



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS  
SUPERIORES ACATLÁN**

**Diseño de Carpeta de  
Eventos del Antiguo  
Colegio de San  
Ildefonso**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL  
TÍTULO DE**

**LICENCIADO EN DISEÑO  
GRÁFICO**

**PRESENTA:**

**SANDRA VIOLETA SOLIS  
MERCADO**

**Asesor: Albino Manuel Ramírez  
Méndez**

NAUCALPAN DE JUÁREZ

ENERO 2009



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mi madre Amalia Mercado Sánchez, por su amor,  
comprensión y paciencia; y por creer en mí hasta el final;  
te amo.

A mis abuelos, Papito Ángel y Mamita Maya  
por sus oraciones y en gratitud a esos cinco años; los amo.

A Miguel Ángel por lo mucho que me ama,  
a Valeria y Camila que son una completa satisfacción.

Doy mi más sinceros agradecimientos a mi asesor el profesor D.G. Albino Ramírez Méndez, ya que su dedicación y experiencia hicieron posible este trabajo, también a El Antiguo Colegio de San Ildefonso por las facilidades para obtener información y la atención prestada a todos mis cuestionamiento y requerimientos de este trabajo, así mismo a el D.G. Cesar Montero por ser un gran ejemplo como Diseñador Gráfico y las lecciones que me dio durante mi estancia en El Colegio como prestadora de servicio social, agradezco igualmente a los profesores C.G. José Alberto Palacios González y M en A.V. Ricardo Alberto Salas Zamudio por el tiempo dedicado a este trabajo; y a D.G. Alfonso Martín Ramírez Martínez y D.G. Hugo Ábrego García quienes dedicaron su tiempo a una verdadera lectura, revisión y análisis de este escrito por sus correcciones y sugerencias, así como por ser excelentes profesores en la impartición de sus materias mientras fui su alumna.

agradecimientos

Agradezco con el corazón y todo mi amor a mi madre Amalia Mercado Sánchez quien siempre ha creído en mi de forma incondicional, por su amor, su dedicación y su gran ejemplo, a mi hermana Arely Solís Mercado y su esposo José Reyna por sus ánimos y consejos, a mis abuelos mi Papito Ángel y mi Mamita Maya por esos cinco años básicos en mi vida, llenos de enseñanzas y experiencias.

Agradezco de forma infinita por su amor, su paciencia, sus cuidados, al amor de mi vida Miguel Ángel Soto Ábrego, por estar a mi lado en todo tiempo, a mis hijas Valeria Soto Solís y Camila Soto Solís quienes completaron de alegría mi vida con su presencia y la colmaron de dichas y satisfacciones.

Agradecimientos	6
Introducción	7

Capítulo 1

**El Diseño Editorial** 8

Exponer una definición de diseño  
 Exponer una definición de diseño gráfico.  
 Exponer una definición de diseño editorial.  
 Explicar los elementos que lo conforman y describir los principales soportes



<b>1.1 Definición de diseño</b>	9
<b>1.2 Definición de diseño gráfico</b>	9
<b>1.3 Definición de diseño editorial</b>	9
<b>1.4 Elementos del diseño editorial</b>	10
1.4.1 Formato	10
1.4.2 Retícula	10
1.4.3 Fuente	12
1.4.3.1 Puntajes	14
1.4.3.2 Color	15
1.4.4 Fotografías	16
1.4.4.1 Características	16
1.4.4.2 Ventajas	17
1.4.4.3 Desventajas	17
<b>1.5 Soportes del diseño editorial</b>	18
1.5.1 El libro	18
1.5.2 La revista	19
1.5.3 El periódico	22
1.5.4 Cartel	25
1.5.5 El folleto	26

Capítulo 2

**Definición de la Carpeta de Eventos Especiales** 29

Exponer una definición la Carpeta de Eventos Especiales

**2.1 Definición de la Carpeta de Eventos Especiales** 30

**2.2 Funciones de la Carpeta de Eventos Especiales** 30

**2.3 Contenido que conforma a la Carpeta de Eventos Especiales** 31

Capítulo 3

<b>Desarrollo de la metodología de Gui Bonsiepe</b>	39
Justificar el uso de la metodología de Gui Bonsiepe y explicar cada uno de los puntos que la integran.	
<b>3.1 Justificación del uso de la metodología de Gui Bonsiepe</b>	40
<b>3.2 Estructuración del Problema</b>	40
3.2.1 Detectar una necesidad	40
3.2.2 Evaluar la necesidad	40
3.2.3 Analizar el problema proyectual respecto a su justificación	40
3.2.4 Definir en términos generales el problema proyectual	41
3.2.5 Precisar el problema proyectual	41
3.2.6 Subdividir el problema en subproblemas	41
3.2.7 Jerarquizar subproblema	41
3.2.8 Analizar soluciones existentes	41
<b>3.3 Diseño</b>	41
3.3.1 Desarrollar alternativas o ideas básicas	41
3.3.2 Examinar alternativa	41
3.3.3 Seleccionar alternativa	41
3.3.4 Detallar alternativa seleccionada	41
3.3.5 Construir prototipo	42
3.3.6 Introducir eventuales modificaciones	42
3.3.7 Evaluar prototipo	42
3.3.8 Construir prototipo modificado	42
3.3.9 Evaluar prototipo modificado	42
3.3.10 Fabricación del dummy	42
<b>3.4 Realización</b>	42
3.4.1 Fabricar pre-serie	42
3.4.2 Elaborar estudio de costos	42
3.4.3 Analizar el diseño de acuerdo a las condiciones específicas del productor	43
3.4.4 Producción en serie	43
3.4.5 Evaluar el producto después de un tiempo determinado de uso	43
3.4.6 Introducir eventuales modificaciones	43
<i>Capítulo</i> <b>4</b>	
<b>El Antiguo Colegio de San Ildefonso</b>	44
Se comentará la historia de El Antiguo Colegio de San Ildefonso y se especificarán las funciones del área de Servicios al Público y Obtención de Fondos	
<b>4.1 Introducción a El Antiguo Colegio de San Ildefonso</b>	45
<b>4.2 El Mandato de El Antiguo Colegio de San Ildefonso</b>	46
4.2.1 Comité Técnico del Mandato	46
4.2.2 Secretario de Actas	46
4.2.3 Subcomité Financiero	46



4.2.4	Coordinación Ejecutiva	46
<b>4.3</b>	<b>Objetivos de El Antiguo Colegio de San Ildefonso</b>	47
4.3.1	Exposiciones que ha tenido El Antiguo Colegio de San Ildefonso	47
<b>4.4</b>	<b>Áreas de El Antiguo Colegio de San Ildefonso</b>	49
4.4.1	Museografía	49
4.4.2	Mantenimiento y Producción Museográfica	50
4.4.3	Exposiciones y Registro de Obra	50
4.4.4	Servicios Pedagógicos	50
4.4.5	Voluntariado	50
4.4.6	Servicios al Público y Obtención de Fondos	50
4.4.7	Comunicación	50
4.4.8	Administración	50
4.4.9	Patronato	50
<b>4.5</b>	<b>Área de Servicios al Público y Obtención de Fondos de El Antiguo Colegio de San Ildefonso</b>	51
4.5.1	Servicios al Público	51
4.5.2	Obtención de Fondos	52
	<i>Capítulo</i>	<b>5</b>
	<b>Proceso de diseño de la Carpeta de Eventos del Antiguo Colegio de San Ildefonso</b>	54
	Realizar el proceso de diseño de la Carpeta de Eventos del Antiguo Colegio de San Ildefonso	
<b>5.1</b>	<b>Aplicación de la metodología de Gui Bonsiepe al proyecto</b>	55
5.1.1	Estructuración del problema	55
5.1.2	Diseño	57
	<b>Conclusiones</b>	69
	<b>Bibliografía</b>	70

El Antiguo Colegio de San Ildefonso (ACSI, por sus siglas) es una institución que funciona gracias al presupuesto anual otorgado a través de un *Mandato*, - el cual es la unión de tres instituciones que se encargan de auspiciar el proyecto cultural del Colegio- y son la *Universidad Nacional Autónoma de México*, el *Consejo Nacional para la Cultura y las Artes* y el *Gobierno del Distrito Federal*. Sin embargo, este presupuesto es insuficiente para El Colegio, ya que conforme ha ido creciendo, también han crecido sus necesidades, de tal forma que para satisfacerlas el área de *Servicios al Público y Obtención de Fondos* ha creado un proyecto de renta de espacios para eventos de tipo empresarial, apegado a los reglamentos universitarios. Para darle difusión a éste, se ha hecho una compilación escrita que contiene la información general e histórica de los espacios disponibles, llamada *Carpeta de Eventos Especiales*; desafortunadamente, ésta ha resultado insuficiente para el objetivo por el que fue creada.

Cuando se recopiló toda la información que debía contener la *Carpeta de Eventos Especiales*, se olvidó por completo la importancia del diseño editorial, lo que dio como resultado una publicación burda, aburrida, y poco emotiva para su lectura, la cual no reflejaba la majestuosidad del recinto. Tampoco se consideró como importante el hecho ilustrar el material con fotografías que permitieran mayor comprensión a lo escrito.

Las deficiencias de la *Carpeta de Eventos Especiales* y su actual uso generan en los clientes muchas dudas respecto a la calidad del servicio, ya que ésta no formula una idea gráfica clara de los beneficios y la disponibilidad que tiene El Colegio para la realización de eventos.

La actual *Carpeta de Eventos Especiales* puede ser considerada como un trabajo rápido, con información insuficiente y que omite datos importantes por la simpleza misma del documento.

Ante esta situación, se propone elaborar un diseño de tipo editorial, que incluya: fotografías, planos, tablas; para proporcionar información completa acerca de los servicios que El Colegio ofrece, lo que conformaría las partes esenciales de la *Carpeta*.

introducción

*El Diseño Editorial*



Exponer una definición de diseño  
Exponer una definición de diseño gráfico.  
Exponer una definición de diseño editorial.  
Explicar los elementos que lo conforman y describir los principales soportes

### 1.1 Definición de diseño

El diseño en general, se entiende como el hecho mismo de hacer algo por una razón específica. Por lo tanto todo lo que hace el hombre le remite a diseño. Sin embargo eso que hace puede ser no solo intencional sino que implica el crear algo. Por todo lo anterior diseño es toda acción creadora que cumple una finalidad, y crear es hacer algo nuevo a causa de una necesidad.<sup>1</sup>

La creación no nace de la nada, es una reacción humana, personal y social, implica una necesidad, es el hecho mismo de no conformarse con lo que las circunstancias proporcionan, sino ir más allá, es utilizar la imaginación, el conocimiento y la habilidad para suplir esa necesidad, absolutamente todo desde la ropa misma es producto de la creación humana, en donde la función específica de ésta es cubrir o abrigar. Dos factores importantes de la acción creadora es descubrir y expresar alguna forma.

### 1.2 Definición de diseño gráfico

Todo lo anterior es básico al intentar explicar al diseño gráfico, el cual no es exclusivamente la expresión final de una forma, sino la planificación y el proceso de creación, es la elaboración por medio del cual el diseñador traduce un propósito en un producto o un mensaje. El diseño gráfico es la concepción misma de un proceso que a través de herramientas, permitirá la creación de una forma que satisfaga una necesidad. El diseño gráfico trabaja, con elementos simples como son los signos, éstos se ensamblan a través de un orden para darle coherencia al mensaje.



*Diseño Editorial*

Diseño gráfico es el propósito mismo, es el conocimiento de datos, es el manejo de técnicas, es la disposición de materiales para su realización, es la planificación, creación y ejecución materializada al finalizar el propósito, traducida en forma.<sup>2</sup>

Coexisten dentro del proceso creativo del diseño gráfico, etapas importantes a considerar, como son:

- 1 Información, es el empaparse antes de iniciar con el diseño mismo, de todo lo que tenga que ver con lo que se propone diseñar
- 2 Digestión de datos, es el análisis previo de la información
- 3 Idea creativa, es el bocetaje previo, desarrollo de ideas
- 4 Verificación, es la elección y el desarrollo de una idea
- 5 Formalización, elaboración de un prototipo, o de la idea elegida

### 1.3 Definición de diseño editorial

<sup>1</sup> Gillam Scott, Robert, *Fundamentos del diseño*, 9º. Edición, Ed. Victor Leru, Buenos Aires 1975

<sup>2</sup> *Ibidem*.

El diseño gráfico se divide en varias ramas, una de ellas es la editorial, ésta se refiere a todo aquello que este relacionado con la reproducción de texto en un impreso, por lo tanto editar significa el arreglar y modificar un texto hasta que éste adquiere la calidad de presentación, lectura, legibilidad y orden que deben tener los libros, las revistas, los folletos, los volantes y los periódicos, utilizando dos elementos importantes: imagen y texto, para llevarlo a cabo se necesitan de medios de impresión: litografía, offset, serigrafía, etc. El diseño editorial abarca desde la concepción hasta la creación de carátulas, portadas, contraportadas y el diseño de páginas interiores, hablando de publicaciones periódicas, tales como revistas, periódicos y semanarios.

## 1.4 Elementos del diseño editorial

### 1.4.1 Formato

Por formato:

...se entiende una superficie de una determinada longitud y anchura, y por lo tanto, delimitada en la forma.<sup>3</sup>

Para la elección del formato es indispensable considerar el tamaño de las hojas o pliegos de papel que existen en el mercado, ya que el tamaño de los pliegos esta determinado por la *entrada* de las máquinas de impresión y acabados.

Existen formatos de papel normalizados, los cuales consisten en aprovechar al máximo los pliegos de papel producidos en el mercado, éstos son:

- A: pliego menor o formato para ocho cartas 57 x 87 cms.
  - Este pliego permite obtener múltiplos tamaño carta de 21.5 x 28
  - ½ de hoja carta, cabe 16 veces en un pliego
  - 1 hoja carta cabe 8 veces en un pliego
  - 1 hoja doble carta cabe 4 veces en un pliego
  - 4 hojas doble carta caben 2 veces en un pliego
  
- B: pliego menor o formato para ocho oficios 70 x 95 cms.
  - Este pliego permite obtener múltiplos tamaño oficio de 21.5 x 34
  - ½ de hoja oficio cabe 16 veces en un pliego
  - 1 hoja oficio cabe 8 veces en un pliego
  - 1 hoja doble oficio cabe 4 veces en un pliego
  - 4 hojas oficio caben 2 veces en un pliego.

El papel puede clasificarse por sus características, estos pueden ser de pulpa de madera, papeles de trapo y una combinación de ambos, entre éstos se encuentra el *bond*, que es el papel usado en libros, cubiertas y cartulinas.<sup>4</sup>

El papel *bond* se utiliza para mecanografiar o escribir a mano; comúnmente son hojas delgadas; el tamaño normal es de 43.2 x 56 cm, cortado se encuentra en tamaño carta 21.5 x 28 cm, oficio 21.5 x 34 cm.

### 1.4.2 Retícula

Las retículas se utilizan en diseño editorial, para distribuir los elementos de manera armónica y ordenada. Las retículas se asignan para todo un documento, como en el caso de un libro, algunas nos permiten diferentes anchos de columna y se vuelven versátiles al utilizarse con ilustraciones<sup>5</sup>. Para plantear una retícula en un inicio debemos determinar el margen.

---

<sup>3</sup> Baron Daniele, *Diseño gráfico*, Ed. Folio, p. 119

<sup>4</sup> Arthur Turnbull, *Comunicación Gráfica*, 1990, p. 369.

<sup>5</sup> Swann Alan, *Cómo diseñar retículas*, Ed. G.G., Barcelona, 1990

Los márgenes garantizan descansos visuales; evitan rechazos psicológicos hacia una página donde particularmente abunda texto; evitan que el área de mancha pierda paralelismos; sin embargo los márgenes amplios pueden implicar área de mancha reducida, que no permita con respecto a los bordes del papel la división de la superficie en columnas; por otra parte incrementan el costo en papel.

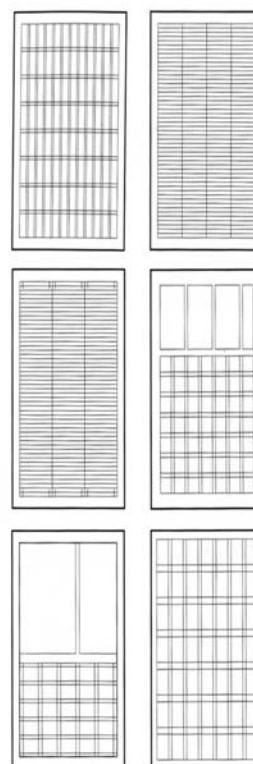
Un margen nos sirve para encuadrar nuestro trabajo permite al lector manipular un impreso sin que los dedos cubran la información, así mismo centra la atención en el área que tengamos ocupada.<sup>6</sup> Esta área se llama área de mancha o también se conoce como caja de texto y es el espacio de una página donde se colocan las columnas de texto, esta limitada por el margen. También se conoce como *caja tipográfica*.

La columna es el nombre que recibe un área de texto. Esta conformada por dos medidas: ancho y profundidad. Sigue propósitos eminentemente prácticos en la búsqueda de la mayor legibilidad. Una columna demasiada estrecha provoca efectos indeseables: el movimiento excesivo de los ojos.

El ancho es la medida de la columna en sentido horizontal esta formada por caracteres y se mide en picas.

El interlineado es un factor de mucha importancia Un interlineado demasiado grande o pequeño afectará negativamente la imagen óptica de la tipografía, disminuirá el interés por la lectura y provocará conciente o inconscientemente la aparición de barreras psicológicas. El interlineado en los libros debe ser lo más amplio posible en tanto lo renglones no se vean como unidades individuales. Por regla general, si se aumentan las separaciones entre las palabras, debe aumentarse también el interlineado. Del mismo modo, cuando la columnas están demasiado interlineadas puede incrementarse la separación entre las palabras, para aminorar un poco el efecto lineal<sup>7</sup>.

El compositor debe evitar la aparición de calles, escaleras o corrales; esto quiere decir la coincidencia de blancos que descienden encadenados. Cuando una interlinea es demasiado estrecha, las calles aparecen con mayor nitidez, rasgando el oscuro bloque de texto.



Retículas

Existen diferentes tipos de retículas y se usan de acuerdo a la necesidad editorial, a continuación se explican:

### 1. Una columna

<sup>6</sup> *Ibidem*.

<sup>7</sup> Lllallana García Fernando, *Tipografía y diseño: preimpresión digital de diarios*, Ed. Síntesis, Madrid 2000

<sup>8</sup> Swann Alan, *op. cit.*

- Se usa para documentos de apariencia muy clásica o formal.
2. Dos columnas  
Esta disposición deja columnas demasiado anchas y poco fáciles de leer normalmente; es un formato necesario para publicaciones con publicidad de un cuarto de página.
  3. Tres columnas  
Crea columnas con una medida cómoda para la lectura y permite tener una columna para usarse en anotaciones e ilustraciones.
  4. Cuatro columnas  
No es muy recomendable, crea columnas muy pequeñas para leerse, pero es buena para colocar noticias o artículos con variedad de temas.
  5. Cinco columnas  
Este formato se usa mayormente en publicaciones largas, como el A3 o los tabloides, permite múltiples opciones en la colocación de fotografías.
  6. Columnas mixtas  
Es muy funcional para distinguir distintos temas en una misma página, pero debe usarse con cuidado y no solo para hacer que quepa la información<sup>8</sup>.

### 1.4.3 Fuente

Una *fuerza* consiste en todos los caracteres de la misma clase en un mismo tamaño. Habitualmente incluye mayúsculas, o caja alta; minúsculas o caja baja; cifras y signos de puntuación<sup>9</sup>.

Una *familia* es un grupo o serie de ojos en el que todos ellos responden a un determinado diseño tipográfico.<sup>10</sup> Una familia consiste en variaciones tales como redonda, cursiva, fina, media, negrita, condensada y espaciada. A continuación los caracteres más comunes que incluyen la mayor parte de las fuentes:

- Mayúsculas
- Versalitas
- Caja baja
- Letras ligadas (Œœ)
- Números o cifras
- Puntuación
- Signos misceláneos ( () [] {} & )
- Signos de monedas ( £ ¥ \$ )
- Barra ( / )
- Diptongos ( æ Æ )
- Signos de referencia ( † ¶ \* )
- Acentos y signos diacríticos ( â ë ç )
- Fracciones ( ¼ ½ ¾ )
- Puntos suspensivos (...)
- Signos matemáticos ( + ± = < > )
- Signos comerciales ( ® @ © % )

abcdefghijklmnopño  
 pqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJ  
 K  
 LMNÑOPQRSTU  
 VWXYZ123456  
 7890!"#\$%&/()=?;  
 ...

<sup>9</sup> March Marion, *Tipografía creativa*, Manuales de Diseño, pp. 24

<sup>10</sup> *ibidem*.

\*·][\_::;-.,\*-  
+°|¬@‘~><

Fuentes Varias

Desde que se inventó la imprenta, Gutenberg intentó imitar la escritura manual de los monjes con sus distintos dibujos que reproducen la escritura; sin embargo, éstos sufrieron alteraciones propias de la influencia de cada cultura. Es a través de los años cuando esta diversidad se hizo cada vez mayor en razón de motivos estéticos y funcionales. De ahí que se creó la necesidad de agrupar los distintos estilos según la similitud de sus características.

Sin embargo, aunque se producían gran variedad de familias, que normalmente recibían el nombre del autor y otras respondían a características de una cultura, —*romanas, góticas, modernas*— nadie se preocupaba de ordenarlas y clasificarlas hasta fechas recientes.

Es Thibaudeau, en 1920 quien da la primera aproximación, según la forma de los caracteres y los adornos, remates que presentan. El primer grupo que aparece son las *antiguas*, que reúnen las astas uniformes y carecen de remates. El siguiente grupo son las que sus remates son planos, rectangulares, uniformes, sin ningún matiz o descenso en el grosor del trazo, éstas son las *egipcias*. El tercero, *elzevir*, proviene de los célebres impresores coetáneos de Gutenberg, en los siglos XVI Y XVII en Europa; estos elzevirianos presentan descensos y remates en forma de triángulo. El cuarto y último tiene el apellido de su autor, *Didot*. Los elementos realzan el contraste entre trazos verticales más gruesos y los finos remates horizontales, retomado después por *Bodoni*<sup>11</sup>.

Por otra parte es importante mencionar que en el siglo XX hubo importantes aportaciones a la tipografía, por ejemplo, los conceptos futuristas aportaron grandes cambios a la forma de las letras, éstas obedecían a las deformaciones posibles causadas por la fotografía, buscando siempre expresiones aerodinámicas. Las letras del *Art Nouveau* son muy decorativas y monumentales, se inspiran en formas orgánicas que buscan expresión de lo exótico oriental, estas letras son de trazo libre, confiando en la libertad de la línea como forma desvinculada de imitación de la realidad; son líneas suaves, curvas y alargadas. Los *dadaístas*, lograron trazar letras en formas increíbles y llamativas que revolucionaron la comunicación visual. Los cubistas recurrían al trazo de letras deformadas y buscaban romper con las representaciones tradicionales; utilizaron la perspectiva como recurso para lograr la tercera dimensión e innovaron las letras *Stencil*. Los constructivistas, en su afán funcionalista, crearon letra que estrictamente cumplieran su función, es decir, que fueran simplemente útiles para la lectura.

La tipografía usada por los artistas del movimiento *Stijl*, tiene su teoría en fundamentos de Mondrian, los cuales asumen que la armonía en el diseño puede ser lograda sólo adoptando un estilo que sea geoméricamente puro e impersonal, usando como base el rectángulo en colores blanco, gris y colores primarios, alineándose al precepto de no usar formas curvas. La tipografía de Bauhaus, usaba letras sin *serifes* de estructura basada en los elementos básicos (triángulo, círculo y cuadrado) y los colores primarios<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> Lllallana García Fernando, *op. Cit.*, pp. 42

<sup>12</sup> *Tipografía*, México: UAM, Unidad Xochimilco 1990, pp. 23



Para 1954, otro francés, Maximilian Vox, crea una nueva clasificación con nueve grandes grupos:

- Grupo 1: Manuaires, medievos; recuerdan la escritura manual, anchas con astas muy cortas, la e abierta.
- Grupo 2: Humanes; remates curvos, se aligera grosor de astas, ojo de la e muy pequeño de trazo inclinado.
- Grupo 3: Garaldes; remates curvos suaves se acentúa su altura, el brazo de e es recto.
- Grupo 4: Reales; anchas-altas, más grosor en astas moduladas, remates rectos.
- Grupo 5: Didones; astas gruesas graduadas, trazos horizontales muy finos.
- Grupo 6: Mecanes; astas uniformes, sin matices, remates rectos.
- Grupo 7: Simples; sin remates, trazos geométricos sencillos.
- Grupo 8: Incises; refuerzan los inicios y finales con más grosor en las astas y ligeran el centro, carecen de remates.
- Grupo 9: Scriptes; imitan escritura manual actual, cada unidad termina y arranca en la misma línea base<sup>13</sup>.

manuaires  
médiéves  
Réales  
Mécanes  
Incises  
Humanes  
Garaldes  
Didones  
Simplices  
Scriptes

Del mismo modo todas las fuentes son obra de diseñadores, a las que le han infundido personalidad para transmitir mensajes determinados. Las fuentes perfiladas son completamente diferentes a las de palo seco; las letras muy ornamentadas cumplen funciones diferentes de los caracteres delicadamente oblicuos.

#### 1.4.3.1 Puntajes

Las letras son expresiones gráficas del lenguaje, por lo que adoptarán formas muy versátiles para expresar significados distintos; algunas veces se encontrarán formando grupos de palabras en textos (mancha tipográfica), en cabezas, como elementos de una obra gráfica, en un *graffiti*, aisladas o como elementos decorativos, pero cumpliendo una función específica, ya sea la de lectura o la de expresión<sup>14</sup>.

Por lo tanto es indispensable que exista la mejor disposición de los elementos gráficos para esto; como son: contraste y los espacios blancos que actúan junto con los elementos, el tamaño de éstos, la proporción

Abec d  
60 Pts  
efghi  
50 Pts.

<sup>13</sup> Lallana García Fernando, *op. Cit.*, pp. 43

<sup>14</sup> *Tipografía*, México: UAM, Unidad Xochimilco 1990, pp. 43

<sup>15</sup> *Ibidem*.

de la letra, el estilo o forma y la manera en que los percibimos ópticamente en conjunto y combinados.

De acuerdo al bloque de texto, es indispensable utilizar aquellos cuerpos que, según se ha demostrado, facilitan la lectura; la legibilidad depende del largo de la línea, del interlineado y del tipo de letra. Dichos cuerpos oscilan entre los 8 y los 12 puntos (con todos los cuerpos intermedios) para un texto que se lea a una distancia media de entre 30 y 35 cm. aproximadamente.

Normalmente el número de palabras en un texto es de 7 a 10 palabras promedio por línea. En los periódicos, que se editan en columnas estrechas, es de 5 a 7 por línea, utilizando letras pequeñas, de forma que no fatiguen la visión al cambiar de renglón.<sup>15</sup>

El interlineado es el espacio blanco entre líneas de un texto y está determinado por el largo de la línea y el tamaño de la letra.

En textos compuestos con letras de tamaños desde 4 hasta 8 puntos, el interlineado adecuado o normal es de 1 punto; entre más pequeños sean los caracteres, se podrá reducir el puntaje de la interlínea, de modo que las letras no se empalmen. Para textos en tamaños de 9 a 12 puntos se recomienda un interlineado de 2 puntos, pero se puede utilizar 1 punto, si las circunstancias lo ameritan, es decir, existen familias tipográficas que son más pequeñas que otras, aunque sean del mismo puntaje<sup>16</sup>.

El grosor de las fuentes esta determinado por la anchura de las astas de las letras. Las fuentes del texto que son demasiado finas no se pueden distinguir fácilmente del fondo. En las que son demasiado gruesas, se reduce el tamaño del ojo de la letra, lo que dificulta la lectura.

#### 1.4.3.2 Color

El universo es un campo magnético de cargas positivas y negativas que vibran y producen ondas electromagnéticas de forma constante. Cada una de estas ondas posee una longitud y una velocidad de vibración distintas; juntas forman el espectro electromagnético.<sup>17</sup>

La luz blanca puede dividirse en tres colores básicos o primarios: naranja-rojo, verde y azul-violeta. Existen otros colores que se obtienen mediante la sustracción de luz, estos son otros colores primarios; magenta, cyan y amarillo; cuando éstos llegan a

jklnm

40 Pts.

ñopqr

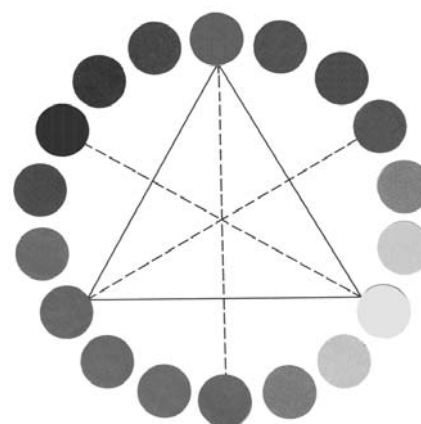
30 Pts.

stuv

20 Pts.

wxyz

10 Pts.



Círculo Cromático

<sup>16</sup> *Ibidem.*

<sup>17</sup> Chiazzari Suzy *Color* Ed. Blume Barcelona 1999 pp. 20

combinarse crean el color negro. También existen los colores secundarios, que se obtienen a partir de la mezcla de los primarios, magenta y amarillo: naranja; amarillo y cyan: verde; magenta y cyan: violeta.

Al hablar del color en la tipografía es necesario recordar que ésta será el soporte del color y que ambos estarán dispuestos sobre un fondo, el cual, según sea su color, produce diferentes sensaciones.

El uso del color en el texto no debe ser reducido exclusivamente al color negro; se pueden hacer múltiples combinaciones para aumentar en el texto su atracción o restársela, para hacerlo sutil o que se integre a la imagen de forma complementaria.

Los colores en sí mismos expresan diferentes sensaciones; por lo tanto, es importante antes de iniciar una composición, saber qué es lo que el texto va a transmitir, para entonces elegir adecuadamente el color de acuerdo al tema. A continuación se dan algunas características de los colores:

- Rojo: vital, fuerte, cálido, sensual, decidido, amistoso, valiente, firme antidepresivo, airado, impaciente.
- Verde: armonizador, relajación mental y física, paz natural, refrescante, seguro, libre, satisfecho, generoso.
- Naranja: cálido, seguro, brillante, creativo, estimulante, divertido, animado, humorístico, independiente.
- azul: tranquilizador, refrescante, relajante, espacioso, sensible, optimista, fiel, confiado, flexible, tolerante.
- Magenta: solidario, natural, flexible, compasivo, amable considerado.
- Amarillo: vivificador, feliz, ligero, brillante, mentalmente estimulante, lógico, inteligente, disciplinado, optimista, temeroso.
- Blanco: pacificador, purificador, frío, aislante, espacioso.
- Gris: independiente, confianza, separador, solitario, autocrítico.
- Negro: misterioso, femenino, protector, restrictivo.
- Violeta: inspirador de belleza, protector, purificador.
- Marrón: nutritivo, terrenal, solidario, retraído, intolerante.
- Índigo: espectacular, espiritual, creativo, intuitivo, mediativo, místico.<sup>18</sup>

#### 1.4.4 Fotografías

---

<sup>18</sup> *Ibidem.*, pp 21

La fotografía es un procedimiento de fijación de trazos luminosos sobre una superficie preparada para tal efecto. El estatuto icónico de la imagen fotográfica se fundamenta en esta naturaleza fotoquímica: en donde la luz incide sobre una sustancia o emulsión fotosensible, provocando una reacción que altera alguna de sus propiedades<sup>19</sup>.



Fotografía en blanco y negro

Muchas personas han intentado encontrar en la fotografía, como quizás en una pintura, un código; sin embargo, la fotografía definida es un mensaje sin código, ya que al pasar de lo real a una fotografía, no es necesario fraccionar esa realidad en signos, como se haría con un mensaje, ya que entre ese objeto y la imagen no se dispone de un relevo, o código, si bien la imagen no es real, pero si es una analogía perfecta, y es esa analogía lo que le da sentido común a una definición de fotografía.

Del mismo modo, Román Gubern define a la fotografía como: “una fijación fotoquímica, mediante un mosaico irregular de granos de plata y sobre una superficie-soporte, de signos icónicos estáticos que reproducen en escala, perspectiva y gama cromática variables las apariencias ópticas contenidas en los espacios encuadrados por el objetivo, durante el tiempo que dura la apertura del obturador”<sup>20</sup>. Es entonces la fotografía una imagen real positivada en papel a partir de un negativo o transparencia obtenido con una cámara fotográfica.

#### 1.4.4.1 Características

Al hablar sobre las características de la fotografía es importante recordar que ésta es una técnica de registro mecánico, que crea en el espectador una experiencia y que de alguna forma la fotografía es un producto de la realidad, ya que ésta, en su realismo, pretende captar la realidad sin interferencia. Por lo tanto, la fotografía es una extensión de la memoria, en donde queda plasmada la historia, no sólo de una familia, de una obra, sino de todo un país, como es el caso de algunos países latinoamericanos, en donde la fotografía forma parte del registro histórico de alguna nación. Del mismo modo puede servir para suministrar información (función científica) o para suministrar placer estético (función artística).

Asimismo, la fotografía tiene la capacidad de aislar el objeto captado de la naturaleza, en donde influye la determinación del tema y su encuadre, la delimitación del espacio, la composición y el ordenamiento de los elementos visuales, y hasta la yuxtaposición que no se da en la realidad: el fotomontaje.

También la fotografía, a través del uso de accesorios como son los lentes especiales, permite la transformación de la forma y de la profundidad. Al igual que permite la transformación en la escala de tonos fotográficos, el contraste y la invención de sistemas de representación fotográficos como son: la solarización, la separación de tonos, la cartelización, el efecto de *bajo relieve*, etc.

<sup>19</sup> Fontanberta Joan, *Fotografía: conceptos y procedimientos: una propuesta metodológica*, Barcelona 1990, Ed. G.G.

<sup>20</sup> *Ibidem*.

#### 1.4.4.2 Ventajas

La fotografía en la sociedad actual ofrece muchas ventajas al hombre, ya que posee:

- Exactitud de transcripción: una copia fiel de aquello que se fotografía.
- Extraordinaria minuciosidad en el detalle: una fotografía permite conservar rasgos exactos de una persona, situación o suceso.
- Claridad de definición: una buena toma concede calidades tonales acertadas del paisaje.
- Delineación perfecta: no deforma las figuras a menos que éste sea el efecto que se busca crear.
- Riqueza de textura: ilimitada oportunidad de obtener formas, como son: madera, piedra, metal, tela, etc.
- Sutilidad en la gradación tonal: puede modificar tonos si se desea.
- Rapidez de obtención: a diferencia de otras formas de representación de la realidad, la fotografía es la única técnica que posee esa forma rápida de copiar y facilidad de multiplicación.



Fotografía a color

#### 1.4.4.3 Desventajas

Al hablar de las desventajas de la fotografía es importante mantener un criterio amplio, debido a que la fotografía se cree ha suplantado a la memoria; tal vez, incluso a la visión. Actualmente a la fotografía se le considera de uso cotidiano y su valor como arte ha quedado en manos de las masas, a tal grado que se le considera a la fotografía como una hojilla muda que se distribuye mediante la reproducción de los canales masificantes, de un inmenso aparato de distribución programada.

### 1.5 Soportes del diseño editorial

#### 1.5.1 El libro

Es una compilación de texto, a través del cual se narra algún hecho, la descripción de algo, el estudio sobre un tema; el cual como objetivo general tiene el mantener en perfecto estado la información que ahí este contenida<sup>21</sup>. Los libros constan de cuatro partes principales: exteriores, pliegos de principios, texto o cuerpo de la obra y finales. A continuación se explican cada una de estas partes:

- Exteriores, en su objetivo fundamental encontramos que los exteriores siempre ha sido proteger el libro.
- Tapa, se llama *tapa* a cada una de las

---

<sup>21</sup> Del Buen Jorge, *Manual de Diseño Editorial*, Ed. Santillana

<sup>22</sup> *Ibidem*.

cubiertas rígidas de un libro. Las tapas se colocan cuando el libro ya ha sido desbarbado, pues se le deja una ceja que sirve para proteger los bordes de las hojas, de modo que cuando el libro se encuentra en el estante, el corte de pie queda suspendido, en vez de ir apoyado firmemente en la repisa. Consecuentemente, las hojas están siempre colgando del lomo, de modo, que si el libro está deficientemente encuadernado, el peso de las hojas debilita poco a poco las costuras del peine. Con el paso del tiempo, las bisagras, -esos canales que van entre el lomo y cada una de las tapas- de los libros grandes también pierden vigor, se resquebrajan y finalmente ceden ante el peso de las hojas. Los libros de cubiertas rígidas suelen llevar el corte en canal o media caña, esto quiere decir que después de un desvirado, el bloque se redondea ligeramente. La cubierta también se pone haciendo la curvatura correspondiente entre el lomo. Las cubiertas se dividen en cuatro partes llamadas *primera, segunda, tercera y cuarta de forros (o de cubierta)*, según corre la numeración de las páginas. Así, la cuarta de forros (*o cuarta de cubierta*) es la cara posterior del libro, mientras que la segunda y la tercera son las caras interiores del conjunto de las tapas. En la mayoría de los libros, la única cara impresa es la primera y, si acaso, la cuarta, puesto que las internas van normalmente ocultas bajo las guardas. Por lo general, la información que aparece impresa en la primera (*también llamada cubierta o plano de delante*) consiste en el título del libro, el nombre del autor y el logotipo, nombre o sello de la casa editorial. La cuarta (*también conocida como contracubierta o plano de detrás*) se solía dejar sin impresión alguna, pero esto ha cambiado en los últimos años debido a las circunstancias en que se comercializan los libros: ya que, muchos editores han encontrado que la contracubierta es un excelente vehículo para colocar publicidad.

- Lomo, es la parte del libro que queda opuesta al corte de las hojas, cubriendo el peine de encuadernación. Es una pieza trascendental para los editores y los bibliotecarios, ya que es los únicos que puede verse del libro cuando este se



Libros

encuentra colocado verticalmente en el estante. Como norma general, contiene el nombre del autor, el título de la obra, el nombre o sello de la casa editorial y, en su caso, el número del tomo.

- Sobrecubiertas, se le llama *sobrecubierta* o *funda* a la banda de papel con la que se envuelve el libro y, por lo general, se usa para exponer las características de la edición en una forma un poco más fastuosa que la tapa. Tiene dos propósitos primordiales: proteger las tapas y llamar la atención.
- Solapas, son casi siempre los extremos de la sobrecubierta, sin embargo a veces se trata de extensiones de las tapas. Algunas veces cuando forman parte de la sobrecubierta, las dos solapas sirven para que la pieza permanezca bien sujeta al libro, ya que una solapa se mete entre la tapa y la primera hoja, y la otra, entre la última hoja y la contracubierta.
- Guardas, son hojas de papel que se pegan por dentro de la cubierta y la contracubierta<sup>22</sup>

### 1.5.2 La revista

La revista es una publicación periódica (suele oscilar entre la periodicidad semanal y la anual); en general, tiene forma de cuaderno; en ella se presentan diversos artículos sobre una o varias materias que se acompañan de ilustraciones<sup>23</sup>.

Existen varias clasificaciones mediante las cuales se puede ubicar a una revista, de acuerdo a su género, estos son los siguientes:

- Especializadas, están enfocadas a profesionistas y a temas de interés particular
- Entretenimiento, forman parte del grupo más numeroso, dividido en múltiples ramas, el objetivo general de éstas es la publicidad y se desarrollan de acuerdo a pasatiempos, edades, ingresos y atracción visual.
- Artes y aplicaciones, éstas son revistas de interés artístico, ya sea como medio de divulgación o como objeto de arte enfocado a diversas disciplinas.
- Interés general, son de gran variedad con información muy amplia, casi para cualquier lector, sin embargo clasifican a su público por medio de su nivel socio económico.
- Informativas, son publicaciones periodísticas, que difunden noticias y conocimientos de actualidad<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> Sanders, Norman, William Beviangton, *Manual de Producción del Diseñador Gráfico*, Barcelona 1986, Ed. G.G.

<sup>24</sup> *Ibidem*.

La estructura general de una revista es:

- Portada, escaparate de la revista.
- Contenido, guía de búsqueda, independiente u ordenada de las secciones de la revista.
- Editorial, página concerniente al mensaje de la imprenta que publica.
- Secciones y departamentos



Revistas

1. Sección ráfaga, artículos, noticias e información de corto alcance, en máximo una página y de lectura rápida.
2. Sección o departamentos de novedades, sección de introducción y actualización acerca de contenidos, objetos o ideas de interés al lector.
3. Sección abridor o artículo principal, primer artículo en importancia, con una relación directa con la portada y el diseño total de la revista.

Para la elaboración de una revista, es necesario hacer una repartición total del espacio, asignando un lugar determinado a cada sección, artículo, anuncio, etc. Este último, en general, es el más importante dentro de una revista; por lo tanto, es el primero en encontrar su espacio. Sin embargo, éstos se ubican adelante o atrás, ya que el centro es sólo para el artículo principal.

Es importante recordar que un artículo prolongado no debe estar junto a otro, sino debe ser interrumpido intercalando artículos de una sola página o de una fracción de página. La justificación irregular no tiene efecto adverso en la legibilidad, sin embargo, existen ciertas normas respecto a la legibilidad que es necesario tomar en cuenta; como son:

1. El negro sobre el blanco es superior a la impresión blanca sobre fondo negro.
2. El negro sobre papel coloreado, bajo condiciones ordinarias, es probablemente un factor sin importancia.
3. La legibilidad de las diferentes combinaciones de tintas sobre fondos coloreados varía grandemente.
4. El brillo puede impedir la legibilidad
5. Es importante considerar las propiedades tipográficas, ya que la selección de letras debe sustentarse en los efectos psicológicos a los que esta remita.
6. Deben adaptarse las reglas de legibilidad a los niveles educativos y cronológicos del lector.
7. Debe existir armonía entre la tipografía y los otros elementos del diseño general del mensaje impreso.

Títulos; estos se encargan de atraer la atención del lector hacia el contenido del artículo.



1. En general la legibilidad del título está regida por los mismos principios que la tipografía del texto.

La portada es la parte principal de la revista y su función es atraer de forma rápida, a través de una identificación instantánea ya sea utilizando tipografía o imágenes, logrando con todo esto que la revista se distinga de los competidores y de los números anteriores.

La principal característica de identificación es normalmente el *cintillo*, *indicador* o *directorio*, pero pueden usarse diseño o color para el mismo propósito.

Índice, es la numeración de artículos y la guía rápida para encontrar el contenido de la revista, puede consumir sólo una porción de una página y debe estar colocada al principio de la revista.

La publicidad en páginas divididas o fraccionales crea dificultades en la elaboración del boceto tanto para las revistas como para los periódicos; estas páginas no son un problema si las porciones editoriales son tratadas como áreas de diseño independientes. La forma vertical extrema puede explotarse colocando los títulos, ilustraciones u otros elementos del boceto ajustándolos al área.

Muchas páginas fraccionales se usan para incluir material de continuación; las páginas fraccionales pueden ser atractivamente utilizadas para incluir elementos pequeños de diversas clases que tengan un interés adecuado para el lector.

Al hablar de imposición, ésta se refiere a la configuración en donde las páginas por un lado de la hoja son colocadas en una placa, y las páginas del otro lado de la hoja usan una placa diferente, pero ambos lados comparten un lado de encuadernación.

De acuerdo al número total de páginas en un trabajo, es el monto de hojas a utilizar. Los montos estándar son 4 páginas, 8 páginas, 16 páginas y 32 páginas. También son utilizados montos de 12, 24 y 48 páginas.

El tipo de imposición más común para la revista es el llamado *casado*, que es cuando la mitad de las páginas en una signatura es impresa en un lado de la hoja y la otra mitad es impresa al reverso de la hoja. Existe otro tipo de imposición, en el que todas las páginas de una signatura son impresas en un lado de la hoja para la mitad de la tirada de la prensa y la hoja es volteada después, para que las mismas páginas sean impresas del lado opuesto durante la mitad del final de la tirada.<sup>25</sup>

### 1.5.3 El periódico

Un periódico es una relación impresa de información actual e importante distribuida dentro de un mercado específico sobre una base regular. La publicación y entrega de un periódico puede hacerse sobre una base semanal, de dos veces por semana o diaria. El mercado potencial puede ser una villa o una ciudad; una comarca o un estado entero, y la venta del periódico puede oscilar entre unos pocos miles y llegar a varios millones de ejemplares. Los periódicos pueden ser propiedad particular de una persona o una familia, o formar parte de una gran corporación empresarial dueña de diferentes medios de comunicación de masas<sup>26</sup>. El periódico esta conformado por los siguientes elementos que es importante conocer:

---

<sup>25</sup> *Ibidem*.

<sup>26</sup> Sohn Ch. Ogan, J. Plich, *La dirección de la empresa periodística*, Ed. Paidós Comunicación

- Cabecera: título o nombre del diario
- Cabeza: conjunto de titulares de una información
- Antetítulo: título menor que precede al titular
- Titular: título mayor
- Sumario: desarrollo del titular
- Entradilla: texto que difiere del tratamiento general. Resume la información y lleva un cuerpo mayor.
- Orejas: los dos laterales de la cabecera
- Logo: Icono que identifica una publicación, secciones o temas.
- Data: fecha de impresión del periódico.
- Cintillo: enunciado para una amplia información
- Pleca: separación entre dos informaciones referidas a un mismo tema. No llena el ancho de la columna.
- Párrafo: unidad de líneas que se configuran hasta el punto y aparte. Los párrafos no deben ser mayores de 10 líneas en un diario.
- Ladillo: se configura con tipos o fuentes de mayor cuerpo que el texto.
- Pie: información sobre el contenido de fotografías o dibujos.
- Índice o sumario de primera: información realizada con el contenido de noticias que figuran en páginas interiores del diario.
- Texto: información compuesta con el mismo estilo para las noticias de todas las secciones, en general, del diario<sup>27</sup>.



Periódico

La estructura de un periódico se distribuye en grandes secciones o bloques informativos. Sin embargo para entrar a estos, era necesario hacer una especie de introducción en el diario, por lo que algunas de estas publicaciones en sus primeras páginas colocan un tema importante de cualquier índole, que permita la apertura del diario y le llaman tema del día.

El bloque de opinión es muy importante en un diario, ya que en éste se colocan cartas de lectores, artículos firmados de colaboradores y resúmenes de opinión de otros diarios; también es posible encontrar una viñeta que comenta la actualidad y finalmente *el editorial*.

Los artículos poseen mayor extensión que los del primer apartado de firmas; no están ligados a la actualidad y su extensión puede obligar a programarlo en más de una página. Pueden ir acompañadas por una ilustración.

<sup>27</sup> Lallana García Fernando, *op. Cit.*, pp. 33

La mayoría de las páginas de un diario contiene información general y noticias. En este bloque se agrupan la información internacional, nacional, local, economía, deportes, etc. En cada bloque es posible encontrar *aperturas*, las cuales contienen información relevante de cada uno de los grandes bloques son las que disponen del mejor espacio y tratamiento.

Las páginas fijas, por otro lado, son aquellas que no mueven su diseño una vez elaboradas y solo se actualizan de un día a otro; estas son:

- Agenda; contempla los actos importantes en la ciudad donde se edita el diario: conferencias, actos culturales, etc.
- Cotizaciones; contiene en fórmulas gráficas los movimientos globales de mercado con indicaciones de las alzas y las bajas de los valores.
- Tiempo; no ocupa una página, pero se sitúa en una buena zona del centro de la sección de noticias nacionales o locales, debe estar siempre en el mismo sitio para facilitar su localización.
- Televisión; son los horarios de la programación por televisoras; es una de las páginas más consultadas en los diarios.
- Clasificados; son anuncios de venta, compra, ocio, donaciones, etc.
- Llamadas; es un recurso que permite a los diarios ofrecer el contenido de las secciones agrupadas en el inicio del diario.
- Deportes; es información general de todos los deportes, las imágenes son mayores y los textos no son tan extensos.
- Clasificaciones deportivas; esta sección recoge resultados y clasificaciones de los partidos de fútbol.
- Centrales; se hallan situadas a la mitad exacta del periódico.
- Moda; es la sección más gráfica del diario, tienen poco texto.
- Ocio y pasatiempos; contiene juegos, adivinanzas y el famoso crucigrama.
- Cartelera; espacio dedicado a eventos culturales, espectáculos.
- Breves; noticias de corta extensión.
- Entrevistas; contienen entradillas, y se constituyen por una relación de preguntas y respuestas<sup>28</sup>.

Existen dentro del periódico formas interesantes de manejar los titulares o cabezas, los cuales se basan en el uso del alineamiento a la izquierda o del alineamiento a la izquierda modificado, es decir, uso de sangrías. Otros modelos que pueden ser especificados en un catálogo de cabezas incluyen el escalonado, el párrafo francés, la pirámide invertida y el alineado a la derecha. Los encabezados de dos líneas se forman alineando a la izquierda la línea superior y a la derecha la línea inferior; si ha de haber una línea intermedia, ésta quedará centrada. El *párrafo francés* se forma alineando a la izquierda la primera línea y sangrando las líneas restantes uniformemente a la izquierda. *La pirámide invertida* se forma centrando todas las líneas y haciéndolas disminuir de arriba hacia abajo. La alineación a la derecha se forma como su nombre lo indica.

Las formas de encabezados especiales pueden incluir aquella en la que se coloca un filete en la parte superior y a ambos lados del tipo (una *capucha*), o aquella que empieza con una sola palabra del tema en tipo grande, seguida por algunas líneas más pequeñas que desarrollan la *palabra tema* (un título). Los titulares o *líneas secundarias* son

---

<sup>28</sup> Llallana García Fernando, *op. Cit.*, pp. 148

reminiscencia de los primeros encabezados que dependían de diversas subdivisiones para formar un solo encabezado.

Los *sobretítulos* son también, a excepción de la forma, muy similares a las subdivisiones. Aunque muchos periódicos todavía utilizan encabezados compuestos de una subdivisión superior más una segunda división, pocos incluyen más de dos.

Los encabezados deben estar separados por espacios en blanco, material gris o ilustraciones. Si los encabezados tienen que estar juntos, deben ser distintos individualmente, a fin de conservar cierto contraste.

También en el periódico se hace un uso cada vez mayor de ilustraciones no fotográficas como son los dibujos y diagramas. Exceptuando las caricaturas editoriales y las tiras cómicas, muchos periódicos históricamente ignoraban el dibujo como medio de ilustrar noticias. Las *pictografías*, las *gráficas de barras* y las *gráficas lineales* se han unido a los *mapas meteorológicos* y los *mapas estratégicos* como ilustraciones normales para muchos periódicos.

Las ilustraciones son el mejor y único medio de atraer y retener la atención del lector; por ellos es natural que las ilustraciones aumenten en tamaño y en uso.

Es elemental mencionar que el formato es también muy importante en un diario, existen varios formatos utilizados para la impresión de diarios, estos son:

- Sábana, dimensiones próximas al tamaño *DIN-A2* (420 por 594 mm.).
- Tabloide, medidas en torno al tamaño *A3*.
- Magazines, tamaño equivalente al *A4*.

#### 1.5.4 Cartel

El cartel es un medio de comunicación visual, que llega al público en forma rápida y directa, sintetiza una idea por medio de imágenes sencillas y textos breves y la presenta en colores atractivos que se apoderan de la mirada del que pasa para concentrar por un instante su atención y transmitirle un mensaje. Consiste en una hoja de papel en que se presenta una idea por medio de una combinación de imagen y texto.<sup>29</sup>

El cartel se pega sobre un muro o sobre una superficie lisa para que permanezca expuesto a las miradas de los transeúntes.

En el pasado el cartel fue un medio limitado a que lo vieran muy pocas personas debido a las dificultades que había para elaborar varias copias. Con la evolución de los medios de reproducción se superó este problema y el cartel pasó a ser un medio masivo de comunicación.

Actualmente se pueden reproducir carteles a bajo costo con diversos procedimientos, algunos de ellos permiten imprimir desde unos cuantos ejemplares hasta varios miles. Proporciona información sobre actividades sociales, educativas, culturales, deportivas y políticas.

Ayuda a formar hábitos para conservar la salud, mejorar el ambiente, conservar los recursos naturales, etc.

Contribuye en la prevención de enfermedades y accidentes.

---

<sup>29</sup> Besttley, Russell, *Nuevo diseño de Carteles*, Ed. G.G.

Es un medio para educar en el conocimiento de lugares, objetos señales de circulación, normas de conducta, etc.

Promueve la distribución y venta de productos y servicios.

Es un medio de comunicación en que el mensaje se capta instantáneamente.

Transmite un mensaje aunque el espectador que lo ve no esté interesado.

Es de larga duración, dado que permanece en un mismo sitio por un tiempo determinado.

Esto hace que siga comunicando su mensaje a nuevos espectadores y siga influyendo sobre los que tienen la oportunidad de verlo varias veces.

Es un medio de comunicación de bajo costo.

Los factores que se deben tomar en consideración para definir las dimensiones de un cartel son: Los lugares en que deberá colocarse y el público a que estará destinado.

#### 1.5.5 El folleto

El folleto, según Norman Sanders y William Bevington, "... es un impreso que consta de 4, 6, 8, o un máximo de 48 páginas"<sup>30</sup>.

"El folleto es un librito o un manual que describe un servicio o mercancía y ayuda a venderla, adicionalmente debe transmitir la calidad y las características del servicio o las mercancías descritas"<sup>31</sup>.

El folleto es un medio de comunicación impreso, que contiene información clara y específica. Generalmente es el que informa con amplitud lo requerido, ya sea fines publicitarios, culturales (históricos), políticos, etc. Permite el manejo de información de manera completa y específica, comparado con el anuncio de la revista o un volante.

El uso de colores y formas es ilimitado, debido a las nuevas técnicas de impresión

Otra característica del folleto es el recurso fotográfico, en donde las exposiciones ilustran los aspectos que se van tratando o descubriendo en él.

Los folletos a diferencia de los volantes, son más atractivos para el consumidor, además de tener un período de existencia prolongado, el receptor puede conservarlos y recurrir a ellos para cualquier referencia.

Existe una gran diversidad de soportes para la realización de folletos, logrando que éstos sean más atractivos y originales en diseño y material.

La clasificación que se propone en cuanto a este medio gráfico impreso parte tomando como referencia el mensaje que se va a difundir así como los objetivos a cumplir:

- Publicitario: es el medio que difunde un producto, marca, nombre, etc., explotando las ventajas que éste ofrezca, a través de un texto más extenso, así como mayor número de ilustraciones y más gráficos que el cartel, por lo que en este caso se le considera un complemento del mismo porque suelen contener información más extensa que el propio cartel.

---

<sup>30</sup> Sanders, Norman, William Bevington, *Manual de Producción del Diseñador Gráfico*, Barcelona 1986, Ed. G.G.

<sup>31</sup> Murria, Ray, *Manual de técnicas*, Barcelona 1980, Ed. G.G.

- Informativo: es el que da a conocer un mensaje específico; es propuesto por la persona, asociación, empresa, etc., que tenga la necesidad de comunicar algo. En éste, como en todos los demás medios impresos, el diseñador es quien aporta la idea y plasma gráficamente la información que se proporciona.
- Social: es el que tiene como objetivos educar, enseñar al receptor por medio de información precisa e imágenes concretas de un tema específico; dentro de éste no se busca vender o promocionar algo, lo más importante es persuadir y convencer.
- Cultural: su finalidad es la difundir la cultura. Puede ser la promoción de eventos, obras de teatro, exposiciones, conciertos, conferencias y todas las actividades que se consideren culturales.
- Propaganda política: como su nombre lo dice, trata de comunicar o persuadir a las masas acerca de algo o de alguien; por ejemplo, los que se realizan para apoyar a algún candidato en proceso de elección.



Dentro de este tipo de folleto también se incluyen reseñas históricas de los mismos temas, así como de los lugares donde se llevarán a cabo los eventos; también se usan para publicar toda la información que se requiera, por lo que es posible manejar desde un solo tema hasta una mezcla de temas, lugares, etc.

Los formatos manejados más comúnmente, en cuanto a las medidas, son los siguientes:

- Carta: 21.5 x 28 cm., con dobleces de uno, dos, tres y hasta cuatro dobleces máximo, para que sea funcional.
- Oficio 21.5 x 34 cm., se puede manejar con la misma cantidad de dobleces, aunque lo hace más recomendable si se requieren varios dobleces, debido a que se ve más limpio el diseño<sup>32</sup>.

Existen diferentes estilos para un folleto, los cuales se mencionan a continuación:

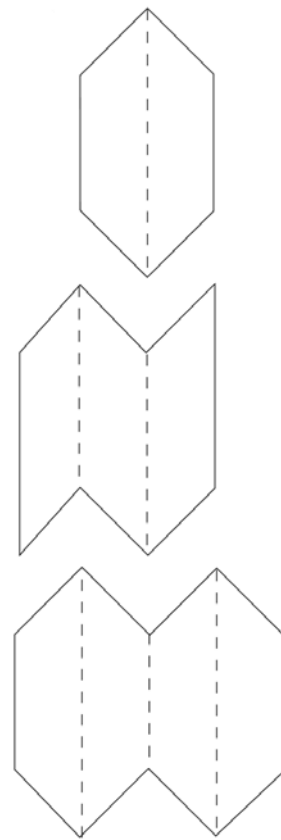
- 1) Díptico (un doblez) 4 páginas.
- 2) Tríptico ( 2 dobleces) 6 páginas.
- 3) Cuádruplo (3 dobleces) 8 páginas
- 4) Múltiplo (contiene más de 3 dobleces).
- 5) Folleto cartel. Cualquiera de los antes mencionados en un formato mayor a carta u oficio, que contenga información que respete

<sup>32</sup> Sanders, Norman, William Beviangton, *Op. Cit.*

la caja que los dobleces establecen y, por el otro lado, texto o incluya una imagen al tamaño del formato total.

#### Clasificación de dobleces para el folleto

- 1) Sistema acordeón. Es el estilo más sencillo, ya que todos los paneles tienen la misma anchura.
- 2) Sistema caracol. Debe tomarse en cuenta el grosor del papel, porque cada panel tiene una medida distinta, de tal modo que la anchura de los paneles cambia.



*Díptico  
Tríptico  
Cuádruplo*

*Definición de la  
Carpeta de Eventos Especiales*





Exponer una definición la carpeta de eventos especiales

## 2.1 Definición de la carpeta de eventos especiales

La Carpeta de Eventos Especiales es un folleto de auto cubierta con un total de 15 páginas, manejado en formato carta de 21.5 por 28 cm, impreso en papel bond de 90 grs. con un contenido de tipo publicitario, informativo y social.

## 2.2 Funciones de la carpeta de eventos especiales

Cuando se creó la Carpeta de Eventos para El Colegio se pretendía que en el objetivo general no estuviera implícita únicamente la intención de rentar el espacio, sino que además de proporcionar información de tipo comercial, también estuviera en condiciones de educar sobre los aspectos históricos de El Colegio, de dejarle algo al cliente que no sólo le estuviera vendiendo algo. Por lo tanto las funciones de la Carpeta de Eventos Especiales son básicamente tres: educar, informar y vender.



Carpeta de Eventos

- Educar; dentro de la Carpeta de Eventos Especiales, se hace una descripción histórica de los espacios que tiene El Colegio, tales como, el Anfiteatro Simón Bolívar, que data de principios del siglo XX; este recinto alberga el primer mural realizado por el maestro mexicano Diego Rivera, llamado La Creación (1922). La referencia anterior fue retomada íntegra de la carpeta de eventos. Ésta no es la única, sino que de cada espacio de El Colegio se hace una introducción para el cliente, para ilustrarlo acerca del lugar que está interesado en rentar.
- Informar; la Carpeta de Eventos contiene información específica de cada espacio al mismo tiempo que incluye los planos arquitectónicos de El Colegio, la capacidad de personas que caben en cada lugar, ya sea de pie o sentadas, las especificaciones técnicas para la renta de cada uno de éstos, el costo de cada uno, etc.
- Vender; la carpeta de eventos en su contenido está especificando que el objetivo primordial es, ante todo, convencer al posible cliente de que no existe mejor lugar en donde realizar un evento social que El Colegio, además de que contiene las tarifas correspondientes asignadas a cada espacio.

Sin embargo, de acuerdo a las clasificaciones sobre los temas que pueden manejarse en un medio impreso como en el folleto, la Carpeta de Eventos está funcionando como un medio publicitario, informativo y social.

- Publicitario; en su contenido se pueden encontrar aspectos básicos de la publicidad:
  - ✓ Ofrece un servicio el cual permite a las empresas la realización de un evento en un recinto histórico de la Ciudad de México.
  - ✓ Promueve, de acuerdo a las características de cada espacio, las ventajas que éste ofrece para la realización de un evento.
- Informativo; la carpeta de eventos contiene especificaciones necesarias según el espacio que se quiera, ya que cada uno de éstos tiene condiciones distintas. Contiene además reglamentos necesarios, que ayudan a que las instalaciones del edificio se mantengan intactas y que de esta forma el cliente desarrolle de manera adecuada su evento dentro de éste recinto.
- Social; en su contenido maneja información histórica en la cual se desarrollan aspectos tan importantes como la arquitectura, la pintura y el arte.

### **2.3 Contenido que conforma a la Carpeta de Eventos Especiales ANTIGUO COLEGIO DE SAN ILDEFONSO**

El Antiguo Colegio de San Ildefonso es uno de los recintos culturales más importantes del país. Nuestra misión es realizar exposiciones temporales que den a conocer el acervo arqueológico, histórico y artístico de México y del mundo, así como ofrecer al visitante una experiencia rica y novedosa que fomente el aprendizaje y atienda sus preferencias, inquietudes y necesidades.

El museo está alojado en uno de los recintos más importantes del Centro Histórico de la Ciudad de México. El edificio fue sede del colegio jesuita más prestigioso de la Nueva España, primera casa de la Escuela Nacional Preparatoria y cuna de la Universidad Nacional. San Ildefonso cuenta además con un extraordinario acervo constituido por las primeras pinturas murales de José Clemente Orozco, Diego Rivera y David Alfaro Siqueiros, entre otros artistas.

#### ***UN EVENTO INOLVIDABLE... EN UN CENTRO CON HISTORIA***

Con el fin de obtener los recursos necesarios para el funcionamiento de su programa cultural, el Antiguo Colegio de San Ildefonso abre sus puertas a instituciones, empresas y particulares, interesados en realizar eventos, seminarios, conferencias y otras actividades sociales y académicas, en el marco de este histórico recinto. La normativa de nuestra institución no permite la realización de eventos políticos o religiosos.

## **ANFITEATRO SIMÓN BOLÍVAR**

Construido a principios del siglo XX, este recinto alberga el primer mural realizado por el maestro mexicano Diego Rivera, llamado La Creación (1922). Desde entonces, el Anfiteatro Simón Bolívar ha sido sede de numerosos eventos relacionados con la vida cultural y académica de México. Cuenta con 450 cómodos asientos distribuidos en isóptica. Gracias a su excelente diseño y acústica es ideal para la realización de congresos, conferencias, conciertos, seminarios, eventos artísticos, culturales o empresariales, que pueden complementarse con un cóctel en su vestíbulo o en alguno de los patios de El Colegio.

## **SALÓN EL GENERALITO**

Este hermoso salón jesuita del siglo XVIII cuenta con una extraordinaria sillería en madera de nogal tallada por el artista novohispano Salvador de Ocampo. Este mobiliario que recrea diversos pasajes bíblicos, perteneció originalmente al coro de la iglesia del exconvento de San Agustín, hoy la Biblioteca Nacional de México.

Actualmente, el recinto tiene capacidad para recibir hasta 150 personas, por lo que es una excelente opción para presentaciones de libros, recitales y conciertos de cámara.

## **PATIOS**

### **PRINCIPAL**

Enmarcado por los murales del maestro José Clemente Orozco, este hermoso espacio cuenta con una superficie de 355m<sup>2</sup> y resulta ideal para la realización de cócteles y cenas de gala. La conjunción entre su hermosa arquitectura y los jardines interiores que lo decoran proporcionarán a su evento un toque de distinción y exclusividad que usted requiere. El patio tiene una capacidad de hasta 400 personas sentadas o 900 de pie.

### **DE PASANTES**

Considerado como uno de los espacios antiguos más impresionantes del Centro Histórico, este patio se destaca por sus tres niveles de arcadas de estilo barroco, muestra única de la arquitectura jesuita. Cuenta con una superficie de 417 m<sup>2</sup>. Su disposición rectangular es idónea para la realización de cenas de gala, presentaciones, pasarelas, recitales y espectáculos de teatro y danza. Tiene capacidad para 380 personas sentadas o 700 de pie.

### **DE ACCESO**

Forman parte del conjunto anexo construido a principios del siglo XX para albergar las oficinas de la Universidad Nacional. A partir de un original diseño, su fachada se inspira en la arquitectura del siglo XVIII de estilo barroco y sus espacios interiores siguen pautas neocoloniales. Por su carácter más íntimo es recomendable para ofrecer pequeñas cenas o cócteles. El área disponible es de 180 m<sup>2</sup> y tiene cupo para 120 personas sentadas o 200 de pie.

## **SALONES Y CORREDORES**

### **SALÓN JOSÉ CLEMENTE OROZCO**

Ubicado en el tercer nivel del edificio, ofrece una de las mejores vistas de El Colegio, pues a través de sus dos grandes ventanales pueden admirarse hacia el norte los murales de José Clemente Orozco y hacia el sur la hermosa arcada de los Patios de Acceso. Se trata de un espacio sobrio y versátil que puede utilizarse lo mismo para pequeñas cenas o cócteles que para conferencias, presentaciones, seminarios y actividades de corte académico o empresarial. El salón José Clemente Orozco puede recibir hasta 110 personas sentadas o 130 de pie.

### **SALÓN DIEGO RIVERA**

Ubicado en el tercer nivel del edificio, a un costado de los maravillosos murales de José Clemente Orozco, este pequeño salón resulta perfecto para brindar a su evento un ambiente íntimo y confortable. En su interior pueden realizarse reuniones de trabajo, conferencias o cenas pequeñas. Tiene capacidad para 50 personas sentadas o de pie.

## **CORREDORES**

Tanto, el Patio Principal y el Patio de Pasantes, están ceñidos por corredores que también pueden ser utilizados para la realización de cenas y cócteles. Ideal para grupos reducidos que desean disfrutar de un ambiente único, rodeado de la arquitectura barroca del recinto y de la pintura mural que lo decora.

## **VISITAS ESPECIALES**

Disfrute de la arquitectura y riqueza del museo y recorra nuestras exposiciones temporales de una forma única y exclusiva. Contrate alguna de nuestras visitas guiadas privadas y compruebe que en San Ildefonso siempre hay algo nuevo que ver. Los recorridos son conducidos por conferencistas altamente calificados y pueden programarse en horarios preferentes a puerta cerrada. Cada vez que una empresa o institución realiza un evento en El Antiguo Colegio de San Ildefonso, contribuye a continuar presentando exposiciones y actividades de gran calidad, así como a preservar nuestro edificio y murales.

## **SERVICIOS ADICIONALES**

- Apoyo logístico.

- Seguridad.
- Sanitarios (dispuestos en la esquina noreste del Patio de Pasantes y en Patios de Acceso)
- Equipo de sonido (sólo en Anfiteatro Simón Bolívar y Salón El Generalito).
- Podium.
- Tarimas.

Estos servicios estarán disponibles previa solicitud al área de Servicios al Público y Obtención de Fondos.

### **¿ALGUNA DUDA?**

Área de Servicios al Público y Obtención de Fondos

Teléfonos: 57 02 63 78, 57 89 07 68, 57 95 59 22

E-mail: [ildefrp@servidor.unam.mx](mailto:ildefrp@servidor.unam.mx), [servicios@sanildefonso.org.mx](mailto:servicios@sanildefonso.org.mx)

Lunes a viernes: 10:00 a 15:00 y 17:00 a 19:00

Antiguo Colegio de San Ildefonso

Justo Sierra 16, 2º piso

Centro Histórico

06020 México, DF.

[www.sanildefonso.org.mx](http://www.sanildefonso.org.mx)

### **PLANOS**

#### **PLANO 1**

##### **PLANTA BAJA**

Restaurante El Cardenal

Salón Generalito

Capilla

Anfiteatro Simón Bolívar

Tienda

Guardarropa

Salas de Exposición

#### **PLANO 2**

##### **PRIMER PISO**

Cafetería

Salas de Exposición

#### **PLANO 3**

##### **SEGUNDO PISO**

Salón José Clemente Orozco

Salón Diego Rivera

### **ANTIGUO COLEGIO DE SAN ILDEFONSO**

### **REGLAMENTO PARA EL USO DE ESPACIOS EN EVENTOS ESPECIALES**

1.- EL CLIENTE presentará al Área de Servicios al Público y Obtención de Fondos de EL COLEGIO una solicitud por escrito en la que especificará el espacio requerido, la fecha y el horario en la que realizará su evento, el propósito del mismo y el programa de actividades, comprometiéndose EL COLEGIO a otorgar el uso de las instalaciones previamente convenidas y cuyas áreas se especifican en el contrato que deberá firmarse. Queda estrictamente prohibido el uso de las instalaciones para la realización de actos de carácter político o religioso.

2.- EL CLIENTE se comprometerá a realizar su evento en los espacios y horarios previamente convenidos con la Coordinación de Servicios al Público y Obtención de Fondos de EL COLEGIO. EL CLIENTE no podrá disponer a su arbitrio de ninguna otra área de EL COLEGIO. En caso de requerir realizar cambios en el programa del evento o de solicitar espacios adicionales, EL CLIENTE deberá informar por escrito al Área de Servicios al Público y Obtención de Fondos, quien evaluará si autoriza dichos cambios.

3.- EL CLIENTE se compromete a cubrir el donativo previamente acordado con el Área de Servicios al Público y Obtención de Fondos de EL COLEGIO, mediante el pago del 50% de anticipo al momento de contratar el servicio y el 50% restante, o cualquier importe adicional, a más tardar el viernes anterior al día del evento. Una vez firmado el contrato con EL COLEGIO, la cancelación por parte de EL CLIENTE se penalizará mediante la entrega a EL COLEGIO del 20% del donativo originalmente establecido.

4.- En los eventos nocturnos que se realicen en EL COLEGIO se cobrará tiempo extra a partir de las 00:00 horas:

- a) Por el uso de los espacios de EL COLEGIO, a razón de \$2,500.00 (Dos mil quinientos pesos 00/100 MN.) por cada hora o fracción transcurrida hasta la finalización del evento, que no deberá exceder de las 2:00 horas.
- b) Por la prestación de servicios del personal necesario para el funcionamiento de EL COLEGIO (seguridad, limpieza etc.), a razón de \$ 500.00 (Quinientos pesos 00/100 MN.) la hora.
- c) En caso de que el evento se prolongue más allá de las 2:00 horas del día siguiente, se cobrarán \$4,000.00 (Cuatro mil pesos 00/100 MN.) por hora o fracción transcurridas.
- d) En caso de que el evento se realice en el Anfiteatro Simón Bolívar y/o el Salón El Generalito, y que éste se prolongue más allá de las 22:00 horas, se cobrarán \$300. 00 (Trescientos pesos 00/100 MN.) adicionales por la prestación de servicios del personal necesario para el funcionamiento de estos recintos.

5.- En caso de que EL CLIENTE solicite a EL COLEGIO recibo deducible de impuestos por el donativo neto aportado, éste lo gestionará como Mandato Antiguo Colegio de San Ildefonso.

6.- Queda estrictamente prohibido maltratar las paredes, pisos, puertas, ventanas, jardineras o alterar de cualquier manera la apariencia general de EL COLEGIO. EL CLIENTE se hace responsable de los daños ocasionados a las instalaciones de EL COLEGIO por cualquiera de los participantes de su evento (incluyendo a los proveedores de servicios, agrupaciones musicales, etc.) Dichos desperfectos deberán ser reparados a la brevedad posible y su costo será cubierto íntegramente por EL CLIENTE.

7.- Los eventos diurnos que EL CLIENTE realice en las instalaciones asignadas no podrán interferir u obstaculizar las actividades previamente programadas por EL COLEGIO.

8.- En el caso de la contratación de los patios, salones y salas de EL COLEGIO, EL CLIENTE deberá establecer contacto con el Área de Servicios al Público y Obtención de Fondos de EL COLEGIO por lo menos una semana antes de la fecha del evento para informarle sobre los proveedores contratados, identificar las áreas asignadas a servicios y cocina y coordinar su instalación en EL COLEGIO.

En caso de que EL CLIENTE no cumpla con las normas establecidas para la prevención de incendios, el evento se suspenderá inmediatamente. Asimismo, EL CLIENTE dará a conocer sus necesidades técnicas y materiales al Área de Servicios al Público y Obtención de Fondos de EL COLEGIO con dos semanas de anticipación al evento. En caso de que EL CLIENTE requiera de equipo adicional de sonido o iluminación podrá contratarlo por su cuenta, pero deberá informar sobre el particular a EL COLEGIO.

9.- En el caso de la contratación del Anfiteatro Simón Bolívar y/o el Salón El Generalito, EL CLIENTE deberá establecer contacto con la Coordinación de los Recintos Universitarios de EL COLEGIO por lo menos una semana antes de la fecha del evento para informarle sobre los proveedores contratados, identificar las áreas asignadas a servicios y coordinar su instalación en EL COLEGIO.

Asimismo, EL CLIENTE entregará al Área de Servicios al Público y Obtención de Fondos una lista con sus necesidades técnicas y materiales. Dicha lista deberá anexarse a la solicitud y se considerará requisito indispensable para que EL COLEGIO confirme los espacios.

10.- EL CLIENTE no podrá instalar estructuras provisionales sin la autorización previa de EL COLEGIO. En lo concerniente a los patios Principal y de Pasantes sólo podrán colocarse módulos estructurales cubiertos con lona plástica.

11.- EL COLEGIO no se hace responsable por los daños o pérdidas de artículos ingresados por parte de EL CLIENTE, ni por los equipos que no sean retirados al término del evento.

12.- Los planes para la decoración del evento deberán ser aprobados por EL COLEGIO. La decoración ajena a EL COLEGIO no deberá modificar la apariencia general del inmueble y será retirada al término del evento.

13.- En el caso de la contratación de los patios, salones y salas de EL COLEGIO, el acceso de proveedores y servicios a las instalaciones de EL COLEGIO se hará de 7:00 a 10:00 hrs. y de 18:30 hrs. en adelante. En caso de requerir mayor disponibilidad de horario, EL CLIENTE hará los arreglos pertinentes con el Área de Servicios al Público y Obtención de Fondos de EL COLEGIO.

Asimismo, EL CLIENTE deberá proporcionar al Área de Servicios al Público y Obtención de Fondos una lista de los proveedores contratados y de las personas que requieran acceder a las instalaciones de EL COLEGIO.

14.- En el caso de la contratación del Anfiteatro Simón Bolívar y/o el Salón El Generalito, el acceso de proveedores y servicios a las instalaciones de EL COLEGIO se hará en el horario señalado en la cláusula anterior. En caso de requerir mayor disponibilidad de horario, EL CLIENTE hará los arreglos pertinentes con la Coordinación de los Recintos Universitarios. Asimismo, EL CLIENTE deberá proporcionar a la Coordinación de Recintos Universitarios una lista de los proveedores contratados y de las personas que requieran acceder a dichos recintos de EL COLEGIO.

15.- Queda estrictamente prohibido fumar o ingresar con alimentos dentro de las salas de exhibición y en el área de murales de EL COLEGIO.

16.- En caso de requerir el Anfiteatro Simón Bolívar y/o el Salón Generalito para la realización de algún concierto o presentación artística, actividades de orden académico o presentaciones privadas, EL CLIENTE entregará al Área de Servicios al Público y Obtención de Fondos de EL COLEGIO el programa general del evento. Asimismo, en el caso de actividades artísticas, deberá agregarse también el currículum del intérprete(s) o participante(s) El programa y el currículum deberán anexarse a la solicitud y se considerarán requisito indispensable para que EL COLEGIO confirme los espacios.

17.- En el caso de la contratación del Anfiteatro Simón Bolívar, EL CLIENTE no podrá, bajo ninguna circunstancia:

- a) Fumar o introducir alimentos en la sala.
- b) Retirar las banderas, el escudo de la Universidad Nacional Autónoma de México o los pianos que se encuentran en el escenario.
- c) Cubrir los murales del vestíbulo o de la sala.
- d) Utilizar cámaras fotográficas con flash (El permiso para tomas fotográficas deberá solicitarse anticipadamente al Área de Servicios al Público y Obtención de Fondos)

18.- En el caso de la contratación del Salón El Generalito, EL CLIENTE no podrá, bajo ninguna circunstancia:

- a) Fumar o introducir alimentos en las salas.
- b) Utilizar cámaras fotográficas con flash (El permiso para tomas fotográficas deberá solicitarse anticipadamente al Área de Servicios al Público y Obtención de Fondos)



- c) Sentarse en la sillería o hacer uso de la cátedra.
- d) Retirar el piano que se encuentra en el recinto.

19.- Los espacios solicitados por EL CLIENTE sólo se considerarán formalmente reservados a partir de la firma del contrato con EL COLEGIO.

*Desarrollo de la metodología  
de Qui Bonniepe*



*Justificar el uso de la metodología de Gui Bonsiepe y explicar cada uno de los puntos que la integran.*

### **3.1 Justificación del uso de la metodología de Gui Bonsiepe**

La metodología es la columna vertebral de toda investigación y cuando se elige una en específico, ésta debe ofrecer una serie de directivas que permitan la aclaración de la estructura del proceso proyectual; es decir, que todos los puntos a desarrollar, nos lleven a una solución común.

La metodología que sugiere Gui Bonsiepe está basada en la recopilación de información concisa que ayude a solucionar problemas por medio de la correcta toma de decisiones, del mismo modo, al usar una metodología, se busca que ésta evite la explicación redundante de ciertos hechos y se fundamente en argumentos sólidos.

Asimismo, se entiende como un *proceso proyectual* a la secuencia alternada de crear y reducir la variedad<sup>1</sup>, lo cual sugiere que el propósito de crear está controlado por pocas variantes, enfocando el campo de acción del diseño a una cosa en específico; lo anterior establece que la actual metodología lleva en sí misma un control sobre la variabilidad del diseño, no permitiendo que éste se dispare, sino concentrándolo en el hecho mismo de dar soluciones viables a la investigación.

De esta forma, el método de proyectación, sugiere desglosar el proceso de diseño a través de la división del problema en una jerarquización de subproblemas, le da un orden prioritario a cada punto en la investigación y permite también una correcta secuencia de acciones en cuanto a contenido y procedimientos.

### **3.2 Estructuración del Problema**

El problema es el objetivo por el cual se va a desarrollar la metodología, es aquello a lo que se le va a buscar solución, por lo tanto, al hablar de una estructuración, se entiende que es poner en orden aquello que se intenta resolver.

#### *3.2.1 Detectar una necesidad*

Una *necesidad* es el motivo, la razón de algo, por lo tanto en este punto se va a identificar el motivo o razón de nuestro problema.

La escritura es el medio más común y el más fácil para explicar algo, por más difícil que esto sea; el hábito de releer el material escrito, permite siempre una mejor comprensión del problema.

#### *3.2.2 Evaluar la necesidad*

Esta fase consiste en acomodar las razones de nuestra investigación, de acuerdo a la importancia que tiene cada una de ellas.

#### *3.2.3 Analizar el problema proyectual respecto a su justificación*

Este punto se refiere a hacer una distinción y separación de todo el objeto de nuestra investigación en razón de encontrar el por qué de la misma.

#### *3.2.4 Definir en términos generales el problema proyectual*

Se debe explicar el objeto de nuestra investigación de manera muy general.

#### *3.2.5 Precisar el problema proyectual*

Es describir exactamente y de forma específica el objeto de nuestra investigación.

---

<sup>1</sup> *Ibidem.*

### *3.2.6 Subdividir el problema en subproblemas*

Se trata de desglosar el objeto de nuestra investigación en varios puntos que permitan una mejor interpretación del mismo.

### *3.2.7 Jerarquizar subproblema*

Es el ordenamiento, de mayor a menor importancia, de los puntos del desglose de nuestro objeto de investigación:

### *3.2.8 Analizar soluciones existentes*

Es la revisión de los antecedentes o de aquello que se encuentra vigente antes de iniciar la investigación.

## **3.3 Diseño**

En esta parte de la metodología se propondrán varias posibles soluciones para nuestro problema, posteriormente se realizará una evaluación de éstas para elegir la solución que resulte adecuada.

### *3.3.1 Desarrollar alternativas o ideas básicas*

En este punto se desarrollarán las primeras ideas, de las cuales se elegirá una, para después proceder a darle tratamiento gráfico, lo cual significa que se depurará el diseño hasta obtener un resultado que satisfaga las necesidades planteadas por la Institución. Este punto se desarrollará en el capítulo final.

### *3.3.2 Examinar alternativa*

Este paso consiste en hacer una observación y una descripción de cada uno de los bocetos o ideas realizadas en el paso anterior para, posteriormente, elegir aquella que cumpla con los requerimientos de nuestro problema.

### *3.3.3 Seleccionar alternativa*

En este punto se procederá a la elección de algún boceto o idea propuesta de acuerdo a la manera en que se ajuste a la necesidad que se tiene; la selección se realizará con base en las exigencias específicas del problema.

### *3.3.4 Detallar alternativa seleccionada*

A continuación, se realizarán ajustes de precisión al boceto de tal forma que éstos permitan una depuración. En este punto se pueden experimentar diferentes formas de estilización gráfica, para que el boceto elegido pueda convertirse en la solución del problema.

### *3.3.5 Construir prototipo*

De acuerdo a los ajustes y modificaciones realizadas en el punto anterior, se procederá a la construcción y el armado de un primer ejemplar, lo que permitirá realizar una evaluación detallada del trabajo final.

### *3.3.6 Introducir eventuales modificaciones*

En esta parte del proceso se pueden hacer algunas modificaciones por parte del cliente, pero se debe evaluar qué tan factible es incluirlas, ya que pueden o no considerarse como permanentes para el trabajo final.

### *3.3.7 Evaluar prototipo*

En esta fase se hará una valoración de cada aspecto que conforma al trabajo final, la cual consiste en revisar detalladamente que a todos los gráficos que lo conforman se les haya dado un correcto uso al final del proyecto.

#### *3.3.8 Construir prototipo modificado*

En esta etapa del proyecto se introducirán las posibles modificaciones realizadas en puntos anteriores, para proceder a la construcción del segundo ejemplar, en donde éstas serán incluidas.

#### *3.3.9 Evaluar prototipo modificado*

En este punto se analizará el trabajo completo de acuerdo a las modificaciones que se le han incluido en el punto anterior, haciendo una valoración final muy general que permita ver resultados a lo largo de todo el proceso realizado.

#### *3.3.10 Fabricación del dummy*

En esta etapa se construirá un ejemplar final que incluya todas las modificaciones y especificaciones de presentación que debe poseer.

### **3.4 Realización**

Esta parte de la metodología se refiere a la reproducción del trabajo realizado para su distribución.

#### *3.4.1 Fabricar pre-serie*

En este punto se va a desglosar el trabajo anterior a la fase reproducción; en el caso del diseño editorial, equivale a preparar el archivo de salida para hacer los negativos, la formación y posteriormente la impresión; también es necesario hacer la indicación del papel sobre el cual se va a realizar la impresión. A todo lo anterior se le conoce como *trabajo de pre prensa*.

#### *3.4.2 Elaborar estudio de costos*

Para la realización de este punto es necesario hacer diversas cotizaciones en empresas que se dediquen a vender materiales necesarios para la impresión o a la realización de trabajos de impresión, para así encontrar los precios más accesibles para la reproducción del trabajo.

#### *3.4.3 Analizar el diseño de acuerdo a las condiciones específicas del productor*

Para el desarrollo de este punto, será importante hacerle una visita a la empresa que se va a encargar del proceso de impresión, será necesario conocer su maquinaria y algunos trabajos anteriores, lo cual habla de la capacidad y accesibilidad que tiene la empresa de impresión de llevar a cabo de manera correcta la realización del trabajo. Lo anterior servirá para que el diseñador evalúe la profesionalidad del impresor ante el problema que implica el trabajo a realizar.

#### *3.4.4 Producción en serie*

En este apartado se empezará a realizar un determinado tiraje del trabajo, el cual implica, la supervisión de la impresión, el correcto uso de la materia prima, la realización de pruebas antes de iniciar con la producción del tiraje y lo más importante recibir el visto bueno del cliente en las primeras muestras.

#### *3.4.5 Evaluar el producto después de un tiempo determinado de uso*

La intención de este punto es evitar que el trabajo quede invalidado por el factor tiempo, es decir, impedir que el trabajo después de estar en funcionamiento una temporada empiece a crear en las personas que lo consumen una costumbre y deje de ser impactante.

#### *3.4.6 Introducir eventuales modificaciones*

En caso de que después de una evaluación del trabajo éste resultara anticuado para el tiempo en el que está en uso, se procederá a modificarlo previamente, de acuerdo a las modificaciones que se sugieren en el punto 3.3.5 de esta metodología.

*El Antigua Colegio de  
San Ildefonso*

4

Se comentará la historia de El Antiguo Colegio de San Ildefonso y se especificarán las funciones del área de Servicios al Público y Obtención de Fondos

#### 4.1 Introducción a El Antiguo Colegio de San Ildefonso

El Colegio de San Ildefonso fue fundado por la Compañía de Jesús hacia el año de 1588, como residencia para los estudiantes de otros colegios jesuitas en la ciudad. A partir de 1611 sirvió como residencia e internado para el cercano Colegio de San Pedro y San Pablo, para después funcionar de manera independiente, con cursos propios, hasta llegar a convertirse en una de las instituciones educativas para religiosos y seculares más prestigiadas de la ciudad durante los siglos XVII y XVIII. A partir de la expulsión de los jesuitas en 1767, El Colegio tuvo diversas funciones, preferentemente en el campo educativo, hasta el establecimiento de la Escuela Nacional Preparatoria en 1867. Esta institución se convirtió luego en el núcleo central de la Universidad Nacional, restaurada en 1910, donde alojó el plantel principal de las Preparatorias no. 1 y en el turno vespertino la no. 3, hasta 1978.



Fachada de El Colegio por la calle de San Ildefonso

El edificio actual de El Colegio se compone de dos grandes zonas: la perteneciente al barroco de la primera mitad del siglo XVIII, con tres grandes patios, ubicada sobre la calle de San Ildefonso; la segunda fue añadida al sur de la anterior, con dos patios, que incluye el Anfiteatro Simón Bolívar, sobre la calle de Justo Sierra, edificada entre 1907 y 1931.

El Antiguo Colegio es una construcción característica de muros de mampostería con fachadas recubiertas con adornos barrocos, con grandes patios hechos de sillarejo de tezontle -escoria volcánica de color rojizo y gran ligereza- enmarcados por marcos, cornisas, pilastras y portadas de Chiluca -piedra sedimentaria de color grisáceo-, lo que lo convierte en un extraordinario exponente de la arquitectura dieciochesca de la Ciudad de México. De sus cinco patios, cuatro están dentro del área destinada a las exhibiciones y todos están ceñidos por bellas fachadas interiores formadas por arcadas en sus tres niveles. El Colegio cuenta además con un extraordinario acervo constituido por las pinturas murales que decoran algunos de sus muros. Es por ello que San Ildefonso puede ser considerado cuna del movimiento muralista mexicano.<sup>1</sup>

En 1992 el conjunto monumental fue restaurado, con objeto de convertirlo en un recinto abierto a múltiples y diversas actividades culturales y para albergar exposiciones temporales de gran relevancia. La restauración, llevada a cabo por el despacho del arquitecto Ricardo Legorreta, permitió mostrar el valor arquitectónico original, liberando al edificio de todas las modificaciones y elementos que con el tiempo y las necesidades

<sup>1</sup> Revista libro, *Colegios Jesuitas*, Artes de México, No. 58 año 2001



académicas se la habían ido añadiendo. Con esta transformación se logró dotar al edificio con 23 salas para exposiciones temporales, un salón de descanso, un salón de usos múltiples, una cafetería y una tienda, convirtiéndose así en el más grande espacio museográfico de la ciudad de México.

Esta nueva etapa de la vida de El Colegio dio inicio con la magna exposición “México: Esplendores de Treinta Siglos”. A partir de entonces, San Ildefonso ha sido sede de importantes exposiciones nacionales e internacionales y ha recibido alrededor de tres millones de visitantes.

#### **4.2 El Mandato de El Antiguo Colegio de San Ildefonso**

El Mandato de El Antiguo Colegio de San Ildefonso es la unión de tres instituciones que se encargan de auspiciar el proyecto cultural de El Colegio, y esta conformado de varias instancias para su debido funcionamiento, como son:

##### *4.2.1 Comité Técnico del Mandato*

Está integrado por los titulares de las instituciones que forman el Mandato: la Universidad Nacional Autónoma de México; el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, y el Gobierno del Distrito Federal. Cada titular tiene un suplente. El Comité Técnico se reúne por convocatoria dos veces al año.

Funciones:

- Designa al Coordinador Ejecutivo.
- Aprueba el programa de trabajo y el presupuesto.
- Asigna el presupuesto.
- Vigila el cumplimiento del programa de trabajo.

##### *4.2.2 Secretario de Actas*

Es nombrado por el Comité Técnico por un período indefinido. No recibe honorarios.

Funciones:

- Convoca el Comité Técnico.
- Redacta las actas del Comité Técnico y del Subcomité Financiero.
- Recaba las firmas de los integrantes.

Proporciona a cada uno de los miembros copia de las actas.



Fachada de El Antiguo Colegio de San Ildefonso,.

##### *4.2.3 Subcomité Financiero*

Integrado por representantes de cada una de las instituciones integrantes del Mandato. Se reúne cada dos meses y es convocado por el Coordinador Ejecutivo.

Funciones:

- Conoce, revisa y aprueba la administración del Mandato, tanto de las aportaciones institucionales como los ingresos propios.
- Es responsable del buen uso de los recursos.

- Determina el uso y la aplicación de los recursos.

#### 4.2.4 *Coordinación Ejecutiva*

Planea y coordina las acciones necesarias para el cabal cumplimiento de la misión de El Antiguo Colegio de San Ildefonso. El Coordinador Ejecutivo es nombrado por el Comité Técnico por un periodo indefinido.

Funciones:

- Prepara y propone el programa anual de exposiciones y de actividades complementarias que permitan El Antiguo Colegio de San Ildefonso cumplir con su misión.
- Prepara y propone el presupuesto anual.
- Propone el programa anual de equipamiento y conservación del edificio, en coordinación con la Dirección de Patrimonio de la UNAM.
- Define y presenta el organigrama para la adecuada realización de los proyectos.
- Contrata el personal.
- Coordina la administración de los fondos recibidos y supervisa el cumplimiento del programa de trabajo.
- Propone estrategias de difusión y promoción de las actividades realizadas en El Antiguo Colegio de San Ildefonso.
- Elabora y presenta los informes al Comité Técnico.
- Elabora y presenta los informes financieros a los subcomités financieros.



Patios principales y corredores

### 4.3 **Objetivos de El Antiguo Colegio de San Ildefonso**

A partir de la nueva etapa de la vida de El Colegio, la cual dio inicio con la magna exposición “México, Esplendores de Treinta Siglos”. El Colegio se ha convertido en un centro cultural de primera importancia que busca cumplir con dos grandes objetivos:

- Presentar exposiciones de arte que por una parte familiaricen al público mexicano con la riqueza y la diversidad de su acervo artístico y mostrar colecciones de importancia provenientes de museos extranjeros aún no presentadas en México.
- Organizar actividades artísticas para diversos públicos en las áreas que no son utilizadas para exposiciones. Estas actividades tienen como propósito lograr un mayor acercamiento de la comunidad hacia El Colegio.

#### 4.3.1 *Exposiciones que ha tenido El Antiguo Colegio de San Ildefonso*

Desde el año de 1992, El Antiguo Colegio de San Ildefonso ha sido sede de importantes exposiciones nacionales e internacionales y ha recibido alrededor de dos millones de visitantes.

A continuación se mencionan cada una de ellas en orden cronológico:

México, Esplendores de Treinta Siglos  
Noviembre 1992 - mayo 1993  
900,000 visitantes

Tesoros Artísticos del Vaticano. Arte y Cultura de Dos Milenios  
Noviembre 1993 - febrero 1994  
400,000 visitantes

Photoplay. The Chase Manhattan Bank Collection  
Noviembre 1993 - enero 1994  
(Número de visitantes incluido en el anterior)

Arte y Mística del Barroco  
Marzo 1994 - junio 1994  
70,000 visitantes

México en la obra de Jean Charlot  
Abril 1994 - junio 1994  
(Número de visitantes incluido en el anterior)

La Magia del Grabado.  
La Colección de la Antigua Academia de Artes de San Carlos  
Julio 1994 - diciembre 1994  
87,000 visitantes

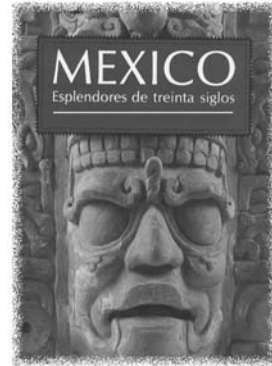
Arte Islámico del Museo Metropolitano de Arte de Nueva York  
Octubre 1994 - enero 1995  
(Número de visitantes incluido en el anterior)

Jalisco: Genio y Maestría  
Febrero 1995 - mayo 1995  
36,000 visitantes

Ana Frank en el Mundo, 1929-1945  
Abril 1995 - junio 1995  
9,000 visitantes

Dioses del México Antiguo  
Diciembre 1995 - agosto 1996  
300,000 visitantes

Luis Barragán: Sitio+Superficie  
Marzo 1996 - abril 1996  
(Número de visitantes incluido en el anterior)



Arte Popular Mexicano, Cinco Siglos  
Octubre 1996 - marzo 1997  
95,200 visitantes

Arte Chido El Arte de la Violencia  
Abril 1997 - junio 1997  
8,750 visitantes

Luz del Icono  
Agosto 1997 - enero 1998  
61,150 visitantes

Los Ecos de Mathias Goeritz  
Diciembre 1997 - abril 1998

Y aún veo sus rostros...imágenes del  
pueblo judío polaco  
Junio - septiembre 1998

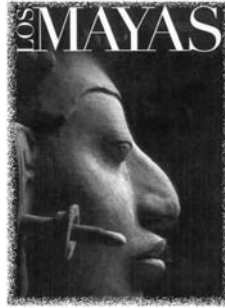
En tus ojos o en los míos. Colección  
Fotográfica de Carlos Monsivais  
Septiembre - octubre 1998

Fragmentos del Pasado. Murales  
Prehispánicos  
Septiembre 22 - marzo 21, 1998

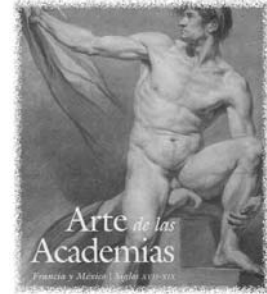
Mex-mess  
Marzo 16 - 28, 1999  
A Fin de siglo. Cien años de Arquitectura  
Noviembre 25, 1998 - abril 25, 1999.



Los mayas  
Agosto 4 - diciembre 30, 1999  
415,000 visitantes



Arte de las academias Francia y México.  
Siglos XVII-XIX  
Octubre 28, 1999 - enero 30, 2000  
33,638 visitantes



Sigmund Freud, coleccionista  
Mayo 4 - agosto 27, 2000  
62,000 visitantes



Arte Moderno de México 1900-1950  
Julio 7 - octubre 8, 2000  
11,630 visitantes

El mundo de Carlos V. De la España  
medieval al Siglo de Oro  
Noviembre 5, 2000 - febrero 28, 2001



Fernando Botero Cincuenta años de vida  
artística  
Marzo 21 - Julio 13, 2001

Descubridores del Pasado en Mesoamérica  
Noviembre 23, 2001 - Marzo 31, 2001

India-México. Exposición Fotográfica  
Febrero 7 - Abril 28, 2001

Además de las exposiciones, en el Colegio se realizan otras actividades culturales y artísticas, entre las que se encuentran conciertos, presentaciones de libros, seminarios, conferencias y festivales.

#### 4.4 Áreas de El Antiguo Colegio de San Ildefonso

##### 4.4.1 Museografía

Realiza el proyecto museográfico y de las exposiciones temporales.

#### *4.4.2 Mantenimiento y Producción Museográfica*

Se ocupa del mantenimiento de las instalaciones de El Colegio y realiza el montaje de las exposiciones temporales.

#### *4.4.3 Exposiciones y Registro de Obra*

Coordina la realización de exposiciones temporales que se presentan en El Antiguo Colegio de San Ildefonso, realizando un trabajo de enlace entre la curaduría, la museografía y las editoriales participantes en cada proyecto. Además gestiona el préstamo de las obras de arte que integran las muestras e implementa las medidas necesarias para su adecuado manejo y conservación.

#### *4.4.4 Servicios Pedagógicos*

Fomenta el aprendizaje, facilitando al visitante las herramientas para acercarse y conocer las colecciones de arte que presenta El Antiguo Colegio de San Ildefonso.

#### *4.4.5 Voluntariado*

Coordina, supervisa y evalúa el trabajo de los voluntarios dentro de El Colegio.

#### *4.4.6 Servicios al Público y Obtención de Fondos*

Coordina y evalúa la atención que El Colegio brinda al público visitante, así como su desarrollo y mantenimiento, además de contactar a posibles donantes.

#### *4.4.7 Comunicación*

Difunde y promueve las actividades culturales que se realizan en El Antiguo Colegio de San Ildefonso, a fin de darlas a conocer al público en general y provocar la asistencia de un público específico.

#### *4.4.8 Administración*

Administra los recursos institucionales y propios de manera óptima, con el objeto de cumplir con el programa de trabajo.

#### *4.4.9 Patronato*

Organización civil constituida con el fin de apoyar a El Colegio en el cumplimiento de su misión, a través de aportaciones de capital, ideas y relaciones personales.

### **4.5 Área de Servicios al Público y Obtención de Fondos de El Antiguo Colegio de San Ildefonso**

Esta área es una de las más importantes dentro de El Colegio y aunque se divide en dos, ambas trabajan coordinadamente.

#### *4.5.1 Servicios al Público*

Se encarga de dar servicio permanente al público que visita El Colegio diariamente; todo esto se logra a través de:

1. Coordinar los módulos de informes; éstos le proporcionan al visitante ubicaciones específicas de los salones, auditorios y patios, así como de eventos y actividades; sin embargo, no se limitan a informar sobre actividades internas de El Colegio: algunas veces



Montaje de Exposiciones

proporcionan información de otras actividades en otros recintos. Los módulos son atendidos por personas que prestan sus servicios voluntariamente para apoyar a El Colegio y se les denomina voluntarios. Los módulos se localizan en la entrada principal que esta sobre Justo Sierra.

2. Vigilar que los trabajadores que laboran dentro de las instalaciones de El Colegio le den un buen trato a todos los visitantes, ya sea proporcionando información sobre los lugares donde se realicen actividades o sirviéndoles de guía para que visiten las exposiciones ordenadamente. Estos mismos trabajadores se dividen en dos grupos: los que se encargan de vigilar el material en exposición, así como las taquillas; el otro grupo se encarga de montar y mantener en orden todo lo relativo a la exposición.

3. Proporcionar material de apoyo en cursos para la capacitación de voluntarios y trabajadores de El Colegio, este material se refiere a proyectores, grabadoras de sonido, mesas, sillas y todo lo indispensable para la actualización del personal que ahí labora.

4. Colocar las señalizaciones correspondientes durante las exposiciones, los cursos o conferencias, las cuales algunas veces están dirigidas al público que no visita constantemente El Colegio y necesita orientación visual para que se le indiquen las salas, los niveles, la continuación y el final de éstas en los corredores del museo.



Visitas guiadas

5. Proporcionar servicio de guardarropa, el cual ayuda a que el visitante no tenga que entrar con pertenencias que le impidan su desplazamiento adecuado a tanto él como a los demás dentro de las salas de exposición.

6. Coordinar el servicio de boletas de comentarios, en las cuales el visitante puede exteriorizar sus opiniones o quejas sobre su visita a El Colegio, ya que a partir de éstas, se esta mejorando la atención a los visitantes.



Programa de Membresías

7. Proporcionar servicio médico durante las exposiciones, además de que se cuenta con un botiquín, el cual está renovándose constantemente.

#### 4.5.2 Obtención de Fondos

Trabaja para conseguir apoyo económico que le permita a El Colegio una manutención propia; lo anterior se logra gracias a tres formas primordiales, como son:

- La renta de espacios
- Los patrocinios
- El programa de membresías
- La renta de espacios, que consiste en implementar una promoción de los espacios de El Colegio a las empresas o instituciones de carácter público o privado, que se encuentran almacenadas en una base de datos que se esta actualizando constantemente. Esta información se envía a través de Internet. Asimismo se invita a realizar una visita personalmente a El Colegio, y se le proporciona material gráfico y escrito de lo que es El Colegio y de las posibilidades que ofrece para la realización del evento.

- Los patrocinadores, los cuales pueden participar con su donativo en proyectos específicos de restauración, ya sea del edificio mismo o de los murales que se encuentran ahí; también pueden patrocinar actividades paralelas a una exposición, como son conciertos, obras teatrales, conferencias, presentaciones de libros, actividades especiales, las cuales son eventos que no tiene nada que ver con El Colegio o la exposición vigente, pero que por su calidad cultural requiere de fondos necesarios para su realización. La última pero más importante, cuando se va a presentar una exposición, en estos casos se recurren a varios patrocinadores, los cuales ayudan con cantidades monetarias distintas entre ellos, pero que permiten subsidiar todo lo relativo al montaje de la exposición.



Salón Diego Rivera

- El programa de membresías, el cual esta dividido en dos partes: la individual, que se encarga de buscar personas que se sientan atraídas por la cultura y su desarrollo en los diferentes recintos de la zona metropolitana, promoviendo su asistencia a exposiciones, conferencias, talleres, etc., y que por medio de la adquisición de una membresía individual proporcionada por El Colegio, la cual tiene diferentes costos según el tiempo que la deseen, tengan acceso libre a todas ellas. La otra parte corporativa, que consiste en proporcionarle a todos los trabajadores de determinada empresa los mismos beneficios que tienen las membresías individuales, pero que además incluye un paquete de descuentos para realizar eventos en las áreas de El Colegio.



Salón José Clemente Órozco



*Proceso de diseño  
de la Carpeta de  
Eventos de  
El Antigua  
Colegio de  
San Ildefonso*



*Realizar el proceso de diseño de la Carpeta de Eventos de El Antiguo Colegio de San Ildefonso*

## **5.1 Aplicación de la metodología de Gui Bonsiepe al proyecto**

### *5.1.1 Estructuración del Problema*

#### *1.1 Detectar una necesidad*

La necesidad de El Antiguo Colegio de San Ildefonso: poseer un manual escrito en el cual base toda su organización y el cual permita a los posibles clientes, entender los servicios que ofrece, y lo más importante, informa sobre cómo adquirir los servicios, lo que garantiza el éxito de la empresa y la hace cumplir su objetivo. Para esto es indispensable investirlo de una imagen que represente a El Colegio ante los clientes, dentro de este manual escrito.

#### *1.2 Evaluar la necesidad*

El manual del que se habla es una bienvenida, por una parte, a lo que es El Antiguo Colegio de San Ildefonso, después vienen los servicios que El Colegio ofrece, los lugares disponibles para su renta, las restricciones de uso, las normas que se deben acatar, las cotizaciones y la lista de proveedores que pueden ayudar colateralmente con El Colegio al posible cliente.

De acuerdo a todo lo anterior, la necesidad de El Antiguo Colegio de San Ildefonso de poseer un *manual*, al que internamente se denomina *Carpeta de Eventos*; es indispensable para su sostenimiento, ya que la institución se mantiene a través de la renta de espacios para eventos empresariales.

En esta necesidad está implícito el uso de un diseño editorial que sea capaz de proyectar al cliente la seriedad, la responsabilidad, el profesionalismo y el buen servicio.

#### *1.3 Analizar el problema proyectual respecto a su justificación*

Lo primero a lo que nos enfrentamos es que El Antiguo Colegio de San Ildefonso tiene poco tiempo de existir como lo conocemos ahora, su apertura data de 1994 y fue abierto como un recinto en donde se exponen diferentes colecciones de arte, pero que no cuenta con una propia.

Además, es una institución que no cuenta con un presupuesto suficiente para mantenerse, por lo que tiene que generar sus propios recursos y distribuirlos. La forma de generarlos es a través del préstamo de colecciones que le hacen diversas instituciones, empresas y personalidades, para la realización de exposiciones. La actividad más importante para El Colegio es la renta de espacios para la realización de eventos empresariales; esta última es la que nos ocupa y de ahí se vuelve necesario diseñar una Carpeta de Eventos, que contenga entre sus páginas los elementos informativos y gráficos necesarios para atraer la atención del cliente y que éstos reflejen todo lo que es El Colegio en sí mismo.

#### *1.4 Definir en términos generales el problema proyectual*

Consiste en crear la Carpeta de Eventos Especiales, la cual debe contener:

- Introducción a El Colegio

- Presentación de espacios
- Planos del lugar
- Reglamento para eventos
- Tarifas de eventos
- Imágenes de El Colegio

#### 1.5 *Precisar el problema proyectual*

Es necesario crear una Carpeta de Eventos en la cual se encuentren:

- Información general de El Colegio a manera de introducción
- Deberá contener imágenes de los diferentes espacios de El Colegio para conocimiento de los posibles clientes.
- Se requerirá que se le integren los planos de El Colegio en sus dos niveles, para que el posible cliente tenga la ubicación exacta del espacio.
- Tendrá el reglamento que debe acatar cada cliente para la correcta realización del evento.
- Contendrá las tarifas actualizadas.
- Se incluirán imágenes que permitan una mayor comprensión de lo escrito, según cada apartado de la Carpeta.

#### 1.6 *Subdividir el problema en subproblemas*

- Introducción a El Colegio
- Reseña histórica de El Colegio
- Presentación de espacios
  - Nombre de cada espacio accesible para renta
  - Imágenes de cada uno de los espacios
- Planos del lugar
  - Contiene nombre y planta
- Reglamento del lugar
  - En orden de prioridad
  - De cada espacio
- Tarifas de eventos
  - Actualizada
  - Con la tarifa de cada espacio
  - Con los horarios de accesibilidad
- Imágenes de El Colegio
  - Colocadas en toda la Carpeta de Eventos

#### 1.7 *Jerarquizar subproblema*

- Reseña histórica de El Colegio
- Nombre de cada espacio accesible para renta
- Imágenes de cada uno de los espacios
- Planos que contengan nombre y planta
- Reglamento en orden de prioridad y de cada espacio
- Tarifa actual de cada espacio
- Horarios de accesibilidad

## 1.8 Analizar soluciones existentes

Actualmente lo que se conoce como Carpeta de Eventos es un documento con una caja tipográfica de 2.5 cm de margen superior e inferior y 3.5 cm de margen derecho e izquierdo, con texto compuesto a una sola columna, en donde los títulos se manejan en color azul y el texto en general en negro. Los títulos y subtítulos tienen la primera letra de cada palabra cuatro puntos más grandes que el resto, mientras que el texto en general está trabajado en un puntaje de 12/12. Este documento es una impresión directa del programa editor de textos *Word*, la cual es insuficiente, porque sólo contiene información escrita y carece de imágenes que la ilustren y, obviamente, que promuevan los espacios en renta de El Colegio; además, la colocación del texto a una sola columna dificulta y hace pesada la lectura del material. Del mismo modo, los títulos de cada apartado carecen de legibilidad, porque no se ha dispuesto un puntaje apropiado para especificar a qué párrafo pertenece cada título.

### 5.1.2 Diseño

#### 1.1 Desarrollar alternativas o ideas básicas

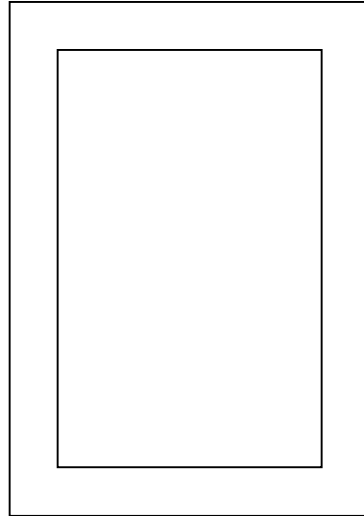
Para la realización del diseño de la Carpeta de Eventos es necesario considerar varios aspectos importantes en el documento como son:

- Formato. El tamaño carta es el indicado por el Antigua Colegio de San Ildefonso, porque se mandaron hacer *fólderes* especiales para contener y conservar la Carpeta de Eventos.
- Márgenes. Para definir los márgenes se consideró la forma en que el lector va a sostener el documento y evitar así que los dedos pulgares obstruyeran el texto.

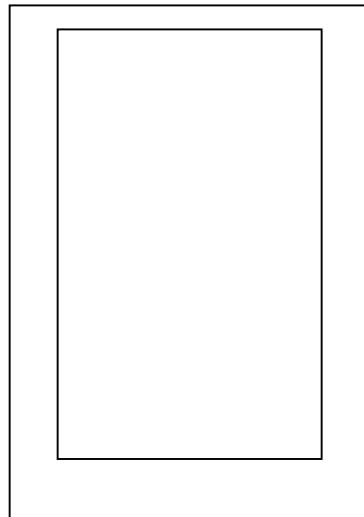
A continuación se explican las pruebas con las que se determinó la medida final:



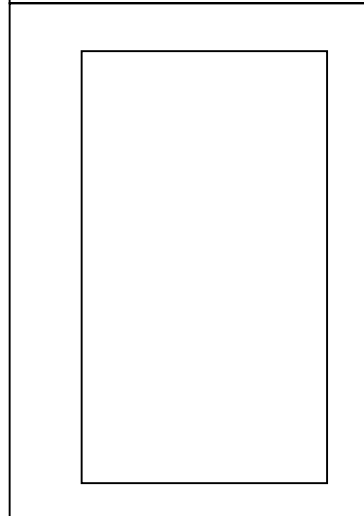
Prueba 1  
Superior 30 mm  
Inferior 20 mm  
Izquierdo 25 mm  
Derecho 25 mm  
Estos márgenes daban más aire a la parte superior de la hoja; sin embargo, se consideró innecesario porque no hay beneficio directo al documento.



Prueba 2  
Superior 20 mm  
Inferior 25 mm  
Izquierdo 20 mm  
Derecho 20 mm  
En esta prueba se reduce el tamaño de los márgenes superior, izquierdo y derecho, mientras que el inferior aumenta su medida, pero se descartó porque es muy reducido el espacio en los laterales.

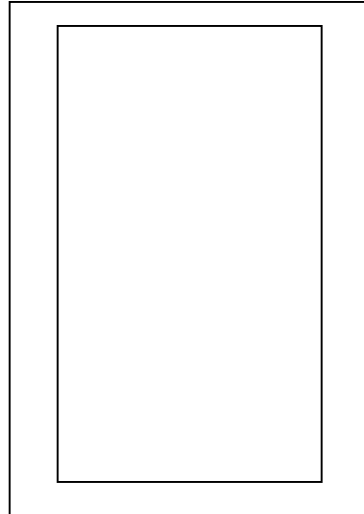


Prueba 3  
Superior 20 mm  
Inferior 20 mm  
Izquierdo 25 mm  
Derecho 20 mm  
En este caso, se da un margen mayor en el lado izquierdo, pero se descartó porque no tiene equilibrio.



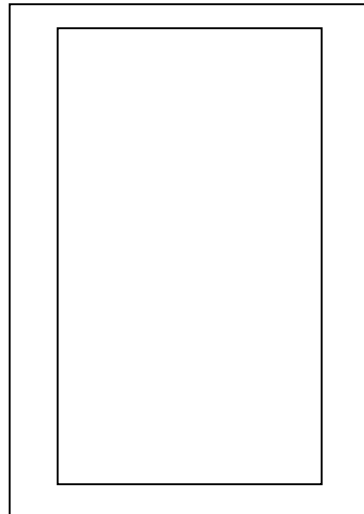
Prueba 4  
Superior 20 mm  
Inferior 20 mm  
Izquierdo 25 mm  
Derecho 25 mm

En esta combinación de márgenes se mantiene una buena distancia entre el dedo pulgar del lector y el texto; por lo tanto se considera adecuado para aplicarlo al diseño de la Carpeta de Eventos.



Prueba 5  
Superior 20 mm  
Inferior 20 mm  
Izquierdo 30 mm  
Derecho 30 mm

La combinación de márgenes en este caso ofrece un gran espacio en los laterales, sin embargo se adelgaza la caja tipográfica y da la apariencia de que la hoja es mucho más larga y que contiene más texto.

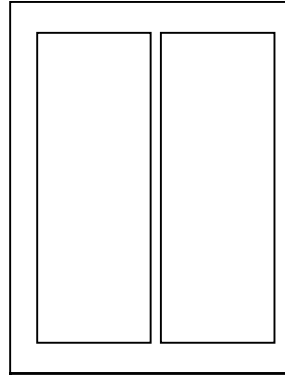


Se selecciona la prueba cuatro por ser la más indicada para la realización del rediseño de la Carpeta de Eventos ya que posee equilibrio entre sus márgenes sin que quede reducido el espacio designado para el texto.

- Caja tipográfica. De acuerdo a las medidas de los márgenes anteriores se obtiene una medida total de la caja tipográfica de 165.9 por 239.4 mm.
- Columnas. Para determinar el número total de columnas se realizaron las siguientes pruebas.

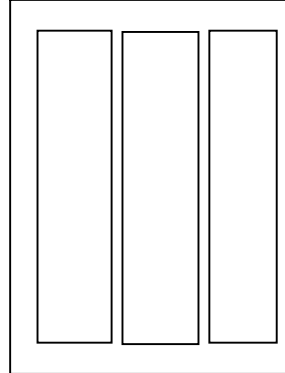
#### Prueba 1

Con un medianil de 4 mm se realizó la división de la caja tipográfica en dos columnas; sin embargo, ésta ofrece pocas posibilidades; además, en siguientes divisiones ésta puede ser el resultado de la de 4 ó 6 columnas.



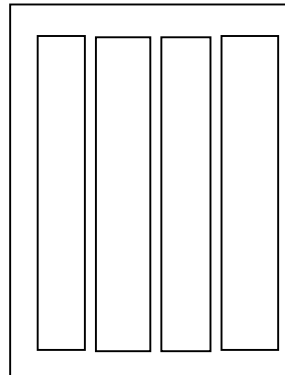
#### Prueba 2

Se hace una división de 3 columnas con medianil de 4 mm. Al igual que la prueba anterior ofrece pocas posibilidades.



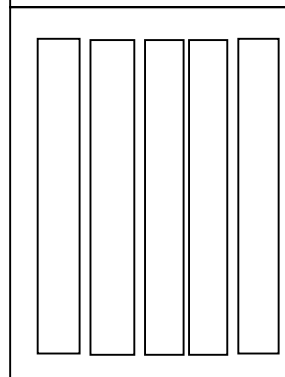
#### Prueba 3

A partir de la división de la caja en 4 columnas con un medianil de 4 mm. Se percibe la posibilidad de realizar algunas variantes en el diseño; sin embargo, los espacios son demasiado grandes para las dimensiones del área de mancha como la que se está manejando.



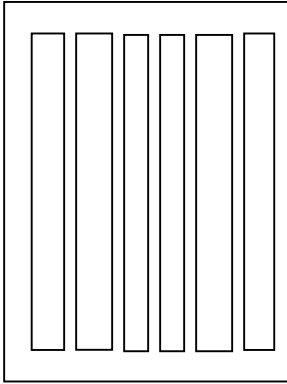
#### Prueba 4

Se realizó una división de 5 columnas con una amplia posibilidad de variaciones en el diseño, aunque se consideró que el ancho de las columnas era todavía grande.



### Prueba 5

Después de la división en 6 columnas de la caja tipográfica, fue notorio que esta era la cantidad exacta de divisiones, ya que por medio de ésta era posible obtener la división del área de impresión en dos y en tres columnas, las cuales permiten una mayor variedad en la composición de los textos y de las imágenes cuando fuera necesario. El largo de la columna final es de 239.4 mm por 24.3 mm de ancho con un medianil de 4 mm cada uno.



A continuación y después de haberse establecido cuál será el formato y los márgenes se procederá a realizar los bocetos pertinentes para llevar a cabo la Carpeta de Eventos.

Sobre una retícula de seis columnas se proponen los siguientes bocetos.

El título se plantea con una fuente cursiva con trazos ascendentes y descendentes largos; para enfatizarlo se manejan varios puntajes, según la importancia de cada palabra.

Los subtítulos, se sugieren en cuatro o seis puntos más grandes para diferenciarse del texto general, con una alineación a la derecha.

El texto general varía en cuanto a la cantidad de columnas utilizadas, al igual que la alineación, con una fuente adecuada para la lectura.

Los pies de foto manejarán la misma fuente, pero con un puntaje menor y alineados a la derecha.

Las fotografías, según su anchura, ocuparán un número exacto de columnas más los medianiles intermedios.

### Boceto 1

El título en este boceto está alineado a la derecha y el texto general a la izquierda ocupando cuatro columnas.

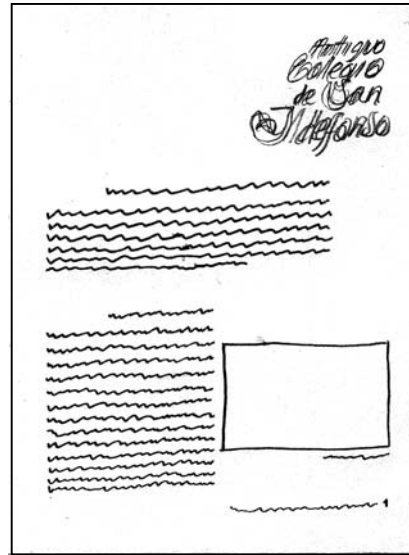




### Boceto 2

El título se maneja con una alineación a la derecha y una repetición de sí mismo en marca de agua, para sugerir la proyección de una sombra.

El texto general ocupa cinco columnas en su primer párrafo y tres en el segundo.



### Boceto 3

El título se plantea con una alineación a la izquierda.

El texto general ocupa cinco columnas en su primer párrafo y tres en el segundo y tercero.

Se propone el uso del logotipo de El Colegio en marca de agua en el lado izquierdo.



#### Boceto 4

El título tiene una alineación a la derecha.

El texto general ocupa cuatro columnas en su primer párrafo y tres en el segundo.

Se propone el uso del logotipo de El Colegio en marca de agua en el lado derecho.

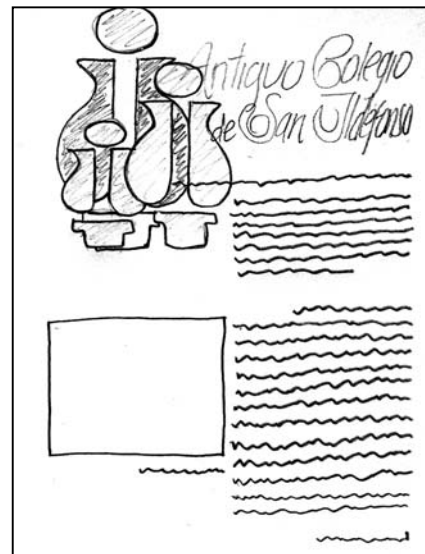


#### Boceto 5

El título se plantea con una alineación a la derecha.

El texto general ocupa tres columnas.

Se propone el uso del logotipo de El Colegio repetido tres veces en diferente tamaño, color y en marca de agua en el lado izquierdo.



#### 1.2 Examinar alternativa

De los anteriores bocetos se retoman el 1, el 2 y el 4, para darles una mayor estilización. Se proponen las fuentes *Vivaldi* en los títulos y la *Zapf Humnst BT* en los subtítulos, como en el texto general; también se propone el uso de tres colores directos de pantone, que son el 4485 CVC (ocre), 457 CVC (mostaza) y el 4635 CVC (rojizo).

### Boceto 1

En el título se utiliza la fuente *Vivaldi cursiva* en varios puntajes; también se manejan tonos ocres, rojizos y mostaza.

Los subtítulos con la fuente *Zapf Humnst BT*, se manejan en un tono mostaza para diferenciarse del texto general.

El texto general con la fuente *Zapf Humnst BT* con un tono ocre con alineación a la derecha.



### Boceto 2

En este boceto el título se maneja con la misma fuente que en el anterior, pero con una repetición en marca de agua atrás de éste, lo cual hace que sea más atractivo.

Los subtítulos no cambian. El texto general se propone con la misma fuente y el mismo color, pero justificado.



### Boceto 4

En el título se utiliza la misma fuente que en los anteriores y alíneado a la derecha.

El texto general se utiliza con la misma fuente y justificado.

El uso del logotipo de El Colegio, con un tono ocre en marca de agua en el lado izquierdo.



De los bocetos anteriores se seleccionaron el 2 y el 4; sobre éstos se realizarán varias modificaciones hasta encontrar el que satisfaga la necesidad de El Colegio.

### Boceto 2 (primera versión)

En este boceto se alineó a la izquierda el título sobre la columna cuatro, de izquierda a derecha, porque ésta es una composición muy sobria que alinea al título con la posición de la fotografía, lo cual permite que la hoja tenga en su diseño mayor equilibrio.

También en el mismo título se modificaron los colores, de tres que se manejaban ahora sólo se utilizan dos, porque se intenta enfatizar únicamente la parte principal del nombre de El Colegio.

De igual forma que en el boceto cuatro, se retomó el logotipo de El Colegio, pero a diferencia del anterior, éste se colocó en el lado izquierdo, para no perder equilibrio en la hoja; esto permite que no existan tantos espacios en blanco.



### Boceto 2 (segunda versión)

En esta versión se mantuvo la alineación a la derecha, pero se modificaron los colores del título y también se agregó el logotipo de El Colegio, por razones ya expuestas.

A diferencia de la alineación anterior del título, ésta da la impresión de un espacio vacío entre el círculo del logotipo y el título, que no se encuentra justificado con ningún elemento dentro de la hoja.



### Boceto 4 (primera versión)

En este boceto se alteraron los colores del título, por razones ya expuestas.

También se alinearon las tres primeras palabras a la izquierda, para que estuvieran justificadas con la última columna; la última palabra no se alineó por su gran tamaño, sin embargo su posición mantiene equilibrio con las dos fotografías de la hoja.



#### Boceto 4 (segunda versión)

Se mantuvieron los colores del título como en el anterior boceto, pero con una alineación a la derecha; sin embargo, esta combinación no es muy acertada, ya que existe demasiado peso en ese lado.



#### 1.3 Seleccionar alternativa

A través de la experimentación con las pruebas de bocetos anteriores, se eligió el boceto 2 (primera versión), por que este boceto mantiene un correcto equilibrio en sus elementos, por un lado el logotipo de El Colegio a la izquierda, que por su tamaño y su tono le dan peso a la hoja, sin embargo, para obtener un balance perfecto del lado derecho se encuentra el título que por su tamaño y distribución pero sobre todo por su importancia impiden que la hoja de la apariencia de cargarse a la izquierda; lo cual se convierte en un ancla para el logotipo de tal forma que evita que haya más peso de un lado que del otro. Por otro lado el texto y la fotografía son el complemento adecuado para la hoja, en cuanto a los elementos colocados en la parte superior y la inferior.

#### 1.4 Detallar alternativa seleccionada

A partir de que se consideraron parámetros para la Carpeta de Eventos, se introdujeron las siguientes modificaciones:

- Todas las fotografías estarán sobre la misma interlínea que el título de cada párrafo al que pertenezcan.
- Se recorrió el último párrafo de la página 4 a la derecha, para evitar un hueco en la columna final, porque del otro lado se tiene al logotipo en marca de agua que permite equilibrar los espacios.
- Se recorrieron a la izquierda los títulos de las páginas 5 y 6; para permitir que el título abarcará al plano; también en el plano 2 el título y el texto se subieron una línea, para que el pie de la página no se emplastara con ellos.
- Se compuso en dos líneas el subtítulo de reglamento con alineación a la derecha, porque era demasiado largo y abarcaba más columnas que el texto base.

Es importante señalar que las anteriores modificaciones pretenden pulir el trabajo final, por lo que cada una de ellas fue revisada y probada antes de realizarse.

#### 1.5 Construir prototipo

El presente trabajo es el resultado final de una recopilación de datos estructurados a favor de la realización de la presente, la cual fue llevada a cabo mediante

innumerables pruebas que evaluarán su efectividad, en cuanto a elementos teóricos y gráficos.

*1.6 Introducir eventuales modificaciones*

El trabajo no presentó modificación alguna en este punto; por lo tanto en el punto 1.3.8 no existirá prototipo modificado.

*1.7 Evaluar prototipo*

Después de analizar el prototipo, se encontró que la Carpeta de Eventos en su nuevo diseño ha resultado muy satisfactoria, ahora es un escrito con un puntaje correcto que facilita la lectura de la misma. Ahora también cuenta con imágenes que respaldan la información escrita y sugieren una rápida introducción al Recinto; cuenta además con el acomodo del texto de manera versátil sugiriendo una adecuada relación con el lector que descansa su vista al brincar a la siguiente columna, éstas son cortas y concisas descartando información redundante.

*1.8 Construir prototipo modificado*

Ver la siguiente hoja.

*1.9 Evaluar prototipo modificado*

En este punto se presentó la Carpeta de Eventos al El Colegio, que realiza solo una observación: siguiendo el mismo diseño colocar una hoja de apuntes u observaciones.

*1.10 Fabricación del dummy*

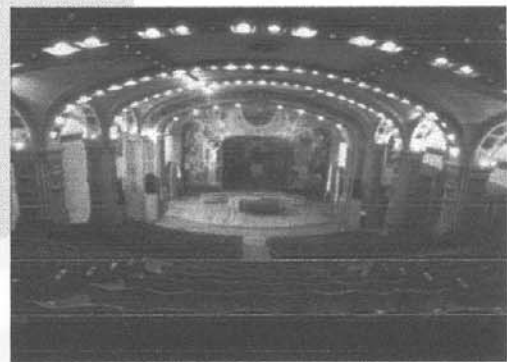
# Antiguo Colegio de San Ildefonso

## *Un evento inolvidable... En un centro con historia*

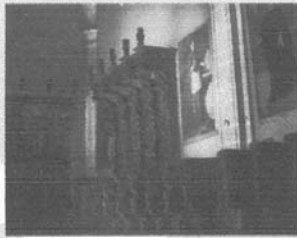
El Antiguo Colegio de San Ildefonso, uno de los más bellos recintos del Centro Histórico de la Ciudad de México, cuenta con soberbios espacios que son el marco perfecto para la realización de eventos sociales y empresariales, tales como cenas, seminarios, presentaciones comerciales, conferencias y conciertos. Los donativos recaudados por este concepto se destinan íntegramente a nuestro programa de exposiciones, actividades artísticas y culturales.

### *Anfiteatro Simón Bolívar*

A principios del siglo XX, y debido al crecimiento del número de estudiantes en la Escuela Nacional Preparatoria, se decidió construir un nuevo edificio al sur del antiguo Colegio. El diseño de esta construcción fue realizado por el arquitecto Samuel Chávez, que no vio su trabajo concluido. Como parte del proyecto original, Chávez pensó en un espacio en el que pudieran realizarse conferencias y eventos académicos. Este sitio se conoce actualmente como el Anfiteatro Simón Bolívar. En el vestíbulo se encuentran varios murales del pintor Fernando Leal dedicados a la vida del caudillo Simón Bolívar, mientras que en su interior se encuentra el gigantesco mural La Creación del pintor Diego Rivera. Realizada en encáustica entre 1921 y 1922, esta obra marcó el inicio del movimiento muralista mexicano. El Anfiteatro ha sido desde entonces sede de numerosos eventos relacionados con la vida cultural y académica de México. Gracias a su excelente diseño y disposición -450 asientos distribuidos en isóptica-, este recinto es ideal para congresos, conferencias, conciertos y otros eventos artísticos, que pueden complementarse con un cóctel ofrecido en el vestíbulo del propio Anfiteatro o en alguno de los patios de El Colegio.



*Anfiteatro Simón Bolívar*



Salón Generalito

### Salón Generalito

Este hermoso salón jesuita del siglo XVIII cuenta con una extraordinaria sillería en madera de nogal tallada por el artista novohispano Salvador de Ocampo. Este mobiliario que recrea diversos pasajes bíblicos, perteneció originalmente al coro de la iglesia del exconvento de San Agustín, hoy la Biblioteca Nacional de México. Actualmente, el recinto tiene capacidad para recibir hasta 150 personas, por lo que es una excelente opción para presentaciones de libros, recitales y conciertos de cámara.

### Patios

#### Principal

Enmarcado por los murales del maestro José Clemente Orozco, este hermoso espacio cuenta con una superficie de 355m<sup>2</sup> y resulta ideal para la realización de cócteles y cenas de gala. La conjunción entre su hermosa arquitectura y los jardines interiores que lo decoran proporcionarán a su evento un toque de distinción y exclusividad que usted requiere. El patio tiene una capacidad de hasta 400 personas sentadas o 900 de pie.



Patio Principal

#### Pasantes

Considerado como uno de los espacios antiguos más impresionantes del Centro Histórico, este patio se destaca por sus tres niveles de arcadas de estilo barroco, muestra única de la arquitectura jesuita. Cuenta con una superficie de 417m<sup>2</sup>. Su disposición rectangular es idónea para la realización de cenas de gala, presentaciones, pasarelas, recitales y espectáculos de teatro y danza. Tiene capacidad para 380 personas sentadas o 700 de pie.



Patio de Pasantes

#### De Acceso

Forman parte del conjunto anexo construido a principios del siglo XX para albergar las oficinas de la Universidad Nacional. A partir de un original diseño, su fachada se inspira en la arquitectura del siglo XVIII de estilo barroco y sus espacios interiores siguen pautas neocoloniales. Por su carácter más íntimo es recomendable para ofrecer pequeñas cenas o cócteles. El área disponible es de 180 m<sup>2</sup> y tiene cupo para 120 personas sentadas o 200 de pie.



Patio de Acceso



## Salones y Corredores

### Salón José Clemente Orozco

Ubicado en el tercer nivel del edificio, ofrece una de las mejores vistas de El Colegio, pues a través de sus dos grandes ventanales pueden admirarse hacia el norte los murales de José Clemente Orozco y hacia el sur la hermosa arcada del Patio de Acceso. Se trata de un espacio sobrio y versátil que puede utilizarse lo mismo para pequeñas cenas o cócteles que para conferencias, presentaciones, seminarios y actividades de corte académico o empresarial. El salón José Clemente Orozco puede recibir hasta 110 personas sentadas o 130 de pie.



Salón José Clemente Orozco



Salón Diego Rivera

### Salón Diego Rivera

Ubicado en el tercer nivel del edificio, a un costado de los maravillosos murales de José Clemente Orozco, este pequeño salón resulta perfecto para brindar a su evento un ambiente íntimo y confortable. En su interior pueden realizarse reuniones de trabajo, conferencias y pequeñas cenas. Tiene capacidad para 50 personas sentadas o de pie.

### Corredores

Tanto, el Patio Principal y el Patio de Pasantes, están ceñidos por corredores que también pueden ser utilizados para la realización de cenas y cócteles. Ideal para grupos reducidos que desean disfrutar de un ambiente único, rodeado de la arquitectura barroca del recinto y de la pintura mural que lo decora.



Corredores

Servicios al Público y Obtención de Fondos 3

## Visitas Especiales

Disfrute de la arquitectura y riqueza del museo y recorra nuestras exposiciones temporales de una forma única y exclusiva. Contrate alguno de nuestras visitas guiadas privadas y compruebe que en San Ildefonso siempre hay algo nuevo que ver. Los recorridos son conducidos por conferencistas altamente calificados y pueden programarse en horarios preferentes a puerta cerrada.



Visitas Guiadas

Cada vez que una empresa o institución realiza un evento en el Antiguo Colegio de San Ildefonso, contribuye a continuar presentando exposiciones y actividades de gran calidad, así como a preservar nuestro edificio y murales.

## Servicios Adicionales

- Apoyo logístico
- Seguridad
- Sanitarios  
(dispuestos en la esquina noreste del Patio de Pasantes y en Patios de Acceso)
- Equipo de sonido (sólo en Anfiteatro Simón Bolívar y Salón El Generalito)
- Podium
- Tarimas

Estos servicios estarán disponibles previa solicitud a la Coordinación de Servicios al Público y Obtención de Fondos.

## ¿Alguna duda?

Coordinación de servicios al Público y Obtención de Fondos  
Teléfonos: 57 02 63 78, 57 89 07 68, 57 95 59 22  
E-mail: [ildefrp@servidor.unam.mx](mailto:ildefrp@servidor.unam.mx), [servicios@sanildefonso.org.mx](mailto:servicios@sanildefonso.org.mx)  
Lunes a viernes: 10:00 a 15:00 y 17:00 a 19:00

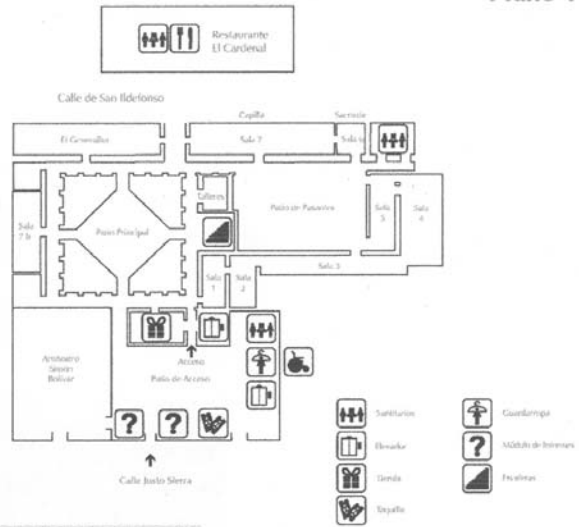
Antiguo Colegio de San Ildefonso  
Justo Sierra 16, 2º piso  
Centro Histórico  
06020 México, DF.  
[www.sanildefonso.org.mx](http://www.sanildefonso.org.mx)

# Planos

## Plano 1

### PLANTA BAJA

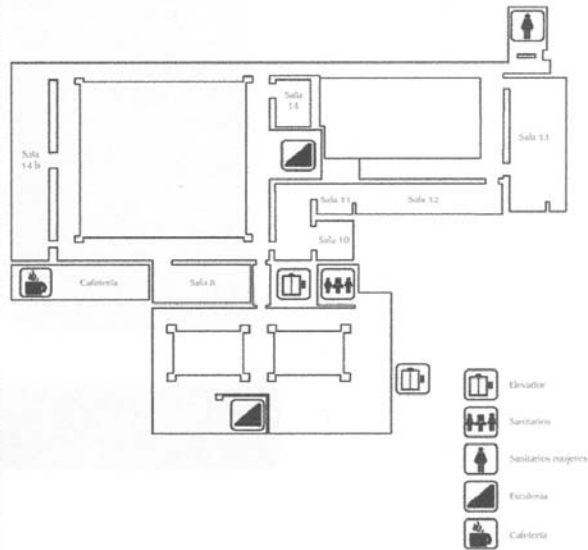
Restaurante El Cardenal  
Salón Generalito  
Capilla  
Anfiteatro Simón Bolívar  
Tienda  
Guardarropa  
Salas de Exposición

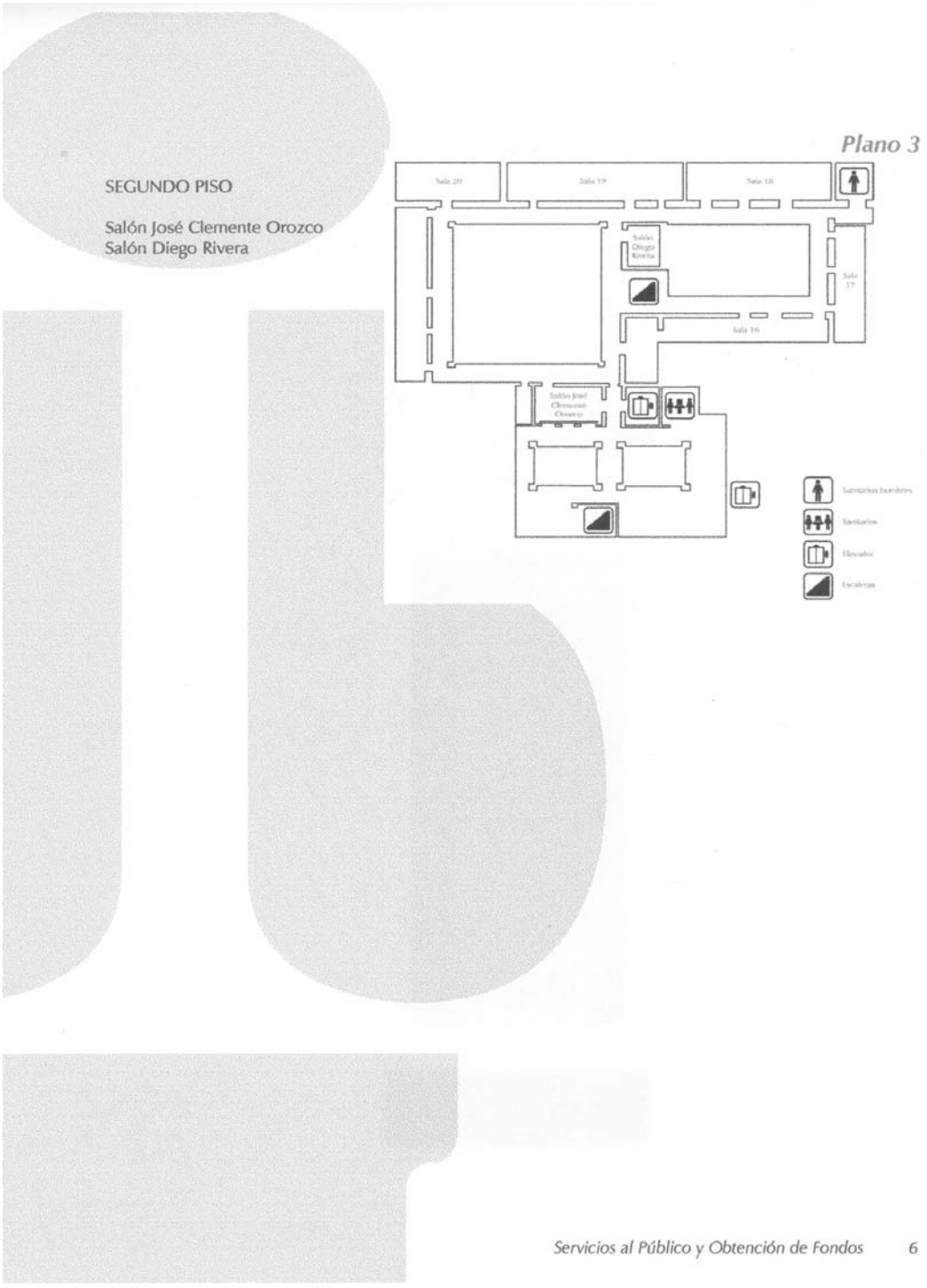


## Plano 2

### PRIMER PISO

Cafetería  
Salas de Exposición





# Antiguo Colegio de San Ildefonso

## Reglamento para el uso de espacios en Eventos Especiales

1.- EL CLIENTE presentará a la Coordinación de Servicios al Público y Obtención de Fondos de EL COLEGIO una solicitud por escrito en la que especificará el espacio requerido, la fecha y el horario en que realizará su evento, el propósito del mismo y el programa de actividades, comprometiéndose EL COLEGIO a otorgar el uso de las instalaciones previamente convenidas y cuyas áreas se especifican en el contrato que deberá firmarse. Queda estrictamente prohibido el uso de las instalaciones para la realización de actos de carácter político o religioso.

2.- EL CLIENTE se comprometerá a realizar su evento en los espacios y horarios previamente convenidos con la Coordinación de Servicios al Público y Obtención de Fondos de EL COLEGIO. EL CLIENTE no podrá disponer a su arbitrio de ninguna otra área de EL COLEGIO. En caso de requerir realizar cambios en el programa del evento o de solicitar espacios adicionales, EL CLIENTE deberá informar por escrito a la Coordinación de Servicios al Público y Obtención de Fondos, quien evaluará si autoriza dichos cambios.

3.- EL CLIENTE se compromete a cubrir el donativo previamente acordado con la Coordinación de Servicios al Público y Obtención de Fondos de EL COLEGIO, mediante el pago del 50% de anticipo al momento de contratar el servicio y el 50% restante, o cualquier importe adicional, a más tardar el viernes anterior al día del evento. Una vez firmado el contrato con EL COLEGIO, la cancelación por parte de EL CLIENTE se penalizará mediante la entrega a EL COLEGIO del 20% del donativo originalmente establecido.

4.- En los eventos nocturnos que se realicen en EL COLEGIO se cobrará tiempo extra a partir de las 00:00 horas:

a) Por el uso de los espacios de EL COLEGIO, a razón de \$2,500.00 (Dos mil quinientos pesos 00/100 M.N.) por cada hora o fracción transcurrida hasta la finalización del evento, que no deberá exceder de las 2:00 horas.

b) Por la prestación de servicios del personal necesario para el funcionamiento de EL COLEGIO (seguridad, limpieza etc.), a razón de \$ 500.00 (Quinientos pesos 00/100 MN.) la hora.

c) En caso de que el evento se prolongue más allá de las 2:00 horas del día siguiente, se cobrarán \$4,000.00 (Cuatro mil pesos 00/100 MN.) por hora o fracción transcurridas.

d) En caso de que el evento se realice en el Anfiteatro Simón Bolívar y/o el Salón El Generalito, y que éste se prolongue más allá de las 22:00 horas, se cobrarán \$300. 00 (Trescientos pesos 00/100 MN.) adicionales por la prestación de servicios del personal necesario para el funcionamiento de estos recintos.

5.- En caso de que EL CLIENTE solicite a EL COLEGIO recibo deducible de impuestos por el donativo neto aportado, éste lo gestionará como Mandato Antiguo Colegio de San Ildefonso.

6.- Queda estrictamente prohibido maltratar las paredes, pisos, puertas, ventanas, jardineras o alterar de cualquier manera la apariencia general de EL COLEGIO. EL CLIENTE se hace responsable de los daños ocasionados a las instalaciones de EL COLEGIO por cualquiera de los participantes de su evento (incluyendo a los proveedores de servicios, agrupaciones musicales, etc.) Dichos desperfectos deberán ser reparados a la brevedad posible y su costo será cubierto íntegramente por EL CLIENTE.

7.- Los eventos diurnos que EL CLIENTE realice en las instalaciones asignadas no podrán interferir u obstaculizar las actividades previamente programadas por EL COLEGIO.

8.- En el caso de la contratación de los patios, salones y salas de EL COLEGIO, EL CLIENTE deberá establecer contacto con la Coordinación de Servicios al Público y Obtención de Fondos de EL COLEGIO por lo menos una semana antes de la fecha del evento para informarle sobre los proveedores contratados, identificar las áreas asignadas a servicios y cocina y coordinar su instalación en EL COLEGIO.

En caso de que EL CLIENTE no cumpla con las normas establecidas para la prevención de incendios, el evento se suspenderá inmediatamente. Asimismo, EL CLIENTE dará a conocer sus necesidades técnicas y materiales a la Coordinación de Servicios al Público y Obtención de Fondos de EL COLEGIO con dos semanas de anticipación al evento. En caso de que EL CLIENTE requiera de equipo adicional de sonido o iluminación podrá contratarlo por su cuenta, pero deberá informar sobre el particular a EL COLEGIO.

9.- En el caso de la contratación del Anfiteatro Simón Bolívar y/o el Salón El Generalito, EL CLIENTE deberá establecer contacto con la Coordinación de los Recintos Universitarios de EL COLEGIO por lo menos una semana antes de la fecha del evento para informarle sobre los proveedores contratados, identificar las áreas asignadas a servicios y coordinar su instalación en EL COLEGIO.

Asimismo, EL CLIENTE entregará a la Coordinación de Servicios al Público y Obtención de Fondos una lista con sus necesidades técnicas y materiales. Dicha lista deberá anexarse a la solicitud y se considerará requisito indispensable para que EL COLEGIO confirme los espacios.

10.- EL CLIENTE no podrá instalar estructuras provisionales sin la autorización previa de EL COLEGIO. En lo concerniente a los patios Principal y de Pasantes sólo podrán colocarse módulos estructurales cubiertos con lona plástica.

11.- EL COLEGIO no se hace responsable por los daños o pérdidas de artículos ingresados por parte de EL CLIENTE, ni por los equipos que no sean retirados al término del evento.

12.- Los planes para la decoración del evento deberán ser aprobados por EL COLEGIO. La decoración ajena a EL COLEGIO no deberá modificar la apariencia general del inmueble y será retirada al término del evento.

13.- En el caso de la contratación de los patios, salones y salas de EL COLEGIO, el acceso de proveedores y servicios a las instalaciones de EL COLEGIO se hará de 7:00 a 10:00 hrs. y de 18:30 hrs. en adelante. En caso de requerir mayor disponibilidad de horario, EL CLIENTE hará los arreglos pertinentes con la Coordinación de Servicios al Público y Obtención de Fondos de EL COLEGIO.

Asimismo, EL CLIENTE deberá proporcionar a la Coordinación de Servicios al Público y Obtención de Fondos una lista de los proveedores contratados y de las personas que requieran acceder a las instalaciones de EL COLEGIO.

14.- En el caso de la contratación del Anfiteatro Simón Bolívar y/o el Salón El Generalito, el acceso de proveedores y servicios a las instalaciones de EL COLEGIO se hará en el horario señalado en la cláusula anterior. En caso de requerir mayor disponibilidad de horario, EL CLIENTE hará los arreglos pertinentes con la Coordinación de los Recintos Universitarios. Asimismo, EL CLIENTE deberá proporcionar a la Coordinación de Recintos Universitarios una lista de los proveedores contratados y de las personas que requieran acceder a dichos recintos de EL COLEGIO.

15.- Queda estrictamente prohibido fumar o ingresar con alimentos dentro de las salas de exhibición y en el área de murales de EL COLEGIO.

16.- En caso de requerir el Anfiteatro Simón Bolívar y/o el Salón Generalito para la realización de algún concierto o presentación artística, actividades de orden académico o presentaciones privadas, EL CLIENTE entregará a la Coordinación de Servicios al Público y Obtención de Fondos de EL COLEGIO el programa general del evento. Asimismo, en el caso de actividades artísticas, deberá agregarse también el currículum del intérprete(s) o participante(s). El programa y el currículum deberán anexarse a la solicitud y se considerarán requisito indispensable para que EL COLEGIO confirme los espacios.



17.- En el caso de la contratación del Anfiteatro Simón Bolívar, EL CLIENTE no podrá, bajo ninguna circunstancia:

- a) Fumar o introducir alimentos en la sala.
- b) Retirar las banderas, el escudo de la Universidad Nacional Autónoma de México o los pianos que se encuentran en el escenario.
- c) Cubrir los murales del vestíbulo o de la sala.
- d) Utilizar cámaras fotográficas con flash (El permiso para tomas fotográficas deberá solicitarse anticipadamente a la Coordinación de Servicios al Público y Obtención de Fondos)

18.- En el caso de la contratación del Salón El Generalito, EL CLIENTE no podrá, bajo ninguna circunstancia:

- a) Fumar o introducir alimentos en las salas.
- b) Utilizar cámaras fotográficas con flash (El permiso para tomas fotográficas deberá solicitarse anticipadamente a la Coordinación de Servicios al Público y Obtención de Fondos)
- c) Sentarse en la sillería o hacer uso de la cátedra.
- d) Retirar el piano que se encuentra en el recinto.

19.- Los espacios solicitados por EL CLIENTE sólo se considerarán formalmente reservados a partir de la firma del contrato con EL COLEGIO

## Tarifas

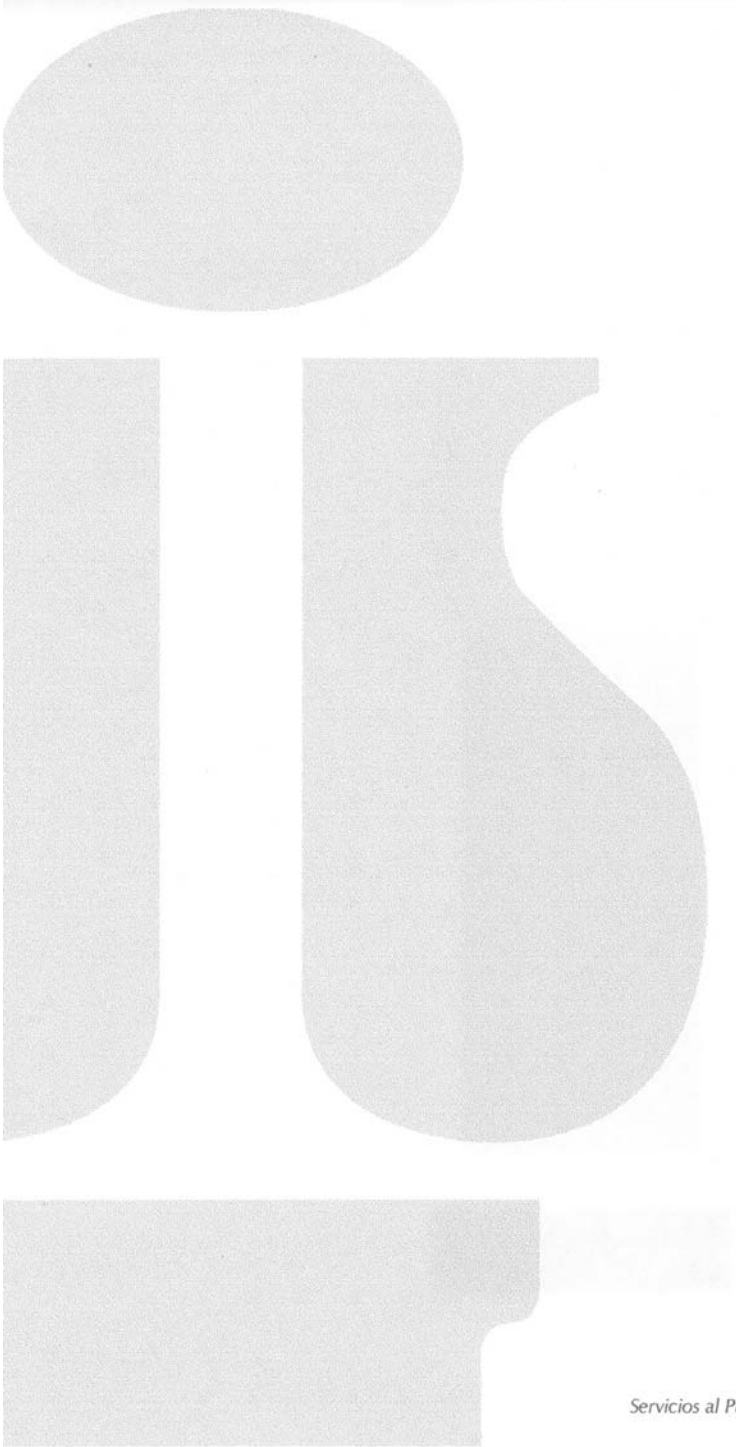
PATIOS DE ACCESO * (Disponibilidad sujeta a los horarios del museo) (Hasta 120 personas sentadas y 200 de pie)	BANQUETE \$ 25,300.00	CÓCTEL \$ 22,800.00
PATIO PRINCIPAL ** (Hasta 500 personas sentadas y 1000 de pie)	BANQUETE \$ 60,500.00	CÓCTEL \$ 45,700.00
PATIO DE PASANTES ** (Hasta 400 personas sentadas y 700 de pie)	BANQUETE \$ 60,500.00	CÓCTEL \$ 45,700.00
SALÓN DIEGO RIVERA (Hasta 50 personas sentadas y 50 de pie)	\$ 12,700.00	
SALÓN JOSÉ CLEMENTE OROZCO (Hasta 110 personas sentadas y 130 de pie)	\$ 16,500.00	
OTROS SALONES (Pregunte por espacios disponibles)	Las tarifas varían según los espacios disponibles.	
CORREDORES PATIO PRINCIPAL (Hasta 210 personas sentadas y 500 de pie en cada nivel)	\$ 15,000.00	
CORREDORES PATIO DE PASANTES (Hasta 140 personas sentadas y 300 de pie en cada nivel)	\$ 15,000.00	
ILUMINACIÓN ESPECIAL DE PATIOS (Disponible en Patio Principal o de Pasantes)	\$ 15,000.00	
HORA EXTRA (Después de las 0:00 horas)	\$ 3,850.00 c.u.	
VISITAS ESPECIALES HORARIO PREFERENCIAL (Grupo hasta 25 personas)	\$ 3,200.00 c.u.	
VISITAS ESPECIALES HORARIO DE MUSEO (Grupo hasta 25 personas)	\$ 2,300.00 c.u.	

\* Estos patios pueden techarse desde el nivel superior del edificio.

\*\* Estos patios pueden ser protegidos mediante módulos estructurales cubiertos con lona plástica.

## Notas

1. Todos los donativos son deducibles de impuestos.
2. Por políticas del museo, no se permite la realización de eventos políticos o religiosos (incluyendo bodas y quince años).



*Observaciones*

#### **1.4 Realización**

Esta parte de la metodología no se utilizará, ya que la Carpeta de Eventos será impresa de manera interna en El Colegio, es decir que el personal que ahí labora la imprimirá según sus necesidades. Esta impresión será con el método de inyección de tinta y se utilizará hoja tamaño carta de papel bond de 90grs. Después todas las hojas se pondrán dentro de un fólder membretado por El Colegio.

Cuando se trata de realizar un diseño es siempre necesario considerar un método que se ajuste a las necesidades del proyecto a desarrollar; la metodología de Gui Bonsiepe se ajustó casi completamente a las necesidades del proyecto, debido a que existen puntos dentro de ella que requieren un mayor tiempo para desarrollarlos, o que sugieren un rediseño o adecuación del proyecto en un futuro, lo cual no puede tomarse en cuenta debido a la naturaleza del presente proyecto de diseño. Sin embargo, la mayoría de los puntos dentro de ésta si fueron posibles de desarrollar, como fueron los de investigación y análisis de la información, los cuales se cumplieron cabalmente.

Con base en la metodología se realizó una investigación detallada de El Antiguo Colegio de San Ildefonso que permitió manejar datos correctos y certeros que sirvieron para plantear una solución de la Carpeta; es decir, permitieron afinar características indispensables a considerar en el diseño. La investigación abarcó aspectos, como son la historia del recinto, la arquitectura y el mecanismo de trabajo de la gente que ahí labora.

Del mismo modo, se investigaron aspectos relacionados con el diseño editorial, como son: soportes, formatos, publicaciones, etc., para usarlos como base para el diseño de la Carpeta de Eventos. Cabe señalar que dentro de éstos, los más útiles fueron los que se relacionaron con el folleto y los formatos de uso, y los menos útiles para el desarrollo del proyecto pero que también son importantes fueron los aspectos relacionados con publicaciones periódicas como periódicos y revistas, ya que la Carpeta de Eventos no es una publicación periódica.

Por último, se realizó el proceso de diseño de la Carpeta de Eventos, en la que se intento respetar y considerar toda la información recabada anteriormente, haciendo diferentes pruebas que permitieron pulir la idea básica para este diseño. Cabe señalar que el formato en que se trabajó fue uno de los más prácticos, porque permitió el uso de fotografías en tamaños lo suficientemente grandes para que puedan apreciarse sus detalles; en cuanto a la impresión, El Antiguo Colegio de San Ildefonso no posee los recursos económicos para una reproducción de imprenta en un tiraje amplio como es el caso del offset, por lo tanto, la impresión será trabajada por ellos mismos en forma individual y según la necesiten.

con  
clu  
sio  
nes

Kandisky, Wassily Wasilievich  
*Punto y línea sobre el plano*  
Ed. Labor, S. A.

Gillam Scott, Robert  
*Fundamentos del diseño*  
9º. Edición  
Ed. Victor Leru Buenos Aires 1975

Sanders, Norman y William Beviangton  
*Manual de Producción del Diseñador Gráfico*  
Ed. G.G. Barcelona 1986

Murria, Ray  
*Manual de Técnicas*  
Ed. G.G Barcelona. 1980

Swaann, Alan  
*El color en el diseño gráfico*  
Ed. G.G. Barcelona 1993

Chiazzari Suzy  
*Color*  
Ed. Blume Barcelona 1999

Bride M. Whelan  
*La armonía en el color, nuevas tendencias*  
Ed. Somohano, S.A. de C.V México. 1994

Baron Daniele  
*Diseño gráfico*  
Ed. Folio

Murphy John y Rowe Michael  
*Como diseñar marcas y logotipos*  
*Manuales de diseño*  
Ed. G.G. Barcelona 1989

Costa Joan  
*Identidad corporativa*  
Ed. Trillas-Sigma.

Costa Joan  
*Señalética*  
Ed. CEAC.

Monzón Álvarez Patricia L.  
*Eslabón Operativo VIII*



*Diseño de mensajes gráficos*

Tubaro Antonio e Ivana  
*Tipografía, estudios e investigaciones*  
Universidad de Palermo  
Librería técnica CP67

Koch Rudolf  
*El libro de los símbolos*  
Ed. Tomo dos, S.A. de C.V.

Revista libro  
*Colegios Jesuitas*  
Artes de México  
No. 58 año 2001

Eco Humberto  
Como se hace una tesis  
*Técnicas y procedimientos de*  
*Estudio, investigación y estructura*  
Ed. G.G. 1984

Armando F. Zubizarreta  
*La aventura del trabajo intelectual*  
Segunda Edición  
Ed. Addison Wesley Longman 1998

Fernando Reza Becerril  
*Ciencia, metodología e investigación*  
Ed. Alhambra Mexicana 1997

Gui Bonsiepe  
Teoría y práctica del diseño industrial  
*Elementos para una manualística crítica*  
*Colección Comunicación Visual*  
Ed. G.G.

March Marion  
*Tipografía creativa*  
Manuales de Diseño

Llallana García Fernando  
*Tipografía y diseño: preimpresión*  
*digital de diarios*  
Ed. Síntesis Madrid 2000

*Tipografía*  
México: UAM,  
Unidad Xochimilco 1990

Fontanberta Joan

*Fotografía: conceptos y procedimientos:  
una propuesta metodológica*  
Ed. G. G Barcelona. 1990

Flusser Vilemm  
*Hacia una filosofía de la fotografía*  
Ed. Trillas México 1990

Swann Alan  
*Cómo diseñar retículas*  
Ed. G.G. Barcelona 1990

Del Buen, Jorge  
*Manual de Diseño Editorial*  
Ed. Santillana

Sohn Ch. Ogan, J. Plich  
*La dirección de la empresa periodística*  
Ed. Paidós Comunicación

Arthur Turnbull,  
*Comunicación Gráfica,*  
Ed. Trillas México 1990