



**UIN** | UNIVERSIDAD  
INSURGENTES

PLANTEL XOLA

LICENCIATURA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL  
CON INCORPORACIÓN A LA UNAM CLAVE 3315-31

**“DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL DE APARATOS  
CINEMATOGRAFICOS PARA LA FILMOTECA UNAM;  
A PARTIR DE UN ANÁLISIS SEMIÓTICO”**

**T E S I N A**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

P R E S E N T A

**MÓNICA ITZEL CASTAÑEDA GUZMÁN**

ASESORA: LILIA ANDREA ESCALONA PICAZO

CIUDAD DE MÉXICO, 2023



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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.

## AGRADECIMIENTOS

---

Gracias a mi mamá Mónica, mi papá Victor y mi hermano Mauricio, por siempre apoyarme para que pueda cumplir mis metas.

## **TÍTULO DEL PROYECTO**

Diseño de catálogo digital de aparatos cinematográficos para la Filmoteca UNAM; a partir de un análisis semiótico

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La Filmoteca de la UNAM cuenta con un museo virtual de aparatos cinematográficos en donde se muestran diferentes dispositivos o artefactos utilizados a lo largo de la historia del cine. Estos aparatos son réplicas fieles de los que forman parte de su acervo.

Se considera necesario contar con un catálogo digital donde se muestren los aparatos exhibidos tanto en el Museo Virtual, como en la sala de exposiciones que se encuentra dentro de las instalaciones de la Filmoteca para tener otra forma de consulta desde diferentes plataformas y al mismo tiempo que sirva para difundir el museo virtual. Asimismo, se busca que este catálogo tenga la flexibilidad para adaptarse a un formato impreso en el futuro, ya que no todas las personas tienen acceso a una computadora.

## **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un catálogo de aparatos cinematográficos que se adapte a diferentes plataformas digitales, con la finalidad de proporcionar una forma de consulta y difusión accesible y versátil.

## **OBJETIVOS PARTICULARES**

- Realizar el diseño de el catálogo de aparatos cinematográficos para su distribución en diferentes plataformas digitales.
- Ampliar las opciones de difusión para el Museo Virtual de la Filmoteca.

## **HIPÓTESIS**

Si se diseña un catálogo de aparatos cinematográficos, se contaría con una forma extra de difusión, atrayendo así un mayor número de visitantes.

Agradecimientos

Marco Teórico

índice

Introducción

## **Capítulo I Fílmoteca UNAM**

1.1 ¿Qué es?

1.2 Historia

1.3 Objetivos

1.4 Ubicación

1.5 Misión, visión y valores

1.6 Productos y servicios

## **Capítulo II Público meta y competencias**

2.1 Público meta

2.2 Nivel socioeconómico

2.2.1 Nivel socioeconómico C+, C y C-

2.3 Público meta de la Fílmoteca UNAM

2.4 Competencia directa

2.4.1 Ventajas y desventajas

## **Capítulo III Desarrollo del proyecto gráfico**

3.1 Metodología de Bruno Munari

3.1.1 Problema, recopilación y análisis de datos

3.1.2 Elementos teórico-conceptuales

3.1.3 Creatividad

3.1.4 Materiales y tecnología en computadora

3.1.5 Modelos y verificación

3.1.6 Solución

## **Capítulo IV Descripción gráfica y análisis semiótico basado en la autora Lydia Elizalde**

4.1 Percepción inicial

4.2 Coloremás

4.3 Sintaxis

4.4 Asociaciones

4.5 Páginas interiores

Conclusiones

## **Fuentes de consulta**

Bibliografía

Webgrafía

Imágenes

La Filмотeca de la UNAM tiene un museo virtual en donde se exhibe una amplia variedad de aparatos cinematográficos, acompañados de su historia y detalles técnicos. Este museo es muy innovador, ya que presenta un recorrido virtual que permite a los visitantes explorar los aparatos en 3D con un alto nivel de detalle, como si estuvieran dentro del museo.

A pesar de la difusión que tiene a través de la página web de la Filмотeca, se reconoce la necesidad de utilizar otros medios digitales para reforzarla. Por lo tanto se propone la creación de un catálogo digital que refleje todo lo exhibido en el Museo Virtual. Este catálogo tendrá la capacidad de ser compartido en diversas plataformas digitales y se diseñará de manera que cuente con la opción de ser impreso en el futuro si así se requiere, convirtiéndose así en una valiosa fuente de consulta.

En el capítulo I se hablará sobre la Filмотeca de la UNAM, se explicará qué es, a qué se dedica, cuál es su misión, visión y valores, entre otros datos importantes sobre la dependencia.

El capítulo II explica cuál es la competencia directa de la Filмотeca y menciona algunas ventajas y desventajas con las que cuenta.

El capítulo III es dedicado al desarrollo del proyecto gráfico, en donde se explica cuál fue el proceso del diseño siguiendo la metodología de Bruno Munari.

En el capítulo IV se realizó un análisis semiótico basado en la autora Lydia Elizalde. Está dividido en cinco secciones: percepción inicial, coloremas, sintaxis, asociaciones y páginas interiores.

# CAPÍTULO I

## FILMOTECA UNAM





Imagen No. 1

## 1.1 ¿QUÉ ES?

La Filmoteca de la UNAM es la dependencia encargada de localizar, adquirir, identificar, clasificar, restaurar, valorizar, conservar y difundir películas, y en general, todos aquellos objetos y documentos relacionados con la cinematografía en México.<sup>1</sup>

## 1.2 HISTORIA

La Filmoteca de la UNAM fue tal vez el primer archivo organizado de imágenes en movimiento que se dispuso a resguardar cualquier material fílmico que existiera en México.

El 8 de julio de 1960 en el Salón del Consejo de la Torre de Rectoría de la UNAM, el doctor Nabor Carrillo, rector de la Universidad, acompañado entre otros por el secretario general doctor Efrén C. del Pozo y el maestro Manuel Gonzalez Casanova, recibía de manos del productor Manuel Barbachano Ponce las copias en 16mm de sus películas *Torero* (1956), dirigida por Carlos Velo y *Raíces* (1953) del realizador Benito Alazraki, con las que la Filmoteca iniciaba

<sup>1</sup> Filmoteca UNAM. Dirección General de Actividades Cinematográficas. Filmoteca UNAM. 2018. Objetivos y funciones. Disponible en: <https://www.filmoteca.unam.mx/pages/quienes-somos/objetivos-y-funciones>. [Consultado 27 septiembre 2019].



su acervo y abría formalmente el servicio de préstamo de películas para los cine clubes universitarios, en una época en que las copias digitales en DVD eran una entelequia, impensable incluso para la literatura y el cine de ciencia ficción de entonces.<sup>2</sup>

### 1.3 OBJETIVOS

Rescatar, restaurar, catalogar, preservar y difundir imágenes en movimiento, así como sus elementos sonoros y todos los documentos escritos e iconográficos, y aparatos cinematográficos, que forman el patrimonio fílmico nacional e internacional en resguardo de la Universidad.

Impartir cursos, talleres y seminarios que contribuyan a la formación de especialistas en el campo de la restauración, preservación y programación de material cinematográfico.

Apoyar proyectos cinematográficos que enriquezcan tanto a la comunidad universitaria como a la sociedad en general.

Programar materiales cinematográficos dentro y fuera de la Universidad.

Propiciar la formación de públicos para la cultura cinematográfica entre la comunidad universitaria y el público en general, dando especial énfasis al cine nacional.

Ofrecer programación alternativa al cine comercial.

Establecer relaciones y promover acuerdos de colaboración con otras instituciones de su ámbito, a fin de difundir la cultura cinematográfica nacional e internacional de calidad.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Aviña, R. Filmoteca UNAM: 50 años. ADN Editores SA. de CV. 2010. pp. 21-23

<sup>3</sup> Filmoteca UNAM. Dirección General de Actividades Cinematográficas. Filmoteca UNAM. 2018. Objetivos y funciones. Disponible en: <https://www.filmoteca.unam.mx/pages/quienes-somos/objetivos-y-funciones>. [Consultado 10 octubre 2019].



## **Valores**

Calidad: Buscar y mantener la excelencia en las actividades que se realizan.

Liderazgo: Esforzarse por seguir manteniendo su lugar como el archivo fílmico más grande de Latinoamérica.

Integridad: Ser transparentes en todas las actividades que se desarrollan.

Legalidad: Los servicios que ofrece deben seguir las normas y reglamentos de los derechos de autor.

## **1.6 PRODUCTOS Y SERVICIOS**

### **Librería**

Dentro de las instalaciones de la Filmoteca, se encuentra una tienda que ofrece una amplia variedad de productos, que van desde libros y películas hasta carteles y souvenirs.

### **Películas**

La tienda también ofrece una selección diversa de películas para su venta.

### **Museo virtual**

Proporciona un recorrido por la historia de los diversos aparatos cinematográficos, ofreciendo una experiencia educativa e interactiva.

### **Restauración de películas**

La Filmoteca cuenta con un taller de restauración dedicado a preservar y rescatar el acervo fílmico. Aquí se realiza el mantenimiento necesario para conservar las películas en óptimas condiciones.

### **Centro de documentación**

Este centro ofrece el préstamo de libros, revistas, periódicos, carteles, fotografías y películas en formato DVD, entre otros recursos, para fines de investigación y consulta.

### **Laboratorio cinematográfico**

Encargado de mantener en óptimas condiciones el archivo fílmico de la Filmoteca, este laboratorio realiza tareas de conservación y preservación del material cinematográfico.

CAPÍTULO II

PÚBLICO META  
Y COMPETENCIAS



## 2.1 PÚBLICO META

Consiste en la identificación de segmentos dentro de un mercado o una población dados.

Los consumidores pueden segmentarse considerando distintos factores como identificadores demográficos, estilos de vida (incluyendo pasatiempos) y hábitos de uso asociados con algún producto u otros factores. <sup>5</sup>

## 2.2 NIVEL SOCIECONÓMICO

El Nivel Socioeconómico (NSE) es la regla desarrollada por la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión Pública (AMAI), basada en el desarrollo de un modelo estadístico que permite clasificar a los hogares de una manera objetiva y cuantificable de acuerdo a su Nivel Socioeconómico. Esta es la segmentación social y mercadológica más usada y ha permitido a la industria, el comercio, los medios, las agencias de comunicación, las instituciones públicas, la academia y las empresas de investigación, analizar de una manera científica, estandariza y sencilla, los grupos que integran la sociedad mexicana. Esta segmentación clasifica a los hogares, y por lo tanto a todos sus integrantes, de acuerdo a su bienestar económico y social, en el sentido de qué tan satisfechas están sus necesidades de espacio, salud e higiene, comodidad y practicidad, conectividad, entretenimiento dentro del hogar, y planeación y futuro. <sup>6</sup>

<sup>5</sup> G. Schiffman y Lazar Kanuk. 2010. Comportamiento del consumidor. Pearson. p.51

<sup>6</sup> NSE. NSE AMAI 2018. ¿Qué es el Nivel Socioeconómico para la AMAI?. Disponible en: <http://nse.amai.org/faq/que-es-el-nivel-socioeconomico-para-la-amai/>. [Consultado 8 octubre 2019].

## 2.2.1 NIVEL SOCIECONÓMICO C+, C Y C-

**C+** El 89% de los hogares en este nivel cuentan con uno o más vehículos de transporte y un 91% tiene acceso a internet fijo en la vivienda. Un poco menos de la tercera parte (31%) de su gasto se destina a los alimentos y lo que se destina (5%) a calzado y vestido es muy homogéneo con otros niveles.

**C** Un 81% de los hogares en este nivel tienen un jefe de hogar con estudios mayores a primaria y 73% cuentan con conexión a Internet fijo en la vivienda. Del total de gastos de este nivel, un 35% son destinados a la alimentación y un 9% a educación.

**C-** Un 73% de los hogares en este nivel están encabezados por un jefe de hogar con estudios mayores a primaria. El 47% de estos hogares cuentan con conexión a Internet fijo en la vivienda. El 38% del gasto de estos hogares se asigna para alimentos y un 5% es para vestido y calzado.<sup>7</sup>

Un estudio realizado por la Asociación de Internet MX en 2022 muestra que el 35.8% de los usuarios a internet pertenece al sector C+, mientras que el 41.6% pertenecen a los sectores C y C-.<sup>8</sup>

## 2.3 PÚBLICO META DE LA FILMOTECA UNAM

Los principales usuarios de la Filmoteca UNAM son personas apasionadas por el cine e interesadas en los acervos que tiene esta institución.

Suelen ser estudiantes, profesores o investigadores de la UNAM y otras instituciones educativas. Disfrutan participando en eventos y conferencias relacionados con el cine.

<sup>7</sup> NSE. NSE AMAI 2018. ¿Cuántos Niveles Socioeconómicos hay y cuáles son sus principales características?. Disponible en: <http://nse.amai.org/uncategorized/cuantos-niveles-socioeconomicos-hay-y-cuales-son-sus-principales-caracteristicas/>. [Consultado 8 octubre 2019].

<sup>8</sup> AIMIX. Estudios de Hábitos de Internet en México. ¿Cuántos Niveles Socioeconómicos hay y cuáles son sus principales características?. Disponible en: <https://www.asociaciondeinternet.mx/estudios/habitos-de-internet>. [Consultado 26 marzo 2023].

## 2.4 COMPETENCIA DIRECTA



Imagen No. 3

### Cineteca Nacional

La Cineteca Nacional de México abrió sus puertas el 17 de enero de 1974 con la proyección de la película *El compadre Mendoza* (1933), de Fernando de Fuentes, y desde ese primer momento quedaron bien asentadas sus misiones:

- Preservar la memoria fílmica tanto nacional como mundial.
- Promover la cultura cinematográfica en nuestro país.

Al inicio se encontraba en uno de los Foros de los Estudios Churubusco, y en aquel entonces estaba adscrita a la Dirección de Cinematografía de la Secretaría de Gobernación.

En 1980 se llevó a cabo por vez primera el Foro Internacional de la Cineteca, espacio reservado para realizadores emergentes y de vanguardia. Tras el incendio sucedido en marzo de 1982, las nuevas instalaciones fueron inauguradas el 27 de enero de 1984, y así la Plaza de los Compositores de la Avenida México-Coyoacán 389 se convirtió en la nueva sede de la Cineteca Nacional.

A partir del 2014 se creó el Departamento de Extensión Académica, encargado de la organización de diplomados, cursos, seminarios, cátedras y talleres.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Cineteca Nacional. Cineteca Nacional 2019. Información. Disponible en: <https://www.cinetecanacional.net/controlador.php?opcion=contexto>. [Consultado 10 octubre 2019].

## 2.4.1 VENTAJAS Y DESVENTAJAS

Se realizó una comparación de las ventajas y desventajas con las que cuenta la Filmoteca UNAM sobre la Cineteca Nacional.

### Ventajas

- La Filmoteca UNAM cuenta con un acervo cinematográfico más extenso que el de la Cineteca Nacional.
- Se han establecido colaboraciones entre la Filmoteca UNAM y la Cineteca Nacional.
- Aunque la Filmoteca UNAM no cuenta con salas de cine dentro de sus instalaciones, sus proyecciones se llevan a cabo en el Centro Cultural Universitario, el Cinematógrafo del Chopo y la sala Lumière de la Casa del Lago, lo que aumenta su accesibilidad a personas de diferentes lugares.
- La Filmoteca UNAM cuenta con el Museo Virtual de Aparatos Cinematográficos, siendo pionera en su tipo entre las instituciones de cine en México.
- La Cineteca no dispone de un museo virtual o catálogo de aparatos cinematográficos.

### Desventajas

- La Filmoteca UNAM, así como sus salas de cine, cierran durante los periodos vacacionales de la UNAM, lo que puede limitar su accesibilidad.
- La Cineteca Nacional cuenta con salas de cine dentro de sus instalaciones y se ubica en un lugar más céntrico, lo que le otorga mayor cantidad de visitas.
- La Cineteca Nacional también cuenta con un taller de restauración, al igual que la Filmoteca UNAM.



CAPÍTULO III

DESARROLLO DEL  
PROYECTO  
GRÁFICO



### 3.1 Metodología de Bruno Munari

Se decidió utilizar la metodología proyectual de Bruno Munari.

Bruno Munari (Milán, 1907-1998) fue diseñador, poeta, escultor, pedagogo y autor de libros infantiles y ensayos. Vinculado al movimiento futurista desde 1927, desarrolló su actividad en los campos diversos del grafismo, el diseño industrial, la experimentación sobre materiales y tecnologías, y la proyección de objetos que integraran utilidad práctica y uso estético. Siempre interesado en la búsqueda de formas de simplificar y clarificar el proceso de diseño, durante los últimos años de su vida se centró sobre todo en temas relacionados con la didáctica, la psicología y la pedagogía, apostando por una educación en el diseño que comenzara en las guarderías.<sup>10</sup>

En su libro “Como nacen los objetos”, el autor Bruno Munari compara una metodología de diseño con una receta de cocina. Si realizando una receta para algún platillo no se siguen los pasos correctamente, el resultado no será el adecuado y el platillo no quedará. Lo mismo sucede con el proceso de diseño, deben seguirse los pasos correctos para que el resultado sea funcional, en esto consiste su método proyectual.

De este razonamiento surgió su metodología proyectual, también conocida como el método del arroz verde.

El método proyectual consiste simplemente en una serie de pasos necesarios, dispuestos en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> GG. Editorial Gustavo Gili 2018. Diseño y comunicación visual Contribución a una metodología didáctica. Disponible en: <https://ggili.com/dise-o-y-comunicacion-visual-libro-2753.html>. [Consultado 10 octubre 2019].

<sup>11</sup> Munari, B. Como nacen los objetos. Editorial Gustavo Gili S.A. 1983. p. 12

# METODOLOGÍA PROYECTUAL DE BRUNO MUNARI



Imagen No. 4

**1. Problema:** En el diseño el problema surge de una necesidad.

El problema no se resuelve por sí mismo, pero en cambio contiene todos los elementos para la solución; hay que conocerlos y utilizarlos en el proyecto de solución.<sup>12</sup>

**2. Definir problema:** Se llega a una definición mas exacta del problema para delimitar el área de trabajo del diseñador.

**3. Complejidad del problema:** Se obtienen los elementos más importantes.

**4. Recopilación:** Se generan subproblemas, con los cuales se recopilarán datos.

**5. Análisis de datos:** Estos datos recolectados se deben analizar, lo que proporcionará sugerencias.

**6. Creatividad:** La etapa creativa considera todas las operaciones necesarias que se desprenden del análisis de datos.

**7. Materiales y tecnología en computadora:** Se realiza una recogida de datos sobre materiales y tecnologías.

**8. Experimentación:** Se experimenta con los materiales y tecnologías que se recopilaron para obtener más información.

**9. Modelos:** Puede ocurrir que exista más de un modelo.

**10. Verificación:** Se debe presentar a un número de usuarios con el fin de decidir a su criterio cuál es mejor.

**11. Dibujos constructivos:** Sirven para informar a la persona que llevará a cabo el prototipo.

**12. Solución:** Se le da solución al problema que responde a las necesidades.

<sup>12</sup> Munari, B. Cómo nacen los objetos. Editorial Gustavo Gili S.A. 1983. p. 19

### **3.1.1 Problema, recopilación y análisis de datos**

Se definió que la necesidad principal de nuestro problema es diseñar un catálogo para consultar los aparatos cinematográficos desde diferentes plataformas digitales, con el propósito de servir como una forma adicional de difusión para el museo virtual de la Filmoteca. (Véase el marco teórico)

A partir de esta necesidad, se llevó a cabo una investigación previa en donde se recopiló información sobre la dependencia:

- Su historia
- Misión, visión y valores
- Productos y servicios que ofrece
- Público objetivo
- Competencia
- Nivel socioeconómico

(Véase capítulo I y II)

Así como una investigación de los diferentes elementos teóricos conceptuales que son necesarios para realizar el proyecto, ya que estos proporcionan sugerencias de lo que se debe o no hacer al momento de solucionar el problema.

### **3.1.2 Elementos teórico-conceptuales**

#### **Semiótica**

La semiótica estudia los signos no lingüísticos y su pertinencia para el estudio de los signos visuales, es amplia como sistema donde éstos se interrelacionan de acuerdo con ciertas leyes y regularidades.

El signo es un estímulo y su imagen mental está asociada a la imagen de otro estímulo para establecer una comunicación. El signo está formado por un significante codificado, que se percibe por medio de los sentidos, y un significado que es propiamente su referente. La relación entre el significante y el significado es convencional y puede ser más o menos amplia y precisa.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Elizalde, L. Diseño en la revista de la universidad de México. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. 2009. p. 29

## Diseño gráfico

El diseño es un proceso de creación visual con un propósito.

Un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo, ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese algo sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser solo estética si no funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.<sup>14</sup>

## Maquetación

La maquetación es un boceto previo de la composición de un texto que se va a publicar, usado para determinar sus características definitivas. Su objetivo principal es presentar los elementos visuales y de texto que se deben comunicar de un modo que permita al lector recibirlos con el esfuerzo mínimo.<sup>15</sup>

Para realizar una buena maquetación se debe tener en cuenta el formato, ya sea digital o impreso, así como el tipo de lector al que se dirige.

Dentro de la maquetación se encuentra la retícula, esta es de gran importancia para distribuir los elementos de forma adecuada. Las retículas constan de seis partes: los márgenes, las líneas de flujo, zonas espaciales, módulos y columnas.

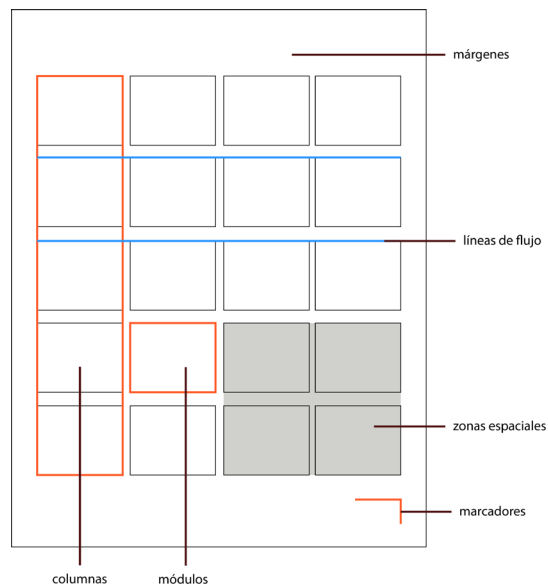


Imagen No. 5

<sup>14</sup> Wong, W. Fundamentos del diseño bi y tridimensional. Gustavo Gili, S.A. 2009. p. 41

<sup>15</sup> Ambrose, H. Layout. Parramón. 2007. p. 6

## Retícula de columnas

La información que es discontinua presenta la ventaja de que puede disponerse en columnas verticales. Dado que las columnas pueden depender unas de las otras en el caso del texto corrido, pueden ser independientes si se trata de pequeños bloques de texto, o bien pueden cruzarse para crear columnas más anchas, la retícula de columna es muy flexible y puede utilizarse para separar diversos tipos de información.<sup>16</sup>

## Retícula jerárquica

A veces, las necesidades informativas y visuales de un proyecto requieren de una retícula extraña que no encaje en ninguna otra categoría. Estas retículas se adaptan a las necesidades de la información que organizan, pero están basadas más bien en la disposición intuitiva de alineaciones vinculadas a las proporciones de los elementos y no en intervalos regulares y repetidos.<sup>17</sup>

Este tipo de retícula se utiliza principalmente para carteles y páginas web. Pero también se llega a utilizar para diseñar libros.

## Tipografía

Para transmitir un mensaje y que sea recibido correctamente es muy importante la tipografía.

La tipografía es el diseño de caracteres unificados con propiedades visuales uniformes.

El diseño tipográfico proporciona un sistema de producción regular y reconocimiento; establece la identidad y permite ampliar las posibilidades de diseño con base en las características formales y expresivas de diferentes tipografías. Se recomienda el uso de un máximo de tres fuentes de la misma tipografía para crear una identidad y cohesión visual.<sup>18</sup>

El interlineado es el espacio entre renglones. Es muy importante ya que influye en si el texto será legible o no. Un buen interlineado otorga una composición armónica y funcional al texto. En una composición no deben utilizarse más de tres fuentes.

<sup>16</sup> Samara, T. Diseñar con y sin retícula. Editorial Gustavo Gili, SL. 2006. p. 27

<sup>17</sup> Samara, T. Diseñar con y sin retícula. Editorial Gustavo Gili, SL. 2006. p. 29

<sup>18</sup> Elizalde, L. Diseño en la revista de la universidad de México. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. 2009. p. 90

## El color

### Amarillo

Es uno de los tres colores primarios, los que no resultan de ninguna mezcla de colores. Y es el más claro de todos los colores vivos.

Está presente en experiencias y símbolos relacionados con el sol, la luz y el oro.<sup>19</sup>

### Negro

El negro es la ausencia de luz. Si se mezclan no los colores de la luz, sino colores materiales, de la suma de rojo, azul y amarillo, que es también la suma de todos los colores, se obtiene (casi) un negro.<sup>20</sup>

La autora Eva Heller (2008, 129) se refiere al negro como “la renuncia al color”, por lo tanto, al renunciar al color da lugar a la funcionalidad, que es el principal objetivo del diseño.

## Programas para libros digitales

La Filmoteca utiliza principalmente dos programas para subir sus libros digitales: Issuu y FlipHTML5

### Issuu

Issuu es una compañía de medios moderna. Brinda a cualquier persona con contenido vinculado digitalmente la capacidad de cargar y distribuir sus publicaciones en todo el mundo, en solo minutos y tan a menudo como les gustaría.<sup>21</sup>

Cuenta con una página web y una app para IOS y android.

Para subir contenido es necesario registrarse con un correo electrónico o una red social.

### FlipHTML5

FlipHTML5 es un Flip Book Maker gratuito diseñado para convertir PDF, MS Office, OpenOffice e imágenes a HTML5 y jQuery basado en Flip eBook, haciendo que los archivos PDF sean más interactivos.<sup>22</sup>

<sup>19</sup> Heller, E. Psicología del color. Editorial Gustavo Gili, SL. 2008. p. 85

<sup>20</sup> op.cit. p. 129

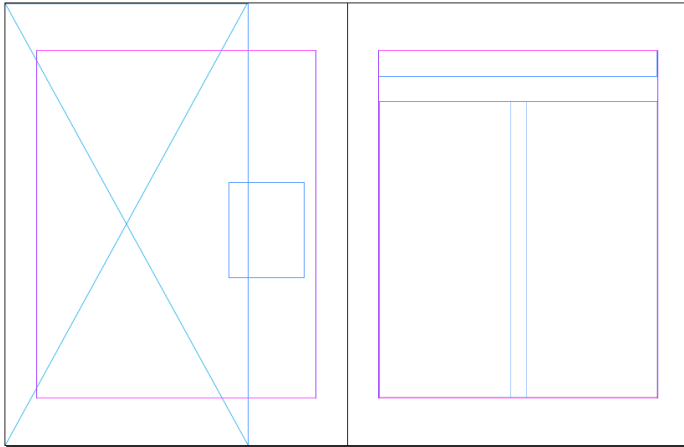
<sup>21</sup> Issuu. Issuu 2018. Información. Disponible en: <https://issuu.com/about>. [Consultado 18 octubre 2019].

<sup>22</sup> FLIPHTML5. 2019 Wonder Idea Technology Limited. Información. Disponible en: <http://fliphtml5.com/>. [Consultado 18 octubre 2019].

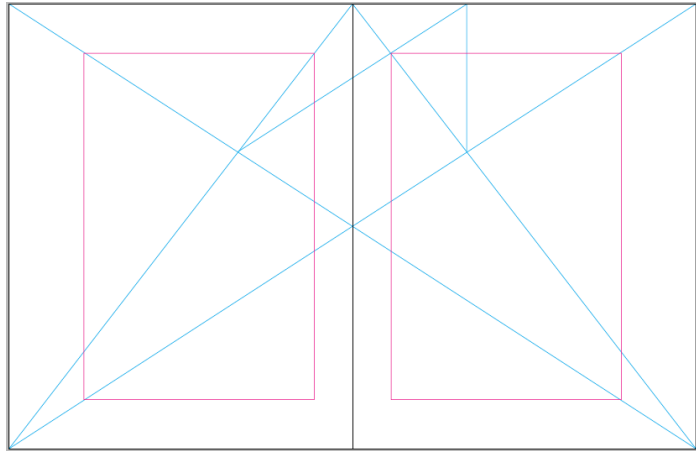


### 3.1.3 Creatividad

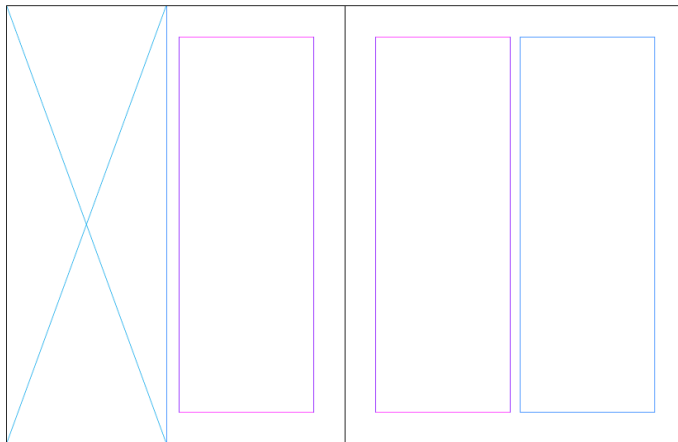
A partir del análisis de datos se realizaron tres propuestas de maquetación para el catálogo.



Propuesta 1



Propuesta 2



Propuesta 3

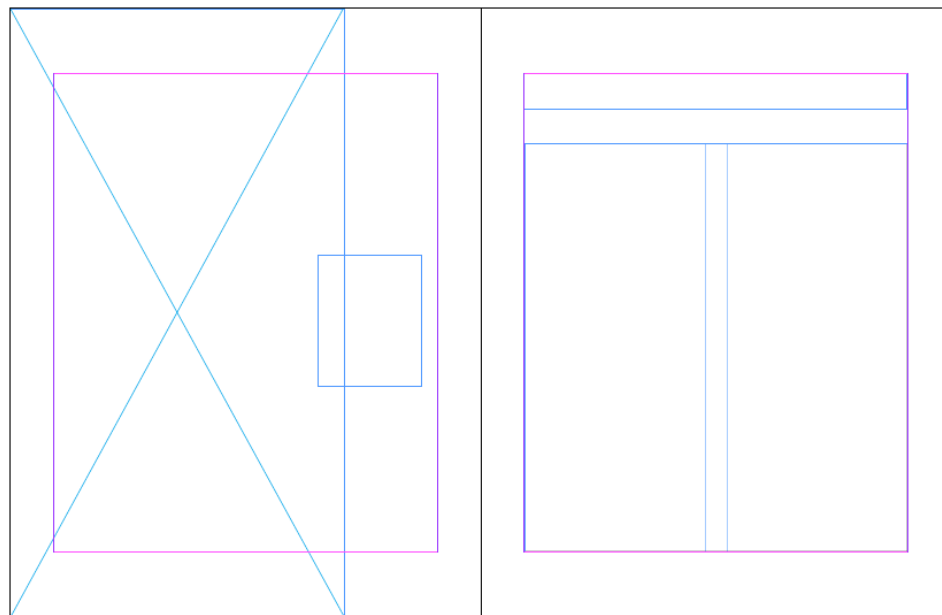
Se seleccionó la primera propuesta debido a que ofrece el espacio necesario para cada uno de los elementos que deben incluirse.

Se utilizará una combinación de dos tipos de retículas, la de columnas y la jerárquica.

En la página izquierda es donde se utilizará una retícula jerárquica. Por lo tanto se colocaron dos columnas, la primera de 24.5 x 13.5 cm, en donde se colocará la imagen del aparato cinematográfico. Sobrepuesta se encuentra otra columna para la ficha técnica de cada aparato.

La página derecha utiliza la retícula de columnas, con dos columnas que se encuentran divididas a la mitad, dejando 0.5 mm de separación entre ellas. Aquí es donde se encontrará la información sobre los aparatos. Las cajas de texto iniciarán a partir de 2 cm desde el margen.

Esta elección se considera la más adecuada, ya que permite que el diseño sea legible tanto en formato digital como físico, en caso de ser impreso en el futuro.



Propuesta 1

### 3.1.4 Materiales y tecnología en computadora

El catálogo está diseñado para ser digital, con la posibilidad de ser impreso en el futuro.

Se empleará la plataforma digital ISSUU para cargar el catálogo, lo que garantizará su disponibilidad tanto en la aplicación como en la página del museo virtual.

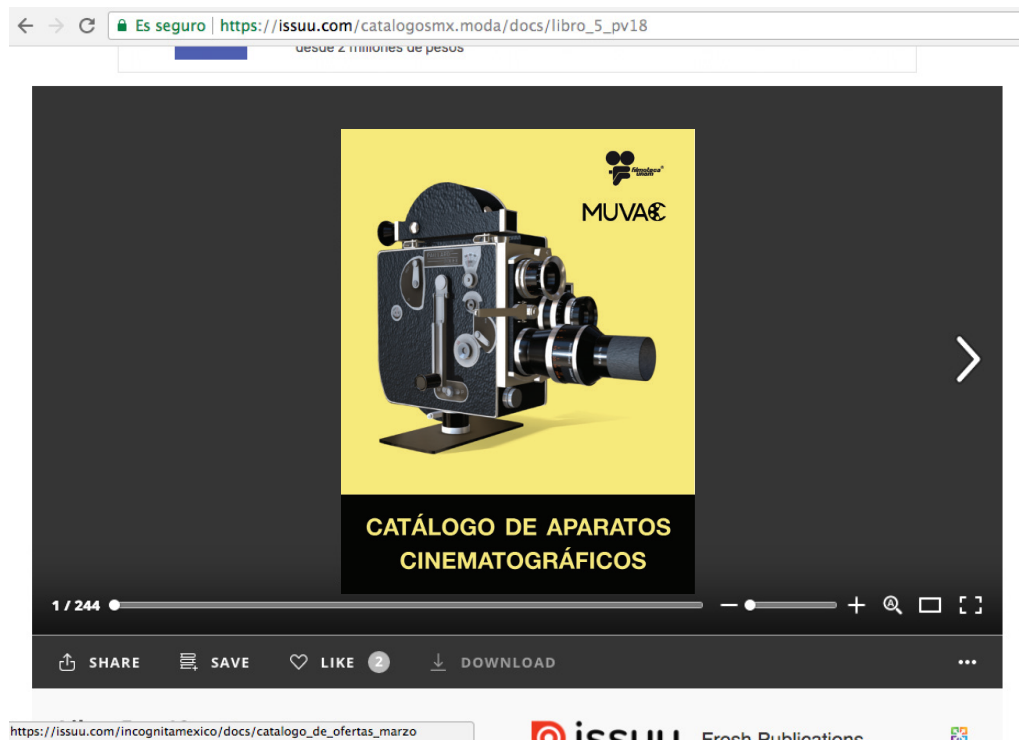


Imagen No. 6

### 3.1.5 Modelos y verificación

#### Portada



Modelo de portada 1



Modelo de portada 2

# Páginas interiores

 <p> <b>Marca E.P. Gloria</b>  <b>Modelo Duplex</b>  <b>Fabricada por Ernst Plank</b>  <b>Alemania, 1900</b>  <b>Largo 30 cm, ancho 10 cm, altura total 48 cm</b> </p>	<p style="text-align: center;"><b>LINTERNA MÁGICA GLORIA</b></p> <p><b>Descripción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Linterna mágica para proyección de placas fijas de 50 mm.</li> <li>- Iluminación a base de lámpara de petróleo con dos mechas.</li> <li>- Dos perfiles para regular la intensidad luminosa.</li> <li>- Chimenea desmontable.</li> <li>- Lente de proyección de 23 mm de distancia focal, con mecanismo para ajustar el enfoque.</li> <li>- Con cristal condensador de 45 mm de diámetro.</li> <li>- Fabricada en latón pavonado con adornos en bronce.</li> </ul> <p><b>Más información</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La linterna en el interior de su cuerpo, tiene dos mechas que pueden ser de algodón y/o asbesto, en las que se quema petróleo caliente produciéndose la flama que da la iluminación; delante de ésta hay un cristal condensador para concentrar y transmitir la luz hacia adelante donde están la placa con la imagen y la lente.</li> <li>- Las placas eran de vidrio y las había dibujadas y coloreadas a mano y también fotográficas y de calcografía.</li> <li>- Las placas con la imagen deben ser puestas "de cabeza" en virtud de que la lente de proyección toma la luz que recibe y la invierte sobre la pantalla.</li> <li>- La chimenea conduce al exterior, el calor y el humo que son producto de la combustión del petróleo.</li> <li>- Las placas se colocaban en una imagen fija, de ahí reciben su nombre. Con el propósito de hacer el espectáculo más entretenido se articulaban con otra placa para tener movimiento en pantalla.</li> <li>- El uso de estas linternas se generaliza en la población de tal suerte, que hay proyecciones públicas por las que se cobra una cuota al espectador y se desarrollan grupos de placas que narran toda una historia específica: un cuento de amor, una historia de apariciones o fantasmas, la liberación de un pueblo, el triunfo del bien sobre el mal, etc. También hubo placas que tuvieron funciones didácticas.</li> <li>- La Filarmónica de la UNAM conserva una colección de placas de cristal de fabricación francesa, C. 1910, que pertenecieron a la Escuela Nacional Preparatoria, con diversos tópicos como: enfermedades contagiosas, aparatos de terapia física, seres humanos con deformidades físicas, etc., etc.</li> <li>- Surge en el siglo XVII a partir de los experimentos del jesuita alemán Atanasius Kirchner (1620-1680). Aparato que está conformado por una cámara oscura(a) con un conjunto de lentes(l) y un chasis (caja) donde se montaban las placas de vidrio (IMAGEN PLACAS) con las imágenes pintadas a mano.</li> <li>- Desde 1650 hasta finales del siglo XVII, muchos linternistas ambulantes maravillaron a multitudes con las proyecciones públicas. Para los espectadores de la época, lo visto no era resultado de descubrimientos técnicos, sino que se producía por arte de magia(d).</li> </ul> <p style="text-align: right;">CATÁLOGO DE APARATOS CINEMATOGRAFICOS 8</p>
---	---

Modelo de páginas interiores 1

 <p> <b>Marca E.P. Gloria</b>  <b>Modelo Duplex</b>  <b>Fabricada por Ernst Plank</b>  <b>Alemania, 1900</b>  <b>Largo 30 cm, ancho 10 cm, altura total 48 cm</b> </p> <p>9 CATÁLOGO DE APARATOS CINEMATOGRAFICOS</p>	<p style="text-align: center;"><b>LINTERNA MÁGICA GLORIA</b></p> <p><b>Descripción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Linterna mágica para proyección de placas fijas de 50 mm.</li> <li>- Iluminación a base de lámpara de petróleo con dos mechas.</li> <li>- Dos perfiles para regular la intensidad luminosa.</li> <li>- Chimenea desmontable.</li> <li>- Lente de proyección de 23 mm de distancia focal, con mecanismo para ajustar el enfoque.</li> <li>- Con cristal condensador de 45 mm de diámetro.</li> <li>- Fabricada en latón pavonado con adornos en bronce.</li> </ul> <p><b>Más información</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La linterna, en el interior de su cuerpo, tiene dos mechas que pueden ser de algodón y/o asbesto, en las que se quema petróleo caliente produciéndose la flama que da la iluminación; delante de ésta hay un cristal condensador para concentrar y transmitir la luz hacia adelante donde están la placa con la imagen y la lente.</li> <li>- Las placas eran de vidrio y las había dibujadas y coloreadas a mano y también fotográficas y de calcografía.</li> <li>- Las placas con la imagen deben ser puestas "de cabeza" en virtud de que la lente de proyección toma la luz que recibe y la invierte sobre la pantalla.</li> <li>- La chimenea conduce al exterior, el calor y el humo que son producto de la combustión del petróleo.</li> <li>- Las placas en principio eran de una imagen fija, de ahí reciben su nombre. Con el propósito de hacer el espectáculo más entretenido se articulaban con otra placa para tener movimiento en pantalla.</li> <li>- El uso de estas linternas se generaliza en la población de tal suerte, que hay proyecciones públicas por las que se cobra una cuota al espectador y se desarrollan grupos de placas que narran toda una historia específica: un cuento de amor, una historia de apariciones o fantasmas, la liberación de un pueblo, el triunfo del bien sobre el mal, etc. También hubo placas que tuvieron funciones didácticas.</li> <li>- La Filarmónica de la UNAM conserva una colección de placas de cristal de fabricación francesa, C. 1910, que pertenecieron a la Escuela Nacional Preparatoria, con diversos tópicos como: enfermedades contagiosas, aparatos de terapia física, seres humanos con deformidades físicas, etc., etc.</li> <li>- Surge en el siglo XVII, a partir de los experimentos del jesuita alemán Atanasius Kirchner (1620-1680). Aparato que está conformado por una cámara oscura(a) con un conjunto de lentes(l) y un chasis (caja) donde se montaban las placas de vidrio (IMAGEN PLACAS) con las imágenes pintadas a mano.</li> <li>- Desde 1650 hasta finales del siglo XVII, muchos linternistas ambulantes maravillaron a multitudes con las proyecciones públicas. Para los espectadores de la época, lo visto no era resultado de descubrimientos técnicos, sino que se producía por arte de magia(d).</li> <li>- A principios del siglo XIX, con el uso de la electricidad, las linternas se convirtieron en la fuente de luz de los primeros proyectores</li> </ul> <p style="text-align: right;">CATÁLOGO DE APARATOS CINEMATOGRAFICOS 8</p>
--	--

Modelo de páginas interiores 2

### 3.1.6 Solución

Para las páginas interiores, se optará por el primer modelo, donde se ubicará la imagen del aparato cinematográfico en el lado izquierdo, acompañada de un pequeño recuadro con la ficha técnica. En la página derecha se incluirá el nombre y la descripción del aparato.

El texto se organizará en dos columnas, y las cajas de texto se situarán a 2 cm del margen superior.

Por encima de las cajas de texto se añadirá un título con una viñeta.

	<p><b>Marcos E.P. Gloria</b>  <b>Modelo Duplex</b>          Fabricado por Ernst Plenk          Alemania, 1860          Largo 30 cm, ancho 15 cm, altura total 46 cm</p>
<div style="text-align: center;">  <b>LINTERNA MÁGICA GLORIA</b> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div data-bbox="917 840 1128 1039"> <p><b>Descripción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Linterna mágica para proyección de placas fijas de 50 mm.</li> <li>- Iluminación a base de lámpara de petróleo con dos mechas.</li> <li>- Dos perillas para regular la intensidad luminosa.</li> <li>- Chimenea desmontable.</li> <li>- Lente de proyección de 23 mm de distancia focal, con mecanismo para ajustar el enfoque.</li> <li>- Con cristal condensador de 45 mm de diámetro.</li> <li>- Fabricada en latón pulvreado con adornos en bronce.</li> </ul> </div> <div data-bbox="1128 840 1339 1039"> <p><b>Más información</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La linterna, en el interior de su cuerpo, tiene dos mechas que pueden arde de algodón y/o alabastro, en las que se quemó petróleo o keroseno produciéndose el flameo que da la iluminación; delante de ésta hay un cristal condensador para concentrar y transmitir la luz hacia adelante donde están la placa con la imagen y la lente.</li> <li>- Las placas eran de vidrio y las había dibujadas y coloreadas a mano y también fotográficas y de calcografía.</li> <li>- Las placas con la imagen deben ser puestas "de cabeza" en virtud de que la lente de proyección toma la luz que escibe y la invierte sobre la pantalla.</li> </ul> </div> </div> <div style="margin-top: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La chimenea conduce al exterior, el calor y el humo que son producto de la combustión del petróleo.</li> <li>- Las placas en principio eran de una imagen fija, de ahí reciben su nombre. Con el propósito de hacer el espectáculo más entretenido se arrojaron con ellas placas para tener movimiento en pantalla.</li> <li>- El uso de estas linternas se generaliza en la población de tal suerte, que hay proyecciones públicas por las que se cobra una cuota al espectador y se desarrollan grupos de placas que narran toda una historia: espectros en cuerdas de acero, una hueste de apariciones o fantasmas, la liberación de un pueblo, el triunfo del bien sobre el mal, etc. También hubo placas que tuvieron funciones didácticas.</li> <li>- La Filarmónica de la UNAM conserva una colección de placas de cristal de fabricación francesa, C. 1810, que pertenecieron a la Biblioteca Filosófica Preparatoria, con diversos títulos como: enfermedades contagiosas, espejos de terapia física, seres humanos con deformidades físicas, etc., etc.</li> <li>- Surge en el siglo XVII a partir de los experimentos del jesuita alemán Anastasio Kirchner (1620-1680). Aparato que está conformado por una cámara oscura con un conjunto de lentes y un chasis (caja) donde se montaban las placas de vidrio (BILDEN PLACAS) con las imágenes pintadas a mano.</li> <li>- Desde 1650 hasta finales del siglo XVII, muchos linternistas ambulantes maravillaron a multitudes con las proyecciones públicas. Para los espectadores de la época, lo visto no era resultado de descubrimientos técnicos, sino que se producía por arte de magia.</li> </ul> </div> <div style="text-align: right; font-size: small; margin-top: 10px;">         CÁTEDRA DE APARATOS CINEMATOGRAFICOS 8     </div>	

Modelo de páginas interiores 1

Se ha seleccionado el primer modelo para la portada, donde se posicionará la imagen de un aparato cinematográfico en el lado izquierdo. En el lado superior derecho se ubicarán los logotipos de la Filmoteca y el MUVAC.

En la parte inferior, se incluirá una franja negra con el nombre del catálogo en color amarillo.



Modelo de portada1

CAPÍTULO IV

DESCRIPCIÓN  
GRÁFICA Y  
ANÁLISIS  
SEMIÓTICO





Se realizó un análisis semiótico basado en la autora Lydia Elizalde, conformado por cinco etapas:

1. Percepción inicial: Impacto visual
2. Coloremás: Color, textura, límites, dimensión, vectorialidad, posición en el plano <sup>24</sup>
3. Sintaxis visual: Interrelación de los coloremás
4. Asociaciones: Interpretación
5. Páginas interiores <sup>23</sup>

Lydia Elizalde es Doctora en Historia del Arte, con especialidad en Semiótica Visual; realizó estudios en Artes Visuales en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM; de Comunicación Visual en la Escuela de Artes y Diseño Gerrit Rietveld Academie en Amsterdam y de doctorado en el Centro de Investigaciones en Humanidades del Estado de Morelos. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores y al cuerpo académico Teorías y Crítica del Arte y la Literatura; es profesora investigadora en la Facultad de Artes de la UAEM; ha participado en coloquios nacionales e internacionales con temáticas sobre la semiótica visual y teorías del arte. Es autora de artículos en revistas arbitradas sobre semiótica del arte, semióticas gráficas, teorías y crítica del arte contemporáneo y sobre la investigación histórica del desarrollo editorial en México; autora de capítulos en libros sobre el análisis de discursos visuales en medios impresos, en medios digitales y sobre la fotografía y cine contemporáneo. Desde 2005 a la fecha ha sido directora y editora de la revista *Inventio*, revista divulgación, reconocida en Conacyt, en versión impresa y digital y directora del programa de publicaciones de la UAEM desde 2007 a la fecha. <sup>24</sup>

<sup>23</sup> Elizalde, L. Diseño en la revista de la universidad de México. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. 2009. p. 123

<sup>24</sup> Instituto de investigaciones biográficas. UNAM. 08 de febrero 2018. Disponible en: [http://www.sib.iib.unam.mx/files/proyecto/proyectos/2018\\_02\\_SIB\\_Lydia\\_Elizalde.pdf](http://www.sib.iib.unam.mx/files/proyecto/proyectos/2018_02_SIB_Lydia_Elizalde.pdf) [Consultado 04 de octubre 2019].

## 4.1 Percepción inicial

La portada del catálogo de aparatos cinematográficos tiene un formato vertical de 18.5 x 24.5 cm. Predomina la imagen de uno de los aparatos cinematográficos exhibidos en el Museo Virtual, en tonos amarillos y negros, junto con los logotipos de la Filmoteca y el MUVAC. Además, en la parte inferior se encuentra una placa de color negro con el título del catálogo en tipografía Sans Serif.



Modelo de portada 1

## 4.2 Coloremás



Imagen No. 7

El punto focal es la imagen del aparato que se encuentra en el área de mayor impacto visual, ya que es donde la vista se dirige inmediatamente.



Imagen No. 8

Del lado derecho, en el área de menor impacto visual, se encuentran los logotipos de la Filmoteca y el Museo Virtual.

Aunque ocupan un espacio menos prominente en comparación con la imagen del aparato cinematográfico y el título del catálogo, estos logotipos aún tienen un papel significativo al establecer la autoría y la legitimidad del contenido del catálogo.



Imagen No. 9

En la parte inferior se colocó una placa en negro donde se encuentra el título del catálogo en letras amarillas, con tipografía sans serif.

En conjunto, la placa en negro con el título del catálogo en letras amarillas y tipografía sans serif añade un elemento visualmente impactante a la portada del catálogo, complementando la imagen del aparato cinematográfico y los logotipos de la Filmoteca y el Museo Virtual. Esta combinación de elementos contribuye a crear una composición equilibrada y atractiva que capta la atención del espectador y comunica eficazmente el contenido y el propósito del catálogo.

### 4.3 Sintaxis

La portada del catálogo se divide en dos ejes, uno vertical y uno horizontal, obteniendo cuatro cuadrantes.

En el primer cuadrante se encuentra aproximadamente un 60% de la imagen del aparato llamado cámara cinematográfica Paillard Bolex de 16mm.

El segundo cuadrante ubicado en la esquina superior derecha, contiene los logotipos de la Filmoteca y el Museo Virtual de Aparatos Cinematográficos.

El tercer y cuarto cuadrantes se ubican en la esquina inferior izquierda y la esquina inferior derecha. En ambos cuadrantes se encuentra una pleca con el título del catálogo.



Imagen No. 10

Marcando la diagonal, del lado izquierdo se encuentra el área de mayor impacto visual, por lo que ahí se colocó un 60% de la imagen del aparato cinematográfico.

Del lado derecho se encuentra el área de menor impacto visual, por lo que ahí se colocaron los logotipos y el nombre del catálogo.

Esto ayuda a equilibrar la composición y a dirigir la atención del espectador hacia el elemento principal de la portada.



Imagen No. 11

## 4.4 Asociaciones

### Portada

El amarillo es utilizado en la portada ya que es el color que la Filmoteca utiliza en el sitio web del museo virtual. El amarillo, en el cine, se asocia principalmente con la espontaneidad y lo excéntrico. Al utilizar este color en el catálogo se busca transmitir esa sensación de vitalidad y energía en los diferentes aparatos, ya que así destaca la importancia histórica y la relevancia continua de los aparatos cinematográficos representados en el catálogo.

El negro se utiliza principalmente para generar un contraste con el amarillo. Este color se asocia con lo elegante y la formalidad, complementando así la vitalidad del amarillo.

La tipografía sans serif es asociada con la modernidad y el minimalismo. A pesar de que los aparatos mencionados son antiguos, se busca transmitir la sensación de modernidad con un toque minimalista que no desvíe la atención de las imágenes. Esta tipografía ayuda a mantener la atención en las imágenes y el contenido del catálogo, sin distraer al lector con elementos tipográficos más ornamentados.

La imagen utilizada en la portada es el modelo 3D de la cámara cinematográfica Paillard Bolex de 16mm, no solo representa visualmente uno de los aparatos cinematográficos incluidos en el catálogo, sino que también refuerza la idea de modernidad al combinar tecnología contemporánea con elementos históricos.



Modelo de portada 1



## 4.5 Páginas interiores

El diseño de las páginas interiores sigue una estructura clara y organizada, con un enfoque centrado en la imagen del aparato cinematográfico. La imagen ocupa una posición prominente en la página, abarcando la mayoría del espacio visual y sirviendo como punto focal para el lector.

Esta imagen siempre se coloca al inicio de la descripción, en forma de portadilla, con un fondo amarillo, que no solo hace eco al diseño de la portada, sino que también ayuda a resaltar la imagen y añade cohesión visual al catálogo en su conjunto.

El texto está organizado en dos columnas, lo que facilita la lectura y la asimilación de la información. La tipografía sans serif utilizada para el texto principal es legible y moderna, lo que complementa la estética general del diseño. Además se colocó un recuadro amarillo donde se encuentra la ficha técnica, con un recuadro amarillo para destacarse como información relevante.

El título del aparato se colocó en una columna con tipografía sans serif condensada, en tono azul que agrega contraste visual y jerarquía al diseño. A un lado del título se colocó una viñeta que ayuda a proporcionar un toque visual adicional y organizar el contenido.

El folio se encuentra en la esquina inferior derecha e izquierda, respectivamente, excepto en las páginas que contengan fotografías.



Modelo de páginas interiores 1

## CONCLUSIONES

---

En este proyecto se realizó la propuesta de un catálogo con formato de libro digital basado en la metodología de Bruno Munari y con un análisis semiótico basado en el estudio de Lydia Elizalde.

En el catálogo se muestran los diferentes aparatos cinematográficos exhibidos tanto en el MUVAC, como algunos que se encuentran en la sala de exposiciones ubicada dentro de las instalaciones de la Filmoteca, desde los precinematográficos, cinematográficos, amateurs, ingenio mexicano, hasta los precursores del cine.

El Museo Virtual de Aparatos Cinematográficos es relativamente nuevo y no cuenta con la difusión suficiente para darse a conocer, por lo tanto, se diseñó este catálogo como apoyo con la difusión y para dar a conocer el acervo de la Filmoteca.

Una vez publicado dentro de la página del museo y en la plataforma Issuu, cualquier persona que tenga acceso a internet podrá encontrarlo y consultarlo, ya sea por curiosidad o por si se requiere realizar alguna investigación. También el archivo podría enviarse a diferentes colaboradores de la Filmoteca para que conozcan un poco más su acervo de aparatos cinematográficos.

En resumen, este proyecto ha logrado diseñar la maquetación de un catálogo digital basado en una metodología sólida y un análisis semiótico detallado, con el objetivo de difundir el acervo de aparatos cinematográficos de la Filmoteca. La aplicación de la metodología de Bruno Munari ha proporcionado una estructura clara y eficiente para el proceso de diseño, mientras que el análisis semiótico ha enriquecido la comprensión de los elementos visuales y su impacto en la percepción del catálogo.

La adaptabilidad del diseño para su posible impresión en formato físico en el futuro garantiza su accesibilidad a una audiencia más amplia y diversa. En conjunto, este proyecto cumple con su objetivo de promover la cultura cinematográfica y preservar la memoria filmica a través de un medio accesible y atractivo.

# FUENTES DE CONSULTA



## Bibliografía

- <sup>2</sup> Aviña, R. Filmoteca UNAM: 50 años. ADN Editores SA. de CV. 2010. pp. 21-23
- <sup>5</sup> G. Schiffman y Lazar Kanuk. 2010. Comportamiento del consumidor. Pearson. p.51
- <sup>11</sup> Munari, B. Como nacen los objetos. Editorial Gustavo Gili S.A. 1983. p. 12
- <sup>12</sup> Munari, B. Cómo nacen los objetos. Editorial Gustavo Gili S.A. 1983. p. 19
- <sup>13</sup> Elizalde, L. Diseño en la revista de la universidad de México. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. 2009. p. 29
- <sup>14</sup> Wong, W. Fundamentos del diseño bi y tridimensional. Gustavo Gili, S.A. 2009. p. 41
- <sup>15</sup> Ambrose, H. Layout. Parramón. 2007. p. 6
- <sup>16</sup> Samara, T. Diseñar con y sin retícula. Editorial Gustavo Gili, SL. 2006. p. 27
- <sup>17</sup> op.cit. p. 29
- <sup>18</sup> Elizalde, L. Diseño en la revista de la universidad de México. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. 2009. p. 90
- <sup>19</sup> Heller, E. Psicología del color. Editorial Gustavo Gili, SL. 2008. p. 85
- <sup>20</sup> op.cit. p. 129
- <sup>23</sup> Elizalde, L. Diseño en la revista de la universidad de México. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. 2009. p. 123

## Webgrafía

<sup>1</sup> Filmoteca UNAM. Dirección General de Actividades Cinematográficas. Filmoteca UNAM. 2018. Objetivos y funciones. Disponible en: <https://www.filmoteca.unam.mx/pages/quienes-somos/objetivos-y-funciones>.

<sup>3</sup> Filmoteca UNAM. Dirección General de Actividades Cinematográficas. Filmoteca UNAM. 2018. Objetivos y funciones. Disponible en: <https://www.filmoteca.unam.mx/pages/quienes-somos/objetivos-y-funciones>.

<sup>4</sup> Filmoteca UNAM. Dirección General de Actividades Cinematográficas. Filmoteca UNAM. 2018. Misión y Visión. Disponible en: <https://www.filmoteca.unam.mx/pages/quienes-somos/mision-y-vision>.

<sup>6</sup> NSE. NSE AMAI 2018. ¿Qué es el Nivel Socioeconómico para la AMAI?. Disponible en: <http://nse.amai.org/faq/que-es-el-nivel-socioeconomico-para-la-amai/>.

<sup>7</sup> NSE. NSE AMAI 2018. ¿Cuántos Niveles Socioeconómicos hay y cuáles son sus principales características?. Disponible en: <http://nse.amai.org/uncategorized/cuantos-niveles-socioeconomicos-hay-y-cuales-son-sus-principales-caracteristicas/>.

<sup>8</sup> AIMIX. Estudios de Hábitos de Internet en México. ¿Cuántos Niveles Socioeconómicos hay y cuáles son sus principales características?. Disponible en: <https://www.asociaciondeinternet.mx/estudios/habitos-de-internet>.

<sup>9</sup> Cineteca Nacional. Cineteca Nacional 2019. Información. Disponible en: <https://www.cinetecanacional.net/controlador.php?opcion=contexto>.

<sup>10</sup> GG. Editorial Gustavo Gili 2018. Diseño y comunicación visual Contribución a una metodología didáctica. Disponible en: <https://ggili.com/dise-o-y-comunicacion-visual-libro-2753.html>.

<sup>21</sup> Issuu. Issuu 2018. Información. Disponible en: <https://issuu.com/about>.

<sup>22</sup> FLIPHTML5. 2019 Wonder Idea Technology Limited. Información. Disponible en: <http://fliphtml5.com/>.

<sup>24</sup> Instituto de investigaciones biográficas. UNAM. 08 de febrero 2018. Disponible en: [http://www.sib.iib.unam.mx/files/proyecto/proyectos/2018\\_02\\_SIB\\_Lydia\\_Elizalde.pdf](http://www.sib.iib.unam.mx/files/proyecto/proyectos/2018_02_SIB_Lydia_Elizalde.pdf)

## Imágenes

Imagen No. 1. Fachada de la Filmoteca UNAM. Google maps. Noviembre 2016. Disponible en: [https://www.google.com/maps/uv?hl=es-419&pb=!1s0x85ce00117fd09537%3A0x70dcd9e7e3390f7a!3m1!7e115!4shhttps%3A%2F%2Fih5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipPMOL6pyB40\\_MRVQr2I90UjAAKXqhNs\\_NJH1-6V%3Dw240-h160-k-no!5sfilmoteca%20unam%20-%20Buscar%20con%20Google!15sCAQ&imagekey=!1e10!2sAF1QipPMOL6pyB40\\_MRVQr2I90UjAAKXqhNs\\_NJH1-6V&sa=X&ved=2ahUKEwiDqoGY7dviAhUCGKwKHfyDCBIQoiowDXoECAoQBg](https://www.google.com/maps/uv?hl=es-419&pb=!1s0x85ce00117fd09537%3A0x70dcd9e7e3390f7a!3m1!7e115!4shhttps%3A%2F%2Fih5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipPMOL6pyB40_MRVQr2I90UjAAKXqhNs_NJH1-6V%3Dw240-h160-k-no!5sfilmoteca%20unam%20-%20Buscar%20con%20Google!15sCAQ&imagekey=!1e10!2sAF1QipPMOL6pyB40_MRVQr2I90UjAAKXqhNs_NJH1-6V&sa=X&ved=2ahUKEwiDqoGY7dviAhUCGKwKHfyDCBIQoiowDXoECAoQBg) [Consultado 7 de noviembre 2019].

Imagen No. 2. Mapa de la ubicación de la Filmoteca UNAM. Google maps. 2019 INEGI, Google. Disponible en: <https://www.google.com/maps/place/Fimoteca+de+la+UNAM/@19.3195834,-99.1755564,15z/> [Consultado 25 de octubre 2019].

Imagen No. 3. Fachada de la Cineteca Nacional. Cineteca Nacional. Cineteca Nacional 2019. Información. Disponible en: <https://www.cinetecanacional.net/imagenes/Sin-titulo-3.jpg>. [Consultado 7 noviembre 2019].

Imagen No. 4. Esquema de la metodología de Bruno Munari. Autoría propia

Imagen No. 5. Esquema de maquetación. Samara, T. Diseñar con y sin retícula. Editorial Gustavo Gili, SL. 2006. p. 25

Imagen No. 6. Mockup de la página web Issuu

Imagen No. 7. Autoría propia

Imagen No. 8. Autoría propia

Imagen No. 9. Autoría propia

Imagen No. 10. Autoría propia

Imagen No. 11. Autoría propia

Propuesta 1. Autoría propia

Propuesta 2. Autoría propia

Propuesta 3. Autoría propia

Modelo de portada 1. Autoría propia

Modelo de portada 2. Autoría propia

Modelo de páginas interiores 1. Autoría propia

Modelo de páginas interiores 2. Autoría propia