación digital, el diseño gráfico y la difusión cultural, entre las que destacan las siguientes:

- Apoyo en la realización de material publicitario para el Fondo de Cultura Económica, enfocado en la promoción de eventos, colecciones editoriales y programas culturales.
- Diseño y propuesta de elementos estratégicos de difusión para fomentar la promoción lectora en redes sociales.
- Creación de videos para redes sociales con fines de difusión cultural y promoción de eventos.
- Manejo de redes sociales institucionales como Instagram, Facebook, TikTok y durante un periodo, X, incluyendo la publicación de contenidos en formato de post, historias, reels y videos cortos.
- Organización y programación de contenido para mantener las redes sociales activas y con una comunicación constante con los seguidores.
- Elaboración de informes trimestrales de redes sociales, analizando métricas como visualizaciones, alcance, interacciones, número de publicaciones y desempeño de contenidos, con el objetivo de identificar qué tipo de publicaciones generaban mayor impacto y calcular el engagement general.
- Revisión y mejora de publicaciones antes de su difusión, aportando observaciones desde el diseño gráfico para optimizar la legibilidad, el contraste, el uso tipográfico y la composición visual.
- Apoyo durante el mes de agosto en la Venta Nocturna, participando en la toma de fotografías, creación de contenido en tiempo real, interacción con seguidores y respuesta a comentarios.
- Creación de videos cortos para TikTok relacionados con el programa en vivo “Leer a una hora inesperada”, adaptando el contenido a formatos dinámicos y atractivos para redes sociales.
- Creación de contenido basado en dossiers de presentaciones para la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, así como apoyo en la edición de videos para la difusión de dichas presentaciones.
- Apoyo en la creación de material para redes sociales de la colección #25ParaEl25, enfocada en incentivar la lectura entre juventudes, creando videos para las redes y publicaciones individuales sobre cada número de la colección.

- Participación activa en la propuesta de mejoras para carteles, flyers y contenido digital, con el objetivo de incrementar su visibilidad y alcance.
- Elaboración de un calendario de contenidos y actividades para la Venta Nocturna, con propuestas estratégicas para aumentar el impacto en redes sociales y las visitas en las librerías.

Además de la revisión visual de los materiales, se participó activamente en el cuidado y redacción de copys para redes sociales, verificando la información relacionada con los libros, autores, eventos y actividades culturales antes de su publicación. Este proceso implicó revisar datos editoriales, sinopsis y enfoques de comunicación, con el objetivo de asegurar que la información compartida fuera clara, correcta y coherente con la identidad institucional del Fondo de Cultura Económica. El trabajo permitió comprender la importancia del lenguaje escrito como complemento del diseño gráfico dentro de la comunicación digital.

Se participó en juntas de trabajo con el equipo del área de comunicación, lo que permitió conocer de manera directa el proceso interno de planeación, organización y difusión de contenidos editoriales y culturales. Estas reuniones funcionaron como un espacio de observación y aprendizaje sobre la dinámica laboral, la toma de decisiones y la coordinación entre las distintas áreas involucradas en la comunicación institucional. Durante este proceso también se tuvo la oportunidad de proponer ideas para mejorar la difusión de libros, colecciones y eventos, fortaleciendo una visión integral del trabajo dentro de una editorial.

Metas alcanzadas

A lo largo del servicio social se lograron diversas metas tanto a nivel institucional como formativo. Entre las principales se encuentran:

- Contribuir al incremento del alcance e interacción en redes sociales mediante la creación de contenidos dinámicos y visualmente claros.
- Fortalecer la presencia digital del Fondo de Cultura Económica durante eventos importantes como la Venta Nocturna, la FIL Guadalajara y la colección 25 para el 25.
- Aplicar criterios de diseño editorial y gráfico para mejorar la legibilidad y claridad visual de flyers y publicaciones digitales.
- Lograr que las propuestas de diseño y observaciones realizadas fueran consideradas antes de la publicación del contenido.

- Fortalecer habilidades en la edición de video, animación básica y creación de contenido audiovisual, lo que derivó en la asignación de más tareas de este tipo debido al aumento en métricas de visualización.
- Desarrollar una visión estratégica del uso de redes sociales como herramienta de difusión cultural, reconociendo que actualmente estas plataformas representan un canal fundamental para la promoción cultural. Se aprovechó el amplio número de seguidores con los que cuenta la editorial para incrementar la visibilidad de eventos, programas y colecciones, poniendo especial atención en el cuidado del contenido publicado y utilizando las redes sociales de manera consciente y estratégica para fortalecer la difusión de actividades culturales y el fomento de la lectura.

De manera formativa, una de las metas más relevantes fue el fortalecimiento de una visión crítica sobre el papel del diseño dentro de la comunicación institucional. A lo largo del servicio social se comprendió que cada decisión gráfica, audiovisual o textual tiene un impacto directo en la forma en que el público percibe a la editorial y sus contenidos. Este aprendizaje permitió asumir una mayor responsabilidad en el desarrollo de materiales, entendiendo el diseño como una herramienta estratégica para la difusión cultural y no únicamente como un recurso estético.

Resultados y conclusiones

Los resultados obtenidos durante el servicio social fueron positivos tanto para la institución como para mi formación profesional. Se observó un aumento en el alcance de publicaciones y en la interacción con los seguidores, especialmente en contenidos audiovisuales que incorporaban edición dinámica, animaciones y una estructura visual clara en publicaciones.

El servicio social me permitió comprobar que el diseño de la comunicación gráfica no solo cumple una función estética, sino que es una herramienta fundamental para transmitir mensajes de manera efectiva, accesible y atractiva. La experiencia en el Fondo de Cultura Económica reafirmó la importancia del diseño editorial y digital en proyectos culturales, donde la claridad, la legibilidad y la coherencia visual influyen directamente en el impacto del mensaje.

Asimismo, esta etapa fortaleció habilidades profesionales como el trabajo en equipo, la organización de contenidos, el análisis de métricas y la adaptación del diseño a distintos formatos y plataformas, aspectos indispensables en el campo laboral actual.

Durante este periodo en el FCE, fue posible comprender con mayor profundidad el papel que actualmente desempeñan las redes sociales dentro de las instituciones culturales. Más allá de ser un medio de difusión inmediata, estas plataformas

funcionan como un espacio de encuentro entre la editorial y sus lectores, permitiendo generar diálogo y cercanía, lo que favoreció a desarrollar una visión crítica y estratégica sobre el uso de las redes sociales como herramientas fundamentales para la difusión cultural y la promoción de la lectura.

Se reconoció la responsabilidad que implica comunicar desde una institución con un alto número de seguidores y una sólida trayectoria cultural. Cada publicación, imagen o video tiene un impacto directo en la percepción del público, por lo que fue necesario cuidar aspectos como la claridad del mensaje, la legibilidad tipográfica, la coherencia visual, el texto con el que se comparte y la calidad del contenido.

La participación en eventos presenciales, especialmente durante la Venta Nocturna en la Librería Rosario Castellanos, permitió observar de manera directa la relación entre la comunicación digital y la asistencia a espacios culturales físicos. Al tratarse de una de las librerías más representativas del Fondo de Cultura Económica, fue fundamental documentar el evento considerando tanto la experiencia del público como los momentos clave para la generación de contenido. Esta vivencia permitió comprender cómo las redes sociales funcionan como una extensión de la librería, reforzando la visibilidad de los eventos y fortaleciendo el vínculo entre la editorial y sus lectores.

El servicio social también permitió fortalecer la capacidad de análisis y adaptación del diseño a distintos formatos digitales. A través de la revisión de métricas y estadísticas, fue posible identificar qué tipos de contenidos generaban mayor alcance e interacción, lo que facilitó la toma de decisiones para mejorar futuras publicaciones.

Finalmente, este tiempo contribuyó significativamente al crecimiento profesional y personal, ya que permitió aplicar conocimientos adquiridos durante la carrera en un entorno real, comprender dinámicas laborales dentro de una institución cultural y reafirmar el interés por el diseño editorial y la comunicación cultural.

Recomendaciones

Las siguientes recomendaciones se derivan de la experiencia adquirida durante el servicio social y del análisis del funcionamiento de las redes sociales dentro de una institución cultural. Estas observaciones buscan contribuir tanto a la mejora continua del área de comunicación como a orientar a futuros prestadores de servicio social en el desarrollo de sus actividades, fortaleciendo la calidad de los contenidos y su impacto en la difusión cultural.

- Continuar priorizando la legibilidad tipográfica y el contraste visual en todos los materiales gráficos.

- Mantener una estrategia constante de análisis de métricas para evaluar el desempeño de los contenidos.
- Seguir apostando por formatos audiovisuales dinámicos, especialmente en plataformas como TikTok e Instagram.
- Fortalecer la planeación anticipada de calendarios de contenido para eventos especiales.
- Integrar de manera continua la visión del diseño editorial en proyectos digitales.

Y por último se sugiere fomentar la participación activa en la propuesta de ideas dentro del área de comunicación, ya que compartir puntos de vista sin temor contribuye a mejorar las estrategias de difusión y fortalece el trabajo colaborativo.

Anexo (parte de algunas publicaciones realizadas)

Anexo 1. Venta Nocturna (Calendario, publicación con fotos tomadas en el evento y algunas historias)



VENTA NOCTURNA FCE - AGOSTO						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
					1 Lanzamiento "Se viene la venta nocturna" Post e historia	2 Historias Video promocional
3	4 Librería Daniel Cosío Historia de la que habrá y otra sobre los invitados	5 • Video autor • Encuesta en historias ¿A que señal te gustara ir?	6 • Video Lolo Limón	7 Librería Octavio Paz Historia sobre las actividades e invitados	8 • Video autor • Historia sobre las presentaciones y firmas (encuesta ¿cuál no te quieres perder?)	9 Encuesta ¿Qué esperas de la #VentaNocturna?
10	11 Librería Alfonso Reyes Historia de la que habrá y otra sobre los invitados	12 • Video autor • Video Lolo Limón	13 Librería Rosario Castellanos Historia de la que habrá y otra sobre los invitados	14 • Video autor • Story con portadas de libros que se presentarán y habrá firmas	15 Encuesta ¿Qué esperas de la #VentaNocturna? promocionar autores/charlas/ firmas/fotos	16 Video promocional
17	18 Librería Juan José A Historia de la que habrá y otra sobre los invitados	19 • Video autor • Cuento regresivo 10 días	20 • Video Lolo Limón	21 • Historia ¿No nos hacía falta de libros? cuántos cuales son	22 Video o story con regimen de sus respuestas "Esto quieren comprar en #VentaNocturna"	23 Encuesta ¿Qué esperas de la #VentaNocturna? o en cuál librería vas a estar?
24	25	26 Historias ¿Estas listo para #VentaNocturna?	27 Historias Refresh del canal de cada una de las librerías	28 Historias Convenio la #VentaNocturna	29	30 Historias ¿Faltó el #VentaNocturna? ¿Qué fue lo que más disfrutaste?

Historias	
• Cuento regresivo • Encuestas ¿A que actividad te gustaria ir? • Cita de respuestas a "Este libro lo quiero comprar en la venta" • ¿Qué esperas de #VentaNocturna? / otra sobre respuestas para inferencia, espero promesas, conocer autores, charlas, firmas o todo • ¿Estos listo para #VentaNocturna? • ¿No nos hace falta de libros? • Video en viernes con sus respuestas sobre que libros quieren comprar • 30 de agosto ¿Puede o la #VentaNocturna? ¿Qué fue lo que más disfrutaste? Gracias por ser parte de #VentaNocturna	Librería Daniel Cosío Villegas 8am Cartel general 11am Presentación y firma "Un amor por encima de todo" (foto del libro) 12pm Taller de ilustración-efectuando a diferentes personajes 12:30pm Presentación y firma "Río Bravo" 1pm Presentación y firma "Lenguas dormidas" 1:30pm presentación y firma "Noche munda" Librería Rosario Castellanos 8am Cartel general 11am Presentación y firma Colaboramos de las horas 12pm Charla y firma / Colaboramos 12:30pm Cuentacuentos 1pm Encuentro y firma 1:30pm Charla sorpresa y música en vivo

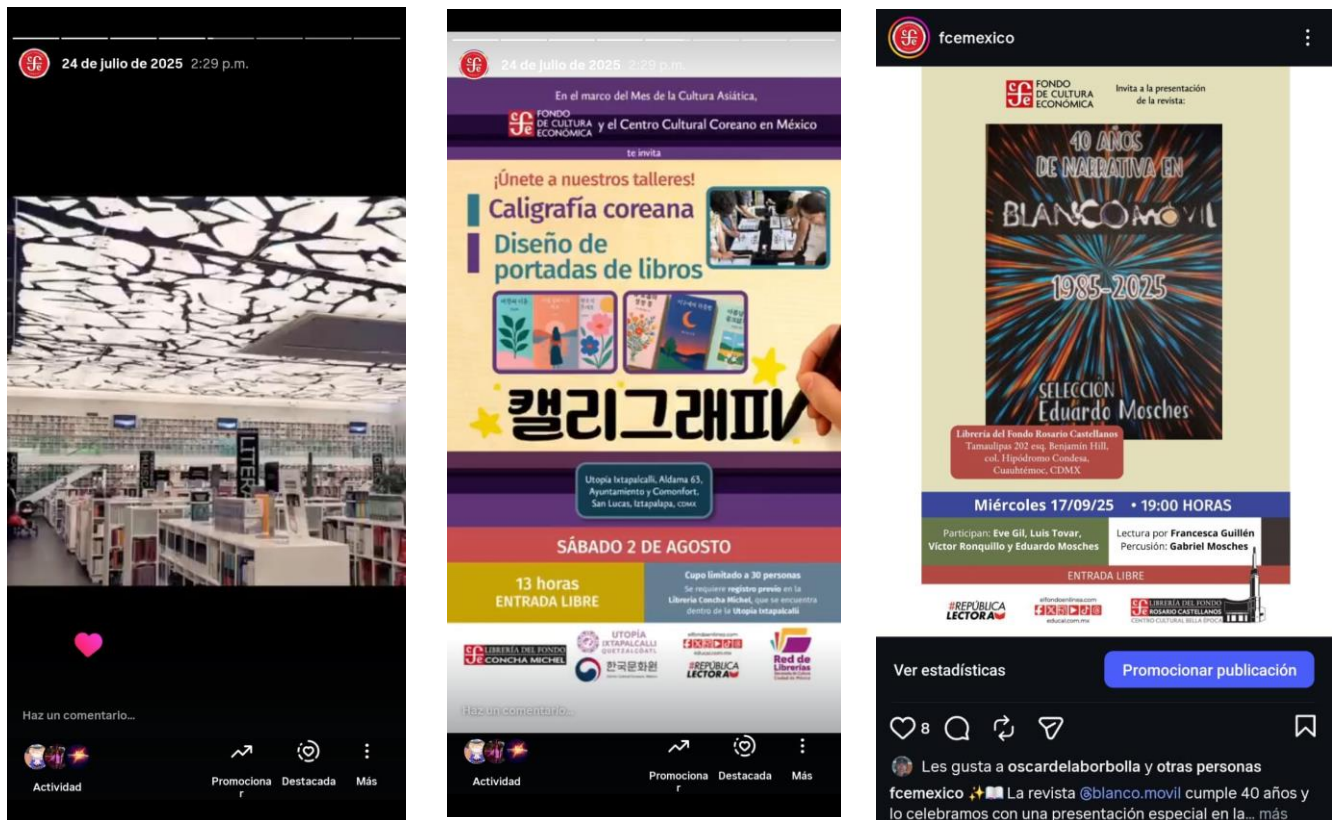




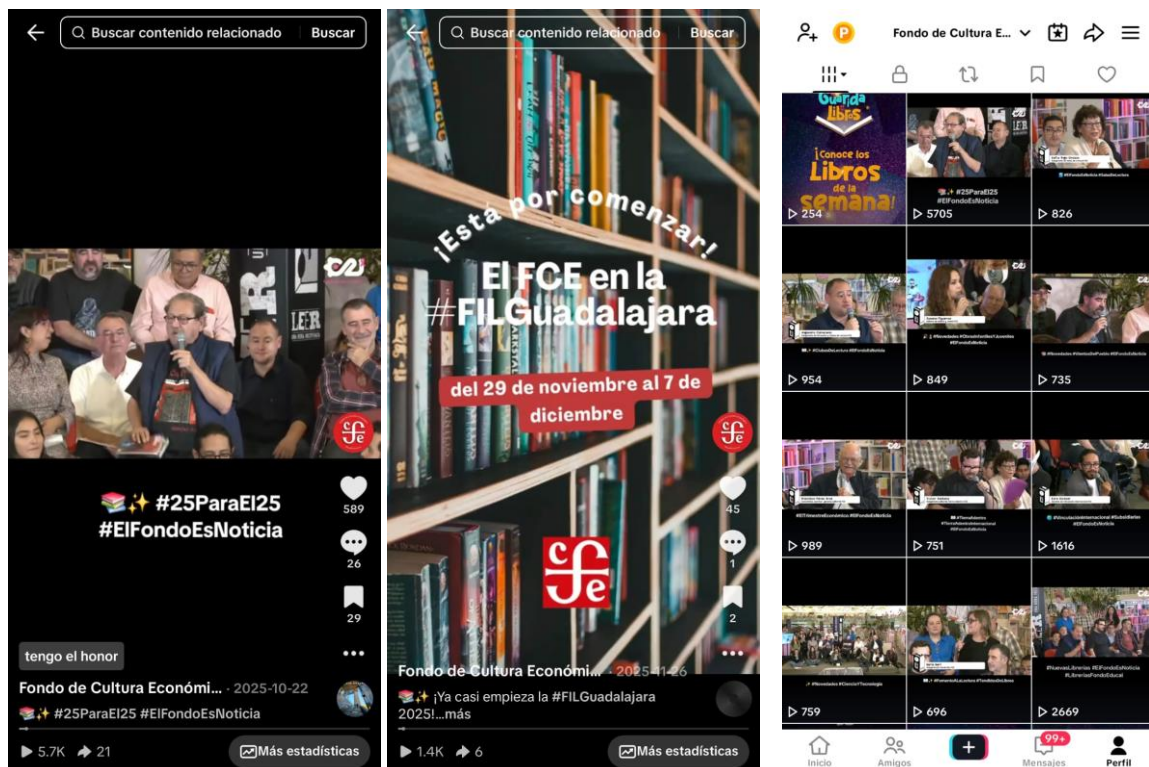
Anexo 2. Parte del contenido sobre FIL Guadalajara en IG

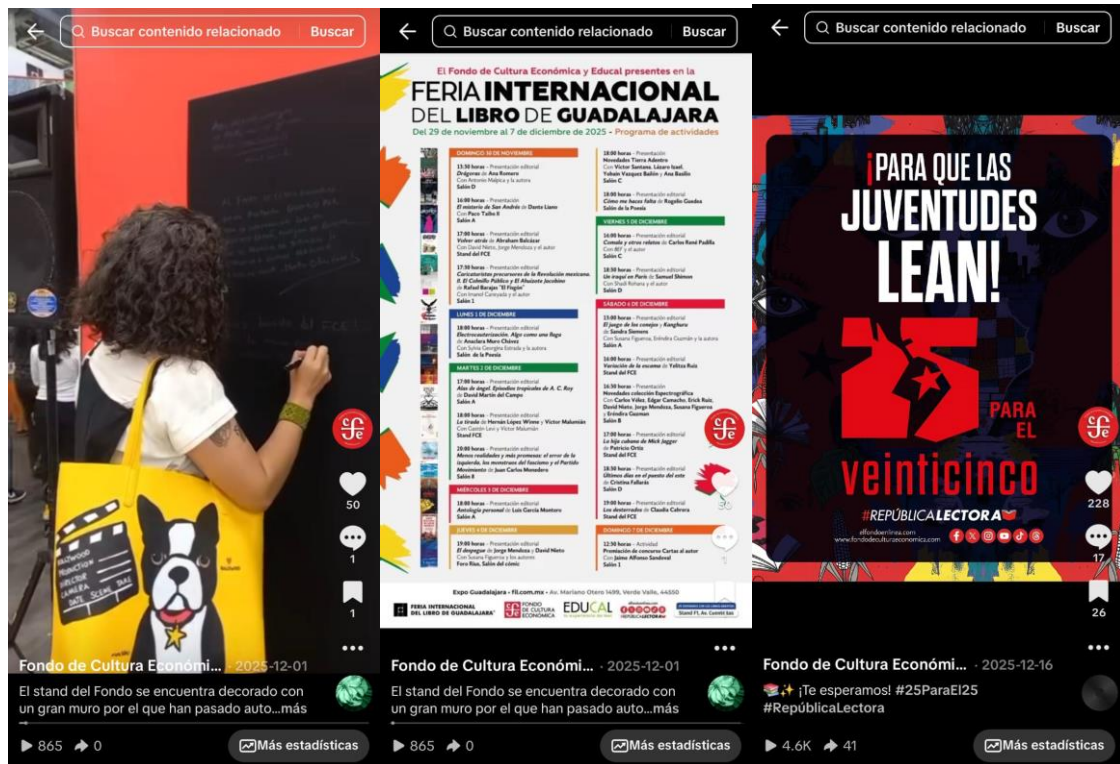


Anexo 3. Contenido para la colaboración con el Centro Cultural Coreano en México.

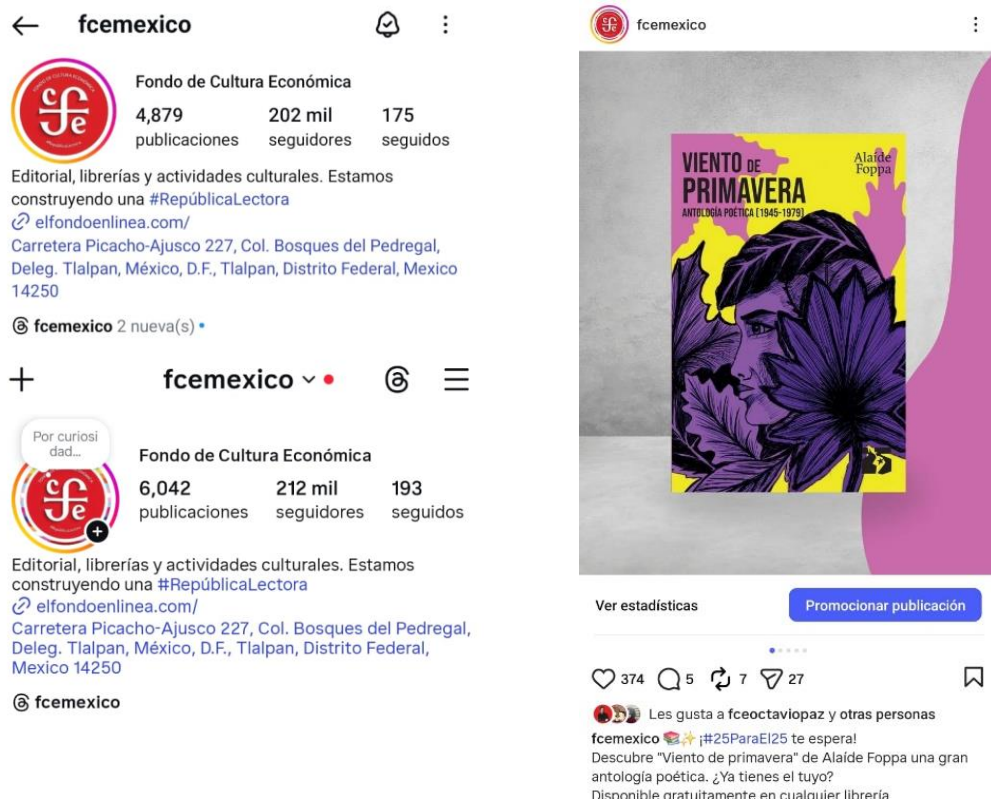


Anexo 4. Parte del contenido de TikTok





Anexo 5. Captura sobre IG sobre publicaciones y seguidores cuando entre y cuando termine.. (publicación de la colección 25 para el 25)



Anexo 6. Informe (muestra de 2 meses)



25 de septiembre de 2025

Informe de Facebook, Instagram y X. Fondo de Cultura Económica.
Periodo: Julio - Septiembre 2025
Leyva Castañeda Perla Yukari

Julio - Facebook			
Visualizaciones		513,9 mil	
Interacciones		8,8 mil	
Publicaciones			
Fotos	Historias	Reels	En directo
81	0	9	0

