



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico



**Campaña de
divulgación
digital sobre el
centenario
del Jardín
Botánico**

del Centro de Estudios
Conservacionistas -CECON-
de la Universidad de
San Carlos de Guatemala,
Ciudad de Guatemala

Proyecto de Graduación elaborado por:
Roxana Margarita Elisamá Arana Castillo



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

Campaña de divulgación digital sobre el centenario del Jardín Botánico

del Centro de Estudios
Conservacionistas -CECON-
de la Universidad de
San Carlos de Guatemala,
Ciudad de Guatemala

Proyecto de Graduación elaborado por
Roxana Margarita Elisamá Arana Castillo
para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Guatemala, marzo de 2022

Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, en el Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

NÓMINA DE AUTORIDADES

JUNTA DIRECTIVA

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal I

Licda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

Arqta. Mayra Jeanett Díaz Barillas
Vocal III

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola
Vocal IV

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez
Vocal V

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico

TRIBUNAL EXAMINADOR

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico

MSc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte
Asesor Metodológico

MSc. Lic. Carlos Enrique Franco Roldán
Asesor Gráfico

MSc. Licda. Ana Carolina Rosales Zamora
Tercer Asesora

AGRADECIMIENTOS

A *Dios*, por permitirme culminar una meta más y por la vida de quienes me acompañaron en el proceso;

A mis papás, *Felipe* y *Marleny*, por darme su amor y apoyo incondicional siempre, por haberme brindado la oportunidad de tener una formación académica y permitirme llegar hasta aquí;

A mis abuelos, *José*, *Leonza* e *Inés*, porque han sido parte importante durante mi formación, porque nunca me faltó su amor y sus consejos;

A mis hermanos *Guillermo* y *Alejandra*, porque han estado a mi lado brindándome su apoyo, amor y momentos llenos de alegría a lo largo de nuestro crecimiento;

A *Jacob*, *Shelldon*, *Bárbara*, *Olivia* y *Yowildo* porque fueron parte de mi motivación para cumplir esta meta;

A *mis amigos*, porque de ellos aprendí mucho y por hacer de los momentos duros los más divertidos;

A *mis asesores*, por enseñarme y orientarme con paciencia, sabiduría y dedicación;

A mi jefa, *Licda. Mónica Noriega*, por brindarme su cariño y apoyo, así como sus enseñanzas y consideración en este proceso;

A la *Universidad de San Carlos de Guatemala* y a la *Facultad de Arquitectura*, por permitirme crecer profesionalmente;

Al *Jardín Botánico*, por creer y confiar este proyecto en mí;

¡Gracias!

índice

01

INTRODUCCIÓN

Página 14	Presentación
Página 14	Antecedentes
Página 14	Identificación del problema
Página 15	Justificación del proyecto
Página 18	Objetivos

02

PERFILES

Página 22	Perfil de la Institución
Página 32	Perfil del Grupo Objetivo

03

PLANEACIÓN OPERATIVA

Página 38	Flujograma
Página 42	Cronograma
Página 44	Previsión de recursos y costos

04

MARCO TEÓRICO

Página 48	¿Qué hay detrás de un Jardín Botánico?
Página 52	El Diseño Gráfico y su aporte a la Comunicación Científica
Página 55	Material Gráfico

05

DEFINICIÓN CREATIVA

- Página 62** Brief de Diseño
 - Página 63** Referentes Visuales
 - Página 67** Estrategia de las Piezas de Diseño
 - Página 69** Insight
 - Página 72** Concepto creativo
 - Página 77** Códigos de Diseño
-

06

PRODUCCIÓN GRÁFICA Y VALIDACIONES

- Página 84** Nivel de Visualización 01
 - Página 90** Validación Nivel 01
 - Página 91** Nivel de Visualización 02
 - Página 94** Validación Nivel 02
 - Página 97** Nivel de Visualización 03
 - Página 104** Validación 03
 - Página 106** Propuesta Final
 - Página 124** Justificación
 - Página 131** Lineamientos para la puesta en práctica
 - Página 133** Aporte Económico del Estudiante a la Institución
-

07

SÍNTESIS DEL PROCESO

- Página 138** Conclusiones
 - Página 139** Recomendaciones
 - Página 140** Lecciones aprendidas
-

Página 143 REFERENCIAS

Página 146 ANEXOS

PRESENTACIÓN

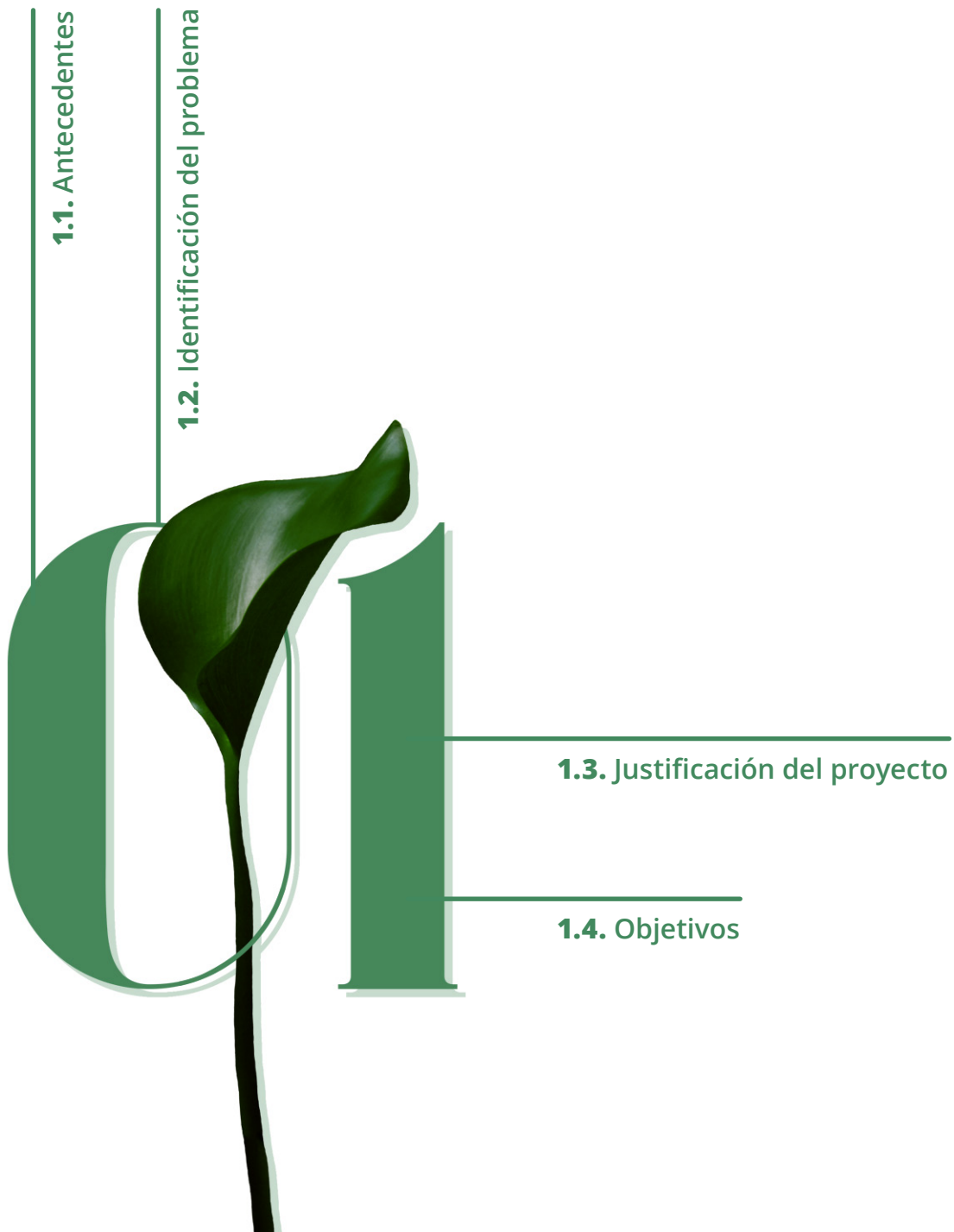
El Jardín Botánico pertenece al Centro de Estudios Conservacionistas (CECON) de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC). Es una unidad de investigación científica que se encuentra adscrita a la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la USAC. En el Jardín Botánico se llevan a cabo investigaciones científicas de alto nivel que contribuyen al estudio y a la reserva de la biodiversidad nacional. La unidad celebrará su centésimo aniversario en el 2022, lo cual se festejará realizando diversas actividades conmemorativas, tanto informativas, como de entretenimiento.

A casi cien años de su fundación, el Jardín Botánico es poco conocido por la sociedad guatemalteca, como un monumento nacional y de reserva de patrimonio cultural y natural del país. Por tal razón, la presente campaña tiene como fin dar a conocer la labor que por cien años, desde su fundación, ha realizado la institución, logrando con ello, informar sobre dicha labor; y además, involucrar a profesionales de la botánica y al público en general que se interese la conservación de la biodiversidad en Guatemala.

Para la elaboración del presente proyecto de grado se realizaron las investigaciones y análisis pertinentes, lo cual permitió recabar en el mismo datos fundamentales que, además, fueron útiles para llevar a cabo los procesos de: conceptualización, planeación, validación y aplicación en diferentes medios y canales el producto final. Cabe mencionar que los profesionales a cargo del Jardín Botánico y personal en general, brindaron valiosa ayuda para la elaboración del proyecto, razón por la cual se deja testimonio de agradecimiento, por su colaboración, a todos quienes contribuyeron al desarrollo del mismo.



Introducción



1.1. ANTECEDENTES

El Jardín Botánico es una institución que se encarga de almacenar y documentar distintas especies de plantas, de manera ordenada y controlada, identificando y etiquetando a las plantas que se encuentran en él, con el fin de realizar investigaciones científicas y conservar la diversidad biológica.

Dentro del Jardín Botánico se cuenta con un *Index Seminum*, el cual maneja una colección de semillas en donde se hacen pruebas de germinación e investigación. También cuenta con el Herbario USCG, en donde se encuentra la colección de plantas desecadas.

Cabe mencionar que el Jardín Botánico destaca por su promoción como sitio turístico, debido a que algunos de sus bienes han sido declarados como Patrimonio Cultural y Natural de la Nación de Guatemala (por decreto legislativo 26-97).

Durante los dos años previos al cumplimiento del centenario de fundación del Jardín Botánico, se detectó la necesidad de comunicación visual de dicho acontecimiento, necesidad que se considera sea subsanada mediante una campaña de divulgación para invitar al público a conocerlo y formar parte de sus experiencias en las actividades de conservación y entretenimiento con las que se conmemorará dicha celebración. Se ha identificado la posibilidad de utilizar los distintos medios digitales para dar a conocer el importante evento del centenario, dando lugar a realizar las actividades de manera virtual y así atender la necesidad de comunicación eficientemente.

1.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

El Jardín Botánico no cuenta con una imagen para la campaña del centenario que se adapte a las necesidades de comunicación visual que permita establecer una eficiente transmisión de los mensajes dentro de los medios digitales enfocados a los distintos grupos objetivos a los que se dirigen.

1.2.1. PROBLEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL

Desde la fundación del Jardín Botánico, el propósito principal ha sido llevar a cabo, dentro del área metropolitana, el estudio científico de la flora guatemalteca e incentivar a profesionales del área a formar parte de estudios de alto nivel, así como incentivar a la población guatemalteca a que se adentre en la conservación de la biodiversidad.

El Jardín Botánico tiene entre sus fines, difundir a la población guatemalteca, los resultados de las investigaciones científicas que realizan. Por lo anterior, la estrategia de comunicación y los medios por los cuales la institución se comunica son de gran relevancia, puesto que gracias a ellos ha

sido posible dar a conocer los descubrimientos, avances y datos importantes, resultado de las investigaciones que han informado mediante medios digitales e impresos. Lo que ha permitido a estudiantes e investigadores científicos determinar aspectos biológicos de la variedad de plantas que hay dentro del Jardín Botánico y así incrementar el interés de la población por indagar más sobre la diversidad de flora que hay en Guatemala y su valor biológico.

Es importante resaltar que actualmente se vive en una era de constantes descubrimientos científicos, en un mundo que ha sido moldeado por nuevas tecnologías revolucionarias por lo que es importante poseer conocimientos científicos, y además, permite a la población comprender la mezcla de conceptos, historia y filosofías para entender los temas críticos científicos del tiempo en que se vive. Gérard Fourez (1992) plantea que la divulgación de la investigación científica, *“consiste en una actividad de relaciones públicas de la comunidad científica que se interesa por mostrar al ‘buen pueblo’ las maravillas que los científicos son capaces de producir”*. Dicho esto, se debe hacer un enfoque en el área de diseño gráfico y como este debe ser aplicado para una comunicación eficaz con el público, puesto que desde allí el mensaje se transmitirá para llevar a cabo la divulgación de dicha campaña digital de divulgación para el centenario que se conmemorará en el 2022.

La intervención del diseño gráfico dentro de la campaña para el centenario del Jardín Botánico y la divulgación de la misma tendrá como enfoque principal darle realce a la institución como Patrimonio Cultural y Natural de Guatemala para alcanzar y apuntar a la reapropiación social y natural del conocimiento científico.

1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.3.1. TRASCENDENCIA DEL PROYECTO

- **EN EL NIVEL GRÁFICO:** En solución al problema de comunicación encontrado en el Jardín Botánico, se define que con la intervención del diseño se realizará una línea gráfica que permita adaptarse a las necesidades visuales de reproducción para la divulgación de la campaña dentro el centenario y que sea, tanto amigable, como funcional para el grupo objetivo.
- **A NIVEL DE COMUNICACIÓN VISUAL:** Por medio de una de imagen que genere impacto social para la cam-

paña y la correcta aplicación de la identidad institucional, se orientará al personal que conforma el Jardín Botánico a utilizar adecuadamente, los recursos visuales que conformarán dicha campaña de divulgación digital para difundir eficientemente la información durante las actividades con las que se conmemorará el centenario.

- **A NIVEL SOCIAL:** La campaña de divulgación digital permitirá dar a conocer a la población guatemalteca el aniversario de los 100 años del Jardín Botánico promoviendo el conocimiento científico de la botánica y sus actividades de conmemoración, dándole realce a la institución como Patrimonio Cultural y Natural de Guatemala, para que este acontecimiento tenga un mayor alcance en diferentes medios y canales mediante una comunicación visual efectiva y así contribuir al área científica y a la conservación de la biodiversidad de flora en Guatemala, atrayendo más público para que sus aportes sean mejor aprovechados por aliados y homólogos, de la botánica, la ciencia y la naturaleza.

1.3.2. INCIDENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO

- **Reducción del problema a través del diseño gráfico:** La solución para dar a conocer el centenario desde la fundación del Jardín Botánico será por medio de una campaña de divulgación basada en una imagen fundamentada con hechos históricos sobre los patrimonios culturales y naturales que posee y habitan dentro del Jardín Botánico, para que dicha campaña represente a la institución con una línea gráfica que permita reivindicar la importancia de la conservación patrimonial y de la biodiversidad.
- **Efectos positivos:** La campaña digital podrá ser lanzada dentro de las redes sociales facilitando la comunicación de la campaña, valiéndose de la conmemoración del centenario como un momento en el que se podrá aprovechar para aumentar el alcance del contenido y eventos que llamen la atención hacia la participación de la audiencia. Permitirá crear expectativa generando conocimiento, interés y así lograr un *engagement* con respuesta emocional, cognitiva o conductual dentro del público, fomentando la interacción y la divulgación dentro del nicho de la botánica, la ciencia y los activistas ambientales por medio del “boca en boca” y los “*shares*” del social media como respuesta positiva para

luego dar paso a la fase de revelación y mantenimiento de la campaña de conmemoración transmitiéndose en distintos medios y canales.

- **Beneficios a largo plazo:** Con la implementación de estrategias visuales y de comunicación dentro de la campaña digital de divulgación se logrará un adecuado estímulo y atracción visual para lograr la interacción e incentivar las visitas e interés sobre la botánica y la conservación ambiental creando un *Top of Mind* en la audiencia, ya que además de ofrecer turismo, historia y cultura el Jardín Botánico también propone educación e investigación mediante diferentes técnicas y procesos.

1.3.3. FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

El proyecto del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) será factible gracias a la aceptación por parte del Jardín Botánico en llevarlo a cabo y por el apoyo de la Dirección General de Extensión Universitaria y la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El desarrollo de este proyecto beneficiará a la institución en la divulgación de la campaña para llegar al grupo objetivo para que formen parte de las actividades de conmemoración, proporcionando una experiencia en la que los usuarios logren reconocer el esfuerzo y el interés del Jardín Botánico en aportar su filosofía y sus servicios de investigación y conservación natural y cultural, siendo un importante Patrimonio de Guatemala. La institución brindará información y asesoramiento para mantener una efectiva comunicación entre la estudiante y las representantes del Jardín Botánico para lograr un resultado positivo.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. GENERAL (IMPACTO SOCIAL)

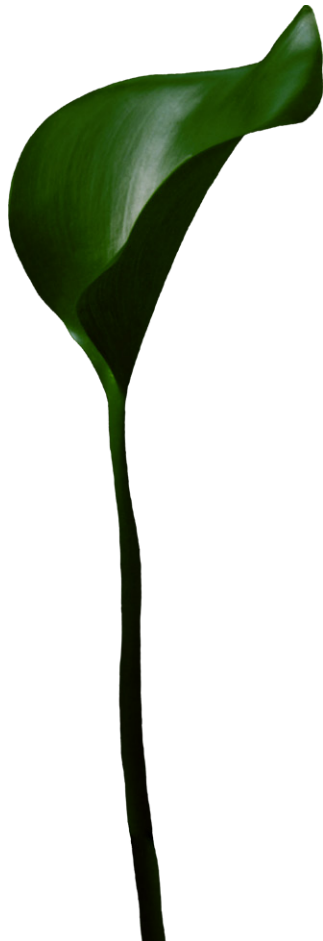
Contribuir con el Jardín Botánico en la conmemoración del centenario para generar interés y participación de profesionales del área científica de la botánica y público guatemalteco en general, interesado en la conservación del medio ambiente.

1.4.2. ESPECÍFICOS

- **De comunicación visual:** Producir contenido de divulgación para promover el centenario del Jardín Botánico.
- **De diseño gráfico:** Diseñar la línea gráfica de la campaña para el centenario del Jardín Botánico, mediante piezas gráficas informativas y conmemorativas para la implementación en medios digitales.

Se concluye este capítulo, habiendo justificado las principales razones por las que se plantea este proyecto y los beneficios que obtendrá el Jardín Botánico para conmemorar el importante evento de su centenario.

A continuación se detallará el perfil de dicha institución, así como las características del grupo objetivo (GO) a quienes irá enfocada la campaña de divulgación digital.





Perfiles

2.1. Perfil de la Institución



2.2. Perfil del Grupo Objetivo

2.1. PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

"El Jardín Botánico forma parte de un período de gran importancia en la conservación de la historia natural de Guatemala. Fundado el 29 de diciembre de 1922, por iniciativa de la entonces Facultad de Ciencias Naturales y Farmacia, el Jardín Botánico fue declarado Patrimonio Natural y Cultural de la Nación por decreto legislativo 26-97. Su creación fue influenciada por el romanticismo europeo y su construcción es reflejo de las ideas de la época, materializadas no solamente en sus monumentos históricos, sino en su patrimonio natural. Algunos de sus majestuosos árboles, araucarias, palmas reales y sus insignes ceibas, son fieles testigos de sus orígenes".¹

El Jardín Botánico contiene colecciones botánicas de diferentes especies, lo cual es de gran ayuda informativa para investigadores, estudiantes de diferentes edades y profesionales de diversas áreas que deseen hacer investigaciones científicas de la flora. Así como también, realiza talleres y eventos educativos abiertos al público en general público para dar a conocer información relevante que como guatemaltecos se deben conocer con mayor profundidad acerca de la diversidad de flora que habita en su país natal.

El Jardín Botánico está ubicado aproximadamente a 1,500 metros sobre el nivel del mar, posee una temperatura media anual de 20.3° C y una media anual de 1162.5 mm de lluvia, en 110 días año de precipitación. Posee una extensión territorial de 17,611.76 m² y contiene colecciones que rebasan las 500 especies de 110 familias botánicas, exceptuando plantas ornamentales.² Estos datos demuestran que el Jardín Botánico es una fuente de hábitats naturales dentro del área metropolitana y de conservación de la historia cultural y natural de Guatemala.

2.1.1. UBICACIÓN Y CONTACTO

- **Ubicación:** Avenida de la Reforma 0-63 zona 10, ciudad de Guatemala, Guatemala.
- **Teléfono:** 23322985 / 23615450
- **Direcciones electrónicas:**
 - educacion.jardinbotanico@usac.edu.gt
 - jardinbotanico@usac.edu.gt
 - jardinbotanicousac@gmail.com

¹ Leonel Gustavo Hernández Morales. Origen e Historia del Jardín Botánico de la Universidad de San Carlos de Guatemala. En: «Ciencia & Conservación Usac, Revista de Investigación y Extensión del Centro de Estudios Conservacionistas, biodiversidad, Guatemala», Volúmen 2 (2011-2012) Edición PDF: pág. 8. Acceso el 15 de febrero de 2020, [http://www.infoiarna.org.gt/rediarna/2012/Red%20IARNA%2018%20\(02\)/adjuntos/revista-ciencia-conservacion.pdf](http://www.infoiarna.org.gt/rediarna/2012/Red%20IARNA%2018%20(02)/adjuntos/revista-ciencia-conservacion.pdf)

² Municipalidad de Guatemala, «Jardín Botánico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Cultura Muni Guate», acceso el 15 de febrero de 2020, <http://cultura.muniguate.com/index.php/component/content/article/37-ciudadvieja/87-jardinbotanicousac>

2.1.2. HISTORIA DE LA INSTITUCIÓN

Desde finales del siglo XIX, profesores de las Facultades de Medicina y Ciencias Naturales y Farmacia (actual Facultad de Ciencia Químicas y Farmacia de la USAC) iniciaron las gestiones para la formación del Jardín Botánico de Guatemala. Propusieron para su ubicación el área que hoy ocupa el jardín frontal de la iglesia de San Sebastián. Después del terremoto de 1917 y 1918 se estableció oficialmente en el lugar donde actualmente se encuentra. El proceso para su fundación estuvo a cargo de los doctores Julio Rosal y Eduardo Saravia, siendo este último el primer director.

En 1922, el entonces presidente de Guatemala, Lic. Carlos Herrera, dona a la Facultad el solar ocupado por la Escuela Práctica para Varones destruido por los terremotos de 1917/18, con la finalidad de crear un jardín botánico. En carta del 21 de agosto de 1922 la Junta Directiva de la Facultad informa al Ministro de Instrucción Pública, el acuerdo para celebrar la fundación del Jardín Botánico en conmemoración del centenario del nacimiento de Luis Pasteur el 27 de diciembre del mismo año y la colocación de un busto en su honor (folio 253 del Acta de Junta Directiva del 19 de agosto de 1922).

Ese mismo año la Facultad inicia los trámites para la formación de un semillero y la rotulación del Jardín Botánico (folios 231-2 y 233-4 del Acta de Junta Directiva del 17 de Julio de 1922) solicitando a demás se remita al mismo la flora de cada departamento (folio 238 de la misma fecha) instalándose también una estación meteorológica, cuyas observaciones dieron inicio desde el mes de enero de 1922.

Fue declarado un Monumento Nacional protegido por el decreto legislativo 26-97, Ley para la Protección del Patrimonio Cultural y sus reformas contenidas en el decreto legislativo 81-98. El Jardín Botánico contiene bienes patrimoniales históricos de gran importancia, los cuales se encuentran actualmente registrados, figurando entre ellos el edificio, el portón frontal, la verja, las glorietas y la estatua del Palacio de la Reforma.³

³ Jardín Botánico – CECON USAC, «¿Quiénes somos?, Jardín Botánico», acceso el 15 de febrero de 2020, <https://jardnbotnicousac.wordpress.com/quienes-somos/>

2.1.3. VISIÓN

El Jardín Botánico es una unidad especializada en el cultivo y mantenimiento de colecciones botánicas vivas (Jardín Botánico e *Index Seminun*) y mantenimiento de colecciones botánicas herborizadas (Herbario), donde se lleva a cabo la investigación, conservación y educación.

2.1.4. MISIÓN

El Jardín Botánico, unidad del CECON, es identificable por los organismos universitarios, Jardines Botánicos e instituciones afines en el extranjero y otras instituciones nacionales e internacionales que trabajan en la investigación, conservación y educación, porque está inmerso dentro de las grandes líneas mundiales de acción sobre conservación y el manejo adecuado de sus colecciones botánicas.

2.1.5. OBJETIVOS

- Mantener e incrementar las colecciones botánicas vivas del Jardín Botánico, las colecciones de Herbario y las colecciones del *Index Seminun*.
- Llevar a cabo investigación sobre la flora de Guatemala con enfoque conservacionista.
- Difundir conocimientos botánicos, en especial de plantas nativas.
- Coleccionar, estudiar y propagar las especies vegetales, con énfasis en plantas amenazadas o en peligro de extinción en Guatemala.
- Servir de apoyo a la enseñanza de botánica y ciencias afines en todos los niveles educativos y al público en general.
- Servir de apoyo a estudiantes e investigaciones científicas.

2.1.6. ORGANIGRAMA

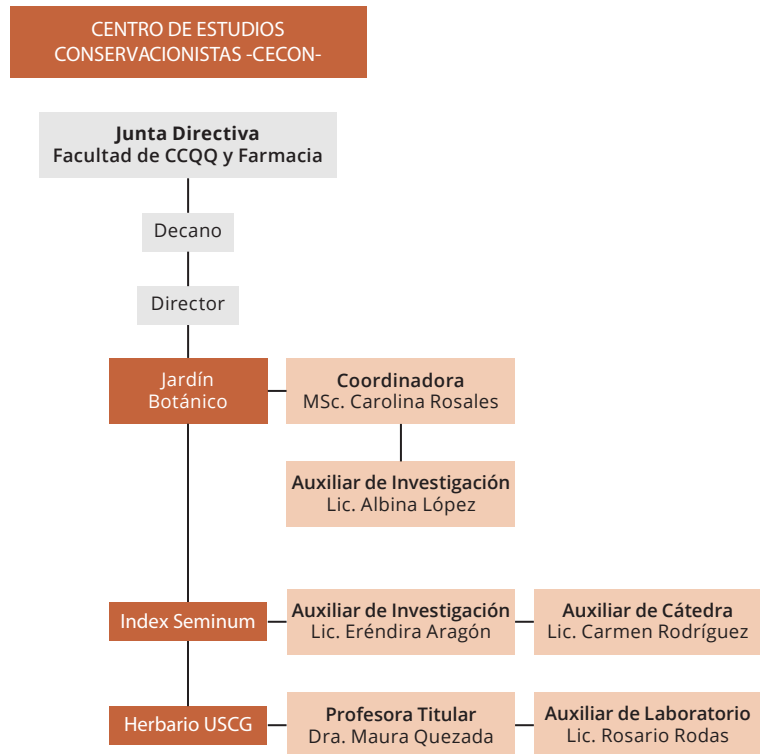


Fig. 01: Organigrama de la distribución administrativa del Jardín Botánico

2.1.7. SERVICIOS

Herbario USCG: El Herbario USCG tiene la misión de apoyar las estrategias del CECON por medio del fortalecimiento del conocimiento de la diversidad botánica del país, y trasladar a los estudiantes y a la población en general los conocimientos necesarios que este genere para el desarrollo académico y social del país.

Index Seminum: Se encarga de preservar las semillas de especies vegetales que se encuentran dentro del Jardín Botánico. Dentro de sus objetivos están: Conservar y almacenar semillas de especies vegetales nativas de Guatemala. Facilitar y fomentar el estudio e investigación de la biodiversidad vegetal.

Programa Educativo: Desde sus inicios, el Jardín Botánico ofrece a la comunidad guatemalteca conocimientos botánicos que pueden ser transmitidos a través de visitas guiadas solicitadas por grupos organizados o bien con una simple visita a sus instalaciones y a través de consultas bibliográficas.

2.1.8. GRUPO OBJETIVO

- Investigadores científicos de la botánica en Guatemala.
- Estudiantes con intereses en la historia cultural y de la biodiversidad guatemalteca.
- Público guatemalteco inclinado en el aprendizaje y conservación del patrimonio cultural y natural de Guatemala.

2.1.9. IDENTIDAD VISUAL / ANTECEDENTES GRÁFICOS

- Logotipo del Jardín Botánico y sus subáreas:



Fig. 02: Logotipo del Jardín Botánico



Fig. 03: Logotipo de Index Seminum



Fig. 04: Logotipo del Herbario USCG



Fig. 05: Logotipo del Programa educativo



Fig. 06: Logotipo del área de educación

- Post visuales en redes sociales:



Fig. 07: Post en conmemoración al día del biólogo



Fig. 08: Portada de Facebook durante la pandemia del Covid-19



Fig. 09: Comunicado de paro de actividades durante la pandemia del Covid-19



Fig. 10: Comunicado del 01 de octubre, Día del Niño

- Post de invitaciones para conferencias en Facebook:



Fig. 11: Invitación general para las conferencias en Facebook



Fig. 12: Post para conferencia Dra. Michelle Bustamante



Fig. 13: Post para conferencia Entomólogo Jiichiro Yoshimoto



Fig. 14: Post para conferencia Ing. Gustavo García



Fig. 15: Post para conferencia estudiante de biología, UVG, Ana Lucía Arévalo

- Actividad educativa sobre los murciélagos:



Fig. 16: Invitación en Facebook para la actividad de los murciélagos



Fig. 17: Interacción con el público durante la actividad



Fig. 18: Material visual utilizado durante la actividad

- Post de Facebook de juegos infantiles sobre el Bosque Seco:

+10 años.

PALO DE JIOTE

EN EL BOSQUE SECO DE GUATEMALA

El palo de jiole es un árbol que puede crecer en climas semisecos, siendo una planta bastante común en el Bosque Seco de Guatemala. El tronco es de color marrón rojizo y puede desprenderse en partes. Tiene usos medicinales, como por ejemplo bajar la fiebre y combatir el dolor de estómago e infecciones intestinales.

Actividad: recorta las piezas por la línea gris, y luego vuelve a armarlo intentando recordar el orden de las piezas.



Realizado por:
Henry André Menéndez Castillo
Marcos Ixbalanqué González Solá



Fig. 19: Rompecabezas de Palo de Jiole

FAUNA DEL BOSQUE SECO DE GUATEMALA

-Los animales que habitan estos ambientes, tienen adaptaciones para sobrevivir a las altas temperaturas y la falta de agua. Muchos de ellos están amenazados por la reducción del bosque seco.
-Usa las pistas de la siguiente página para resolver el crucigrama.

RESPUESTAS:

Horizontal:
 1. Coyote
 2. Mazacuta
 3. Tapacua
 4. Motmot

Vertical:
 1. Heloderma
 2. Cascabel

Elaborado por K. Hooper y D. Lima (EDC-1)

Fig. 20: Crucigrama de la fauna del bosque seco

La magia del Bosque seco

Material hecho por Mayan'oons exclusivamente para "La magia del bosque seco" Jardín Botánico - Museo de Historia Natural - MUSHNAT, Guatemala, Septiembre 2020

Busca los siguientes elementos en la ilustración: Nopal, Pajaro Motmot, Mariposa, Iguana, Hongos, Planta "piña de coche", Heloderma, Escarabajo, Cactus con algodón "cabeza de viejo", Nido, Bicho, Hormiga, Murciélago.

Fig. 21: Dibujo para colorear del bosque seco

2.2. PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

Para conocer las características del GO se aplicó una encuesta por medio de Google Forms (*ver anexo 1*) mediante la cual se obtuvieron los resultados (*ver anexo 2*).

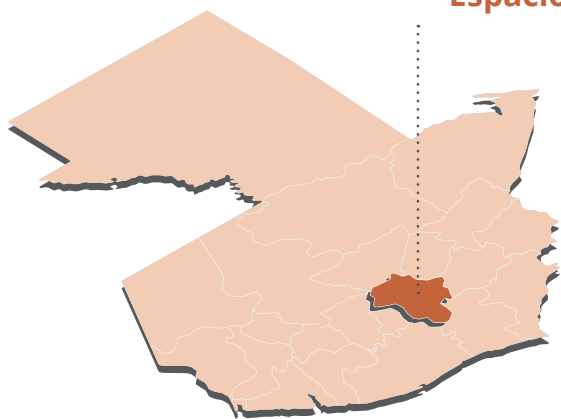
2.2.1. TAMAÑO DE LA MUESTRA

3,573,179 habitantes del departamento de Guatemala.⁴

- **Nivel de Confianza:** 90%
- **Margen de Error:** 7%
- **Muestra:** 139 encuestas.

2.2.2. CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS

- **Espacio geográfico:** Guatemala, Guatemala.

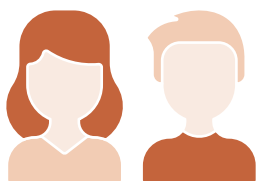


Profesionales del área científica de la botánica, estudiantes y público guatemalteco del área metropolitana de Guatemala con intereses en la conservación de la flora y fauna del país.

2.2.3. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

Mujeres y hombres, mayas y ladinos entre 15 a 40 años.

- **Escolaridad:** Primaria, secundaria, diversificado y universitario.
- **Función y Responsabilidades:** Estudiantes y trabajadores.



2.2.4. CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS

• **Clase Social:** Media, media baja y baja.

- **NSE:** C3, D1, D2

La clase social se define mediante los ingresos mensuales que el GO obtiene. Los hábitos de consumo cubren alimentos y utensilios de uso cotidiano. Suelen participar en actividades de recreación y entretenimiento.



⁴ Instituto Nacional de Estadística. «Guatemala: Estimaciones de la Población total por municipio. Período 2008-2020. (al 30 de junio)», acceso el 11 de abril de 2020, [http://www.oj.gob.gt/estadisticaj/reportes/poblacion-total-por-municipio\(1\).pdf](http://www.oj.gob.gt/estadisticaj/reportes/poblacion-total-por-municipio(1).pdf)

2.2.5. CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS

- **Estilo de Vida:** La mayoría de los encuestados aseguran que mantienen un estilo de vida activo, suelen dormir entre 5 y 7 horas diarias, ocasionalmente respetan sus tres tiempos principales de alimento, por lo que se considera que viven con tensiones, esto debido a sus obligaciones de estudios, trabajo o familia.
- **Hábitos:** Escuchar música, ver series, películas o documentales, salir con amigos, pareja o hijos, pasar tiempo con su mascota, sembrar o jardinizar, practicar algún deporte y leer son las actividades destacadas del grupo objetivo.
- **Motivadores:** A la mayoría de los encuestados los motiva su familia y crecer personal y profesionalmente.
- **Valores:** Los valores con los que más se identifica el grupo objetivo son: respeto, humildad, amistad, responsabilidad, honestidad, perseverancia, compromiso, solidaridad, empatía, igualdad, amor, cortesía y gratitud.
- **Cultura Visual:** Poseen un bajo nivel de cultura visual, debido a que no han sido expuestos a contenido visual de calidad. La mayoría de anuncios publicitarios o institucionales con los que están acostumbrados a interactuar están saturados de información, no poseen una jerarquía eficiente o un contraste cromático adecuado, tampoco cuentan con previo estudio mercadológico para impactar en la sociedad, por lo que no son críticos o proveedores de respuestas positivas en el mercado. Lo anterior implica que, el material gráfico que se les otorgará deberá ser claro y preciso en cuanto a la comunicación que se transmitirá al usuario evitando recursos visuales difíciles de descifrar, que no impliquen confusión y se logre interactuar de manera creativa y eficiente.

En conclusión, son personas que luchan diariamente para cumplir sus metas personales, laborales, familiares y de estudio. Suelen vivir con lo necesario lo cual los hace mantener una vida cómoda, esforzada. Tienen accesibilidad a la tecnología, esto les facilita ampliar sus conocimientos acerca de la ciencia. Disfrutan aprender y cultivarse tanto como recrearse al aire libre o socializar en sus instituciones de aprendizaje o lugares de entretenimiento junto a sus amigos, familia y mascotas.

2.2.6. RELACIÓN ENTRE EL GRUPO OBJETIVO Y LA INSTITUCIÓN

- **Frecuencia de Visita Presencial:** Quienes han asistido al Jardín Botánico aseguran que ha sido para realizar investigaciones científicas y de botánica; otros han sido partícipes de actividades informativas, educativas y visitas guiadas. Pero, también cabe destacar que una gran mayoría de los encuestados no ha asistido al Jardín Botánico o no conoce sobre el mismo, esto ha limitado la experiencia de aprendizaje vivencial dentro del gremio de la botánica.
- **Frecuencia de Visita Virtual:** El Jardín Botánico cuenta con un sitio web en el cual los usuarios que visitan el mismo, encuentran información, historia y actividades programadas que la institución organiza. También utilizan las redes sociales, en especial Facebook, que cuenta con 11,710 seguidores, en donde interactúan con los usuarios y dan a conocer más detalladamente las actividades programadas. Además, comparten información útil y valiosa sobre la botánica, conservación del medio ambiente y fotografías de las experiencias y procesos que llevan a cabo en las instalaciones en cada una de sus especialidades. También comparten fotografías de las actividades que han realizado con la participación del público e intervención de otras entidades con similar filosofía ambiental. A pesar de que una gran mayoría de personas no conoce las plataformas virtuales de la institución, de los que sí las siguen aseguran que sí han visto sus publicaciones y anuncios.
- **Servicios:** El Jardín Botánico cuenta con un equipo de biólogos encargados de brindar los servicios de: *Index Seminum*, Herbario USCG y Programas Educativos, a los cuales los encuestados aseguran haber asistido a dichas actividades educativas y de investigación.

De acuerdo a la información anteriormente recopilada es acertado afirmar que una cantidad considerable de usuarios que conocen y han visitado al Jardín Botánico están satisfechos con sus servicios. Cabe destacar que la relación entre el GO y la institución es positiva, puesto que sus técnicas de interacción con el público han sido las que más ha llamado la atención del grupo.



Con los datos e información anteriormente recabados, se logró conocer de mejor manera la filosofía del Jardín Botánico y el público al cual irá enfocada la campaña de divulgación digital.

Con base en lo anterior, a continuación, se especifican los procedimientos llevados a cabo, de acuerdo a la planeación operativa, para la elaboración de la campaña de divulgación digital.



PLANEACIÓN Operativa

3.1. Flujoograma

3.2. Cronograma

3.3. Previsión de
recursos y costos



PROCESO CREATIVO

Proyecto de Graduación

01. PLANTEAMIENTO A LA INSTITUCIÓN

- Observar y conocer las instalaciones de la institución.
- Recopilación de información, antecedentes y contextualización de la institución a través de instrumentos de investigación.
- Recopilar material gráfico, como antecedentes del contenido visual de la institución.
- Presentación de lineamientos y metodología del curso de Proyecto de Graduación a la coordinadora de la institución.
- Explicación de la metodología a seguir durante el proyecto.
- Recepción, entregas y firmas de cartas que respaldarán el proyecto.

02. DEFINICIÓN CREATIVA

- Definición del proyecto que se realizará para solucionar el problema de comunicación visual de la institución.
- *Feedback* por parte de la coordinadora de la institución.
- Definir el *insight* según el GO.
- Fundamentación del concepto para el proyecto con los lineamientos gráfico a aplicar.

NO

SI

03. PROCESO DE CONCEPTUALIZACIÓN

- Elaboración de *brief* creativo.
- Establecer y desarrollar técnicas creativas.
- Identificación del *Insight*.
- Construcción del concepto creativo.
- Validación del concepto con la coordinadora de la institución y profesionales del diseño gráfico.
- Evaluación de resultados.

04. PROCESO DE PRODUCCIÓN GRÁFICA

- Búsqueda de referencias visuales.
- Establecer premisas de diseño gráfico: tipografía, cromatología, formatos, retículas, iconografía, ilustración, fotografía, imagen, tono.
- Fundamentación.

05. NIVEL DE VISUALIZACIÓN 01 (BOCETAJE)

- Realización de bocetos en papel y lápiz para formatos de impresión y digitales.
- Selección de las mejores propuestas.
- Definición de los elementos gráficos con los que se lanzará la campaña y se mantendrá la comunicación en cada una de sus fases: expectativa, lanzamiento y mantenimiento.

06. VALIDACIÓN NIVEL 01 (AUTOEVALUACIÓN)

- Análisis de las propuestas de bocetaje.
- Instrumento para la validación de los bocetos.
- Aplicación del instrumento para la validación.
- Revisión/tabulación de los resultados.
- Según los resultados elegir propuestas para la digitalización o hacer nuevos bocetos.

NO

SI

07. NIVEL DE VISUALIZACIÓN 02 (DIGITALIZACIÓN)

- Digitalización de las propuestas elegidas en el nivel de visualización 01.
- Estructura de retículas funcionales.
- Distribución de los elementos dentro de las retículas e insumos para los diferentes medios.
- Especificación de modos de color (CMYK/RGB) de acuerdo a la finalidad de cada material.
- Definición de estilo de párrafos, jerarquía tipográfica y cuerpos de texto.
- Vectorización e ilustración de elementos.
- Implementación de paleta cromática.

08. VALIDACIÓN NIVEL 02 (PROFESIONALES)

- Logística:
 - Selección de diseñadores gráficos.
 - Gestionar y calendarizar día, hora y medio.
- Establecer los instrumentos con los criterios a evaluar (concepto creativo, estética, cumplimiento de premisas).
- Establecer objetivos esperados de las piezas.
- Evaluar los resultados de validación.
 - Fundamentación de la toma de decisiones para las piezas de diseño visual.

NO

SI

09. NIVEL DE VISUALIZACIÓN 03 (PROPUESTAS FINALES)

- Implementación de cambios y sugerencias obtenidas de las validaciones 1 y 2.
- Definir, sustrato, tintas y aspectos de impresión o medios digitales.
- Montajes en *mockups* para muestras de visualización.

10. VALIDACIÓN NIVEL 03 (CLIENTE Y GO)

- Logística:
 - Selección de participantes del grupo objetivo.
 - Gestionar y calendarizar día, hora y medio.
- Establecer los instrumentos con los criterios a evaluar (concepto creativo, estética, cumplimiento de premisas).
- Establecer objetivos esperados de las piezas.
- Evaluar los resultados de validación.
- Fundamentación de la toma de decisiones para las piezas de diseño visual.
- Correcciones para la propuesta final.

NO

SI

11. TABULACIÓN DE RESULTADOS

- Recopilación de resultados de todas las validaciones.
- Fundamentación de la toma de decisiones.

12. DETALLES PRELIMINARES

- Recopilación de la información y resultados obtenidos durante todo el proceso.
- Revisión de todos los productos para la presentación del resultado final del proyecto.

13. PRESENTACIÓN FINAL

- Presentación de resultados del proceso realizado durante el proyecto.
- Propuesta final y adaptaciones.
- Presentación del proyecto final, cumplimiento y objetivos alcanzados.
- Evaluación y redacción de lecciones aprendidas, conclusiones y recomendaciones.
- Entrega del proyecto a la institución y a la EDG, USAC.

FIN
Proyecto de Graduación

Fig. 22: Flujograma

3.2. CRONOGRAMA

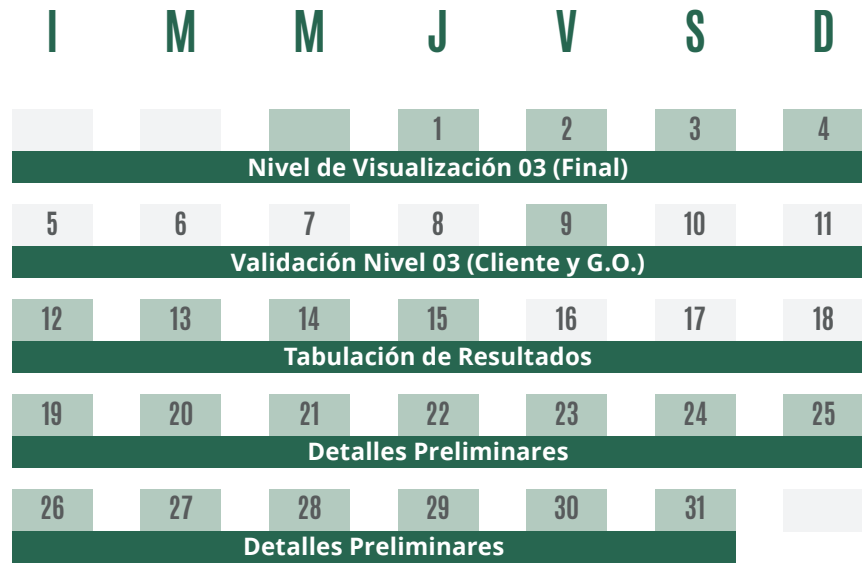
AGOSTO

I	M	M	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
Planteamiento a la Institución						
10	11	12	13	14	15	16
Planeación Operativa						
17	18	19	20	21	22	23
Definición Creativa						
24	25	26	27	28	29	30
Proceso de Conceptualización						
31						

SEPTIEMBRE

L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
Proceso de Producción Gráfica						
7	8	9	10	11	12	13
Nivel de Visualización 01 (Bocetaje)						
14	15	16	17	18	19	20
Validación Nivel 01 (Autoevaluación)						
21	22	23	24	25	26	27
Nivel de Visualización 02 (Digitalización)						
28	29	30				
Validación Nivel 02 (Profesionales)						

OCTUBRE



NOVIEMBRE



Fig. 23: Cronograma

3.2. PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS

CANT.	DESCRIPCIÓN	HORAS	PRECIO	
1	Planeación Operativa	20	Q. 500.00	
1	Investigación	50	Q. 1,500.00	
1	Definición Creativa	50	Q. 2,000.00	
1	Conceptualización	50	Q. 2,000.00	
1	Producción gráfica	Proyecto Tipo A	50	Q. 30,000.00
		Proyecto Tipo B	50	Q. 20,500.00
		Proyecto Tipo C	30	Q. 15,500.00
1	Servicios de Diseño Gráfico	240	Q. 8,000.00	
TOTAL		540	Q. 80,000.00	

Tabla 01: Previsión de recursos y costos

Puesto que se estipuló una guía de procedimientos y una previsión de recursos y costos con los cuales se estima el planteamiento de la campaña de divulgación digital para el centenario del Jardín Botánico, se procedió con la investigación a profundidad de los temas que integran el Marco Teórico, como base que fundamentará el proyecto mediante información con bases históricas, científicas y acerca de material gráfico.





Marco TEÓRICO

4.1. ¿Qué hay detrás
de un Jardín Botánico?

4.2. El Diseño Gráfico y su aporte
a la Comunicación Científica

4.3. Material Gráfico



4.1. ¿QUÉ HAY DETRÁS DE UN JARDÍN BOTÁNICO?

4.1.1. BIODIVERSIDAD EN GUATEMALA

La biodiversidad se refiere a los seres vivos que habitan un complejo ecológico. Existen tres tipos de diversidad: genética, de especies y de ecosistemas. ⁵

Guatemala es un país con una gran diversidad biológica gracias a la diversidad de ecosistemas, los 7 biomas y los dos océanos que la rodean. Según el *Informe Ambiental del Estado de Guatemala (2016)* ⁶, se reporta que Guatemala posee un total de 18,398 familias, géneros y especies de protistas, hongos, briofitas, plantas vasculares y fauna.

El Consejo Nacional de Áreas Protegidas (CONAP) informó que en 2010, durante la Convención de las Naciones Unidas sobre la Diversidad Biológica, se estipuló que Guatemala forma parte de los 20 países megadiversos gracias a su territorio biológica y culturalmente diverso. Por lo que CONAP desarrolló la *Política y Estrategia Nacional de Diversidad Biológica y su Plan de acción 2012-2022*. ⁷

4.1.2. BIODIVERSIDAD EN GUATEMALA

Lamentablemente, en la actualidad Guatemala ha sido afectada por la contaminación y el deterioro ambiental debido a la explotación de sus recursos. Según el *Environmental Performance Index (EPI)* ⁸, Guatemala ocupa el puesto 149 en el ranking dentro de la clasificación por su desempeño ambiental.

En los últimos años, han aumentado las catástrofes naturales como sequías, tormentas y huracanes que ponen en riesgo la biodiversidad y los ecosistemas. Existen dos formas de abordar el cambio climático: la adaptación y la mitigación. **“La adaptación busca reducir la vulnerabilidad de las personas y sus medios de vida, ecosistemas y otros. La mitigación busca reducir la cantidad de emisiones de gases de efecto invernadero, y así limitar el calentamiento global.”** ⁹

⁵ Centro Europeo de Postgrado, Magazine. "Los 3 Niveles de la Biodiversidad", acceso el 15 de agosto de 2020, <https://www.ceupe.com/blog/los-3-niveles-de-la-biodiversidad.html>

⁶ Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales. "Informe Ambiental del estado de Guatemala 2016", pág. 140, acceso el 15 de agosto de 2020, <https://www.marn.gob.gt/Multimedios/8879.pdf>

⁷ Consejo Nacional de Áreas Protegidas. "Estrategia Nacional de Diversidad Biológica y Plan de Acción 2012-2022. La década de la Vida y el Desarrollo", noviembre de 2012 Edición Digital, acceso el 15 de agosto de 2020, <https://www.grepalma.org/wp-content/uploads/2018/07/Estrategia-Nacional-Diversidad-Biologica.pdf>

⁸ Yale Center for Environmental Law & Policy, "2020 EPI. Results Environmental Performance Index, Guatemala, Country Scorecard. 2020, acceso el 09 de agosto de 2020, <https://epi.yale.edu/epi-results/2020/country/gtm>

⁹ Universidad del Valle de Guatemala. "¿Qué Podemos Hacer los Guatemaltecos ante el Problema del Cambio Climático?", acceso el 10 de agosto de 2020, <https://www.uvg.edu.gt/servicios/cambio-climatico/>

Actualmente, son muchas las especies vegetales que están en riesgo de extinción o que se encuentran amenazadas debido a la explotación forestal, que por consecuencia lleva a la pérdida de hábitat, sin dejar al margen la extracción de ejemplares para la comercialización. Los biólogos y botánicos, con suma preocupación ante estos hechos, han advertido sobre los daños irreversibles que las especies, tanto de flora como de fauna, pueden sufrir si no se hace algo al respecto. Aquí es en donde se favorece la presencia de Jardín Botánico del CECON, siendo Patrimonio Cultural y Natural de Guatemala, que hace posible la conservación de la biodiversidad mediante el cuidado, investigación e intervención en áreas protegidas del país. Pero, ¿Cómo surge la idea de tener Jardines Botánicos dentro de un territorio metropolitano? Como es el caso del Jardín Botánico del CECON.

4.1.3. LOS ORÍGENES DE LOS JARDINES BOTÁNICOS

Los orígenes de los Jardines Botánicos se remontan en Europa con fines educativos y experimentales, como sitios para el cultivo de plantas, principalmente medicinales. El primer Jardín Botánico oficial del mundo fue el "Jardín Botánico de Padua"¹⁰, fundado como huerto medicinal del Ateneo paduano en 1545, por la Facultad de Medicina en la Universidad de Padua, Italia.

La medicina herbaria o también conocida como medicina botánica, fitoterapia o fitomedicina, es la más antigua atención médica. Por ello, gran parte de las instalaciones de los Jardines Botánicos al rededor del mundo se deben principalmente a farmacéuticos. En el pasado, la mayoría de las medicinas y remedios provenían de las plantas. Actualmente la botánica sigue siendo primordial y se sigue enseñando en las facultades de farmacia.

*"Es cierto que los orígenes de la medicina y de la botánica se encuentran en Grecia, por ejemplo Teofrasto Ereso (371-287 a.C.), clasificó las plantas en grupos por su forma biológica y por su duración, y está considerado como el padre de la botánica. Pero será a lo largo del imperio romano cuando la botánica alcance su máximo esplendor y se afiance como 'ciencia'."*¹¹

¹⁰ "Jardín Botánico de Padua, el jardín universitario más antiguo del mundo", Diario del Viajero, acceso el 09 de agosto de 2020, <https://www.diariodelviajero.com/europa/jardin-botanico-de-padua-el-jardin-universitario-mas-antigo-del-mundo>

¹¹ "Medicina y Botánica en la Antigua Roma", Espores. La veu del Botànic, acceso el 09 de agosto de 2020, <https://espores.org/es/es-jardines/medicina-i-botanica-en-la-antigua-roma/>

¿Cuál es el nombre?, ¿qué utilidad tiene?, ¿cuál es su origen?, ¿cómo se cultiva?, suelen ser las preguntas más comunes y antiguas, así como las más complejas de responder debido a la gran variedad de flora que habita en los centros de estudios y de conservación de los jardines botánicos. A Jhon Ray, naturalista inglés (1627 – 1705), se debe la introducción de los conceptos de ‘variación’ y de ‘especie’,¹² conceptos imprescindibles en el estudio de las plantas.

Así mismo, Carl Von Linné o Linneo; científico, naturalista, botánico y zoólogo sueco (1707 - 1778), es considerado el padre de la taxonomía moderna y uno de los padres de la botánica moderna. Es a él a quien se le deben los fundamentos para el esquema moderno de la nomenclatura binomial o binaria, en la que se establece el nombre científico para la clasificación y organización de las especies de plantas y animales. “El nombre de una especie consta de dos partes: el nombre genérico y el nombre específico. Se escriben siempre en cursiva o se subrayan”.¹³ Linneo demostró en su libro *"Systema naturae (Sistema natural), 1735"* los procesos de reproducción sexual de las plantas, dándole nombre a cada una de las partes de la flor tal como las conocemos actualmente. Creó el esquema taxonómico basándose en el estambre para determinar la clase y el pistilo para determinar el orden.

“La importancia de esta obra en la taxonomía botánica radica en que el sistema de clasificación propuesto por Linneo permitía una identificación fácil de las plantas, ya que la determinación del ejemplar iba acompañada de una denominación basada en una nomenclatura binomial, esto es, dos nombres que hacían referencia al género y a la especie. El sistema de clasificación de Linneo agrupaba las plantas en especies, géneros, órdenes y clases, estableciendo al mismo tiempo las diferentes categorías taxonómicas o grupos de organismos emparentados.”¹⁴

4.1.4. JARDÍN BOTÁNICO DEL CENTRO DE ESTUDIOS CONSERVACIONISTAS -CECON- DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

"Los primeros intentos de creación de un jardín botánico universitario surgen en 1910, bajo la dirección del entonces

¹² Mariana Babarovic, "9 personas que determinaron la historia de la botánica", 10 abril del 2019. Acceso el 09 de agosto de 2020, <https://laderasur.com/articulo/9-personas-que-determinaron-la-historia-de-la-botanica/>

¹³ Mirtha Ovelar. MsC., "Nomenclatura Binomial", 3 de mayo del 2011. Aacceso 09 de agosto de 2020, <https://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/escolar/nomenclatura-binomial-252777.html>

¹⁴ Redaccion Historia, "Linneo, padre de la botánica moderna", La Aventura de la Historia. 14 febrero, 2019. Acceso el 09 de agosto de 2020, <https://www.laaventuradelahistoria.es/linneo-padre-botanica>

Decano de la Facultad de Medicina y Farmacia, Dr. Julio Rosal. Pero es hasta 1922 cuando el presidente de la República de Guatemala, Lic. Carlos Herrera, dona a la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia el solar ocupado anteriormente por la Escuela Práctica para Varones, la cual fue destruida por los terremotos de 1917 y 1918 con la finalidad de crear un jardín botánico.

El Jardín Botánico constituye un área única dentro de la capital dedicada al estudio de la flora guatemalteca con gran potencial para la educación y la promoción turística en el país. Declarado Monumento Nacional protegido por el decreto legislativo 26-97, *Ley para la Protección del Patrimonio Cultural y sus reformas contenidas en el decreto legislativo 81-98*, el Jardín Botánico, contiene bienes patrimoniales históricos de gran importancia, los cuales se encuentran actualmente registrados.

Dentro del Jardín Botánico se encuentran 113 jardineras y un invernadero. Hasta ahora la colección cuenta con 412 especies determinadas (de estas 113 son de origen nativo); 340 especímenes determinados hasta género; 1337 ejemplares. Estas especies se encuentran distribuidas en 106 familias. En el 2010 se inició el proyecto "Recuperemos el Invernadero", un área que reúne condiciones favorables para el establecimiento de colecciones. Actualmente se encuentra allí la colección de orquídeas la cual cuenta con 65 especies y 167 ejemplares." ¹⁵

El Jardín Botánico es considerado un pequeño pulmón para la ciudad de Guatemala, ya que es uno de los pocos lugares con mayor reserva de flora dentro de la ciudad. Es considerado también un lugar con gran potencial de investigación científica y a su vez de recreación y turismo. Se encargan de brindar sus descubrimientos y conocimientos mediante expediciones científicas y exposiciones abiertas al público en general.

Actualmente el Jardín Botánico cuenta con programas educativos para todos los niveles, mediante los cuales abarcan diversidad de temas que el Ministerio de Educación promueve sobre la conservación de las ciencias naturales, la botánica y la historia. Dentro de sus servicios se destacan las visitas guiadas y auto guías con un recorrido de 40 minutos aproximadamente, los cuales los voluntarios de dicha institución atienden. Con el objetivo de brindar educación, proteger y estudiar la flora del país, es el único Jardín Botánico que se encarga del estudio de especies amenazadas y endémicas de Guatemala.

El Jardín Botánico es un monumento Histórico de la Universidad de

¹⁵ Jardín Botánico – CECON USAC, "El Jardín Botánico". 5 julio, 2012. Acceso el 15 de febrero de 2020, http://c3.usac.edu.gt/jardinbotanico.usac.edu.gt/public_html/?p=35

San Carlos de Guatemala a partir de 1997, también fue declarado parte del Conjunto Histórico del Barrio Ciudad Vieja y de la Avenida Reforma por el Ministerio de Cultura y Deportes. Contiene diversidad de bienes arquitectónicas patrimoniales como lo son el edificio, el portón frontal y los portones laterales, glorietas, verjas y estatuas de mármol como la Gárgola que está situada en la fuente y "La Chata", una escultura que se encontraba originalmente en la avenida La Reforma en 1896 y que durante los terremotos de 1917 y 1918 sufrió una caída, consiguiendo ganarse el nombre de "La Chata" al perder su nariz.

4.2. EL DISEÑO GRÁFICO Y SU APORTE A LA COMUNICACIÓN CIENTÍFICA

4.2.1. EL DISEÑO GRÁFICO Y SU APLICACIÓN

Actualmente, se subestima la importancia del diseño gráfico de los elementos con fines comunicativos. El Diseño Gráfico abarca, desde la diagramación basada en retículas hasta la implementación de recursos bimedia dentro de un espacio visual; todo con el fin de obtener jerarquías agradables a la vista y para una funcionalidad adecuada al transmitir el mensaje. Sin embargo, todo el proceso, tanto de investigación, como el de evaluación del espacio visual, pasa por alto muchas veces intentando cumplir solamente con los mismos parámetros, pero fracasando, ya que no se cuenta con un previo estudio para el en la transmisión del mensaje. Incluso, se han desarrollado aplicaciones fáciles de usar y al alcance de todo usuario con acceso a la tecnología moderna, que aparentemente reemplazan al diseño gráfico con plantillas prediseñadas que solo llegan a cumplir la función de decorar, más no la de comunicar de una manera adecuada al grupo objetivo. Cabe mencionar también, la forma en que la comunicación evoluciona todo el tiempo: las tendencias, la moda, las generaciones, el cliente, el grupo objetivo, entre otros factores que es primordial evaluar al momento de diseñar.

La importancia del diseño gráfico ante la sociedad se basa en la transmisión de ciertos objetivos e ideas a través de la estrategia, imagen, forma, color, tipografía y el manejo de las distintas ramas del diseño gráfico. El buen diseño es aquel que no solo sabe como vender y persuadir, sino ser interpretado como un solo dentro de la sociedad.

Annie Atkins señala en una entrevista con Gráfica que *"El diseño transforma la sociedad todos los días. No podemos pasar ni siquiera unos segundos sin tener contacto con algo que haya*

sido creado por un diseñador.”¹⁶ De la misma manera Martín Satí añade en una entrevista también con Gráfica que “El diseño puede y debe cambiar la sociedad. Está introducido en todo el tejido social. Hay diseño en todo lo que nos rodea, incluso en las cosas más elementales.”¹⁷

Entonces, está claro que la implementación del diseño gráfico dentro de todo elemento visual, no solo cumple la función estética, sino que es indispensable y necesario para crear comunicación visual produciendo mensajes que contribuyan positiva y asertivamente.

El diseño gráfico se compone de elementos esenciales para llevar a cabo, de manera organizada un proyecto de comunicación visual, con los cuales el diseñador puede crear y desarrollar los comunicados hasta llegar a proyectar y visualizar eficientemente. Cabe resaltar que estos elementos se agrupan en cuatro categorías: Los elementos conceptuales: el punto, la línea, el plano o el volumen; los elementos visuales: la forma, el tamaño, el color y la textura; los elementos de relación: la dirección, la posición, la gravedad y el espacio; y los elementos prácticos: función, representación y significado.

“La interpretación artística y la creación de diseños mediante la expresión artística, son conocidas de forma general con el término “artes gráficas”, definiendo el concepto de forma un poco más amplia; podríamos delinear el término diciendo que el proceso artístico de visualizar y plasmar ideas es lo que llamamos artes gráficas. Las personas que laboran en alguna de las ramas del diseño gráfico emplean todos los recursos a su disposición con el objetivo de diseñar, exponer, publicitar, etiquetar y finalmente promover ideas y conceptos, utilizando para tal fin su talento y creatividad.”¹⁸

4.2.2. EL DISEÑO GRÁFICO Y SUS RAMAS

El Diseño Gráfico cuenta con una gran variedad de ramas que facilitan la comunicación e interpretación de la misma, debido a que el uso de cada una de estas ramas, de manera independiente o fusionadas, dependerá del tipo de comunicado, el medio en el que será publicado y al público al que irá dirigido principalmente.

¹⁶ Alicia Juan, Annie Atkins: «Diariamente tenemos contacto con algo que ha sido creado por un diseñador». Entrevista. 27 de abril 2018. Acceso el 12 de agosto de 2020, <https://grafica.info/annie-atkins/>

¹⁷ Alicia Juan. Martín Satí: «El diseño puede y debe cambiar la sociedad». Entrevista. 27 de abril del 2018. Acceso el 12 de agosto de 2020, <https://grafica.info/martin-sati-dia-mundial-diseno/>

¹⁸ Instituto de Mercadotécnica y Publicidad, Centro de Estudios Universitarios. Ramas del Diseño Gráfico. S.f. Acceso el 12 de agosto de 2020, <https://www.improma.com/ramas-del-diseno-grafico/>

Según Paedro, en su comunicado “*Los 8 servicios de diseño gráfico más solicitados en el mercado*”,¹⁹ señala que, el diseño gráfico (categorizando productos visuales), el diseño editorial, el diseño web, el diseño de identidad visual, el diseño para social media, el diseño de productos multimedia, el diseño publicitario y el diseño de *packaging* son las disciplinas con más auge dentro de la sociedad, en vista de que en la era digital en la que vivimos hace mucho más factible la divulgación de los mismos, pero también más exigente al momento de cumplir con los requisitos y las expectativas del público.

4.2.3. EL DISEÑO GRÁFICO Y SU APOORTE A LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

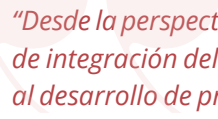
La divulgación científica es un pilar, no solo para el avance de la ciencia y la tecnología, lo es también para el progreso de la sociedad, debido a que hace accesible a las personas un conocimiento que había sido dedicado exclusivamente a los pares científicos. Para Ruy Pérez Tamayo (En Gatica, 2016), “la ciencia no existe en el vacío, sino que siempre se da en el seno de una comunidad social específica de la que surge y a la que se debe en forma completa”.²⁰

Es importante lograr que, el público en general, que no poseen conocimiento sobre ciertos temas científicos, comprenda dichos temas. Por lo anterior, se requiere que la información científica tratada comúnmente con mensajes lingüísticos técnicos y relevantes, sea trasladada al público en general, con términos y recursos visuales empáticos, mediante los cuales, el receptor comprenda fácilmente el discurso científico, y así, pase a formar parte de una comunidad informada.

Con los avances tecnológicos de la actualidad, es casi imposible no dejarse influenciar por noticias y argumentos que despierten la curiosidad del lector gracias a un buen diseño que llame la atención y genere impacto visual. Dicho esto, es importante mencionar que en este punto en donde el rol del diseño gráfico juega un papel importante, ya que al tratarse de comunicar información científica con la que el lector probablemente no esté familiarizado, representa entonces un reto plasmar mediante el diseño gráfico, la información requerida y hacerla amigable para el público.

¹⁹ Marcela García Espínola. “Los 8 servicios de diseño gráfico más solicitados en el mercado”, 09 de octubre de 2019, Paedro, acceso el 12 de agosto de 2020, <https://www.paedro.com/servicios-de-diseno-grafico-mas-solicitados/>

²⁰ Abraham Ronquillo Bolaños. “Los métodos de diseño en la divulgación científica: una comparativa y propuesta para el cartel científico”. Revista Interiorgráfico de la División de Arquitectura Arte y Diseño de la Universidad de Guanajuato, 01 de noviembre de 2018, acceso el 12 de agosto de 2020, <https://www.interiorgrafico.com/edicion/decimo-octava-edicion-diciembre-2018/los-metodos-de-diseno-en-la-divulgacion-cientifica-una-comparativa-y-propuesta-para-el-cartel-cientifico>



“Desde la perspectiva del diseño gráfico, son numerosas las formas de integración del hombre con la sociedad, ya sea contribuyendo al desarrollo de productos para mejorar la calidad de vida o bien en el incremento de nuevas formas comunicacionales que pueden cumplir con objetivos definidos: campañas sociales, informativas, publicitarias, etc.”²¹

Actualmente la relación entre el diseño gráfico y la ciencia se ha reforzado, debido a que el diseño permite la difusión y la divulgación científica a través de los medios tradicionales (diseño editorial: revistas, prensa, etc.) y las alternativas tecnológicas actuales (Internet y multimedia), los cuales transmiten la información a niveles masivos y de forma estética y atractiva para el espectador. Muchos recursos gráficos tienen ya una repercusión significativa en la ciencia, como lo es la ilustración científica y los simuladores virtuales. “La utilización de las nuevas tecnologías como un canal de transmisión de información es una realidad desde hace muchos años, ya que su éxito en cuanto a cantidad masiva de receptores es indudable.”²²

En conclusión se define que para la elaboración de este proyecto se implementará una campaña digital social como medio para divulgar la conmemoración del centenario del Jardín Botánico, creando una línea gráfica guiada por un manual de normas gráficas para el uso apropiado del logotipo e imagen de campaña y su implementación dentro de los distintos medios de comunicación requeridos por la institución. Así mismo, dentro del proceso para la promoción de la campaña, también se implementará el diseño editorial, fotografía y *motion graphics* para la creación de piezas visuales como complemento de apoyo a la campaña. De esta manera se logrará generar interés y divulgación dentro de los mismos usuarios lo cual se explicará a continuación.

4.3. MATERIAL GRÁFICO

4.3.1. PIEZAS Y MATERIALES GRÁFICOS

Ante la relevancia de su aniversario y las actividades que se planifican para la celebración de un siglo de labores desde su fundación, el Jardín Botánico requiere lanzar una campaña de divulgación digital para dar a conocer dicho evento.

²¹ María Eugenia Sánchez Ramos. “El Diseño Gráfico y su aportación a la divulgación científica”. Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, acceso el 12 de agosto de 2020, https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=396&id_articulo=8520

²² Sánchez. El Diseño Gráfico y su aportación.

Las campañas digitales son eficientes respuestas ante dicha necesidad de divulgación, en vista de que permiten llegar de manera directa al grupo objetivo mediante las redes sociales en las cuales la interacción es más amplia y efectiva.

Gracias al diseño gráfico es posible resolver los requerimientos de comunicación, convirtiendo a la campaña en un proceso de expectativa, revelación y mantenimiento; distribuyendo los tiempos, contenidos, frecuencia, canal y medios para crear un mensaje eficiente y llevar a cabo un adecuado control de la misma, en donde además, se establezca eficiente comunicación con el grupo objetivo.

El propósito de partir desde la expectativa es llamar la atención de la audiencia, crear curiosidad por saber qué pasará mediante episodios fragmentados del producto, servicio o evento. Causando intriga se logrará llegar a la mente del público creando un *engagement* de afinidad con la institución.

Así mismo, se debe tomar en cuenta la importancia de actualizar la imagen del Jardín Botánico, puesto que será necesario intervenir en el logo agregando "100 años" y la fecha desde su fundación, sin cambiar drásticamente sus elementos, pero revisando la jerarquización del mismo para que el público asimile, en primera instancia, la historia que hay detrás y la importancia de seguir cultivando los patrimonios con los que el Jardín Botánico cuenta.

La creación de una guía para el uso de la imagen institucional y del proceso de campaña será indispensable para promover la eficiente aplicación y el uso correcto del logo y los elementos que complementen la línea gráfica para la campaña del centenario, debido a que desde ahí es en donde se plasmarán las estrategias de comunicación y de diseño que se llevarán a cabo durante el proceso de la campaña para su buen uso y desarrollo en sus diferentes fases.

Es importante mencionar que toda campaña debe basarse en un concepto creativo que se adecúe y adapte al comunicado que se quiere transmitir, tanto como al grupo objetivo al que irá dirigido, debido a que este debe tener como base un lenguaje apto, puesto que el Jardín Botánico cuenta con distintos usuarios y su aporte a la sociedad es puramente científico, habrá que adaptar la comunicación para que esta sea amigable con los usuarios y, por lo tanto, bien comprendida. El concepto es el elemento fundamental para proveer

una base sólida a la comunicación de la campaña, es la idea que englobará todos los aspectos de la comunicación y desde la que se ejecutarán las piezas gráficas y audiovisuales.

“El diseño gráfico no es una herramienta de venta, sino un puente «emocional» entre un producto o servicio y el consumidor final; el cual debe ser capaz de transmitir un mensaje netamente visual, de gran atractivo y con una innovación creativa de alta categoría en el mercado.”²³

Es por ello que la campaña requerirá un mantenimiento después de la revelación o lanzamiento para que el interés y la interacción con los usuarios no se pierda en ninguna de sus fases.

Dicho lo anterior cabe destacar que, además de la creación de una imagen institucional para el centenario, también se trabajarán piezas gráficas que complementarán el desarrollo de la campaña. Implementando recursos infográficos fundamentados en el diseño editorial para lograr jerarquías visuales adecuadas y atractivas, transmitiendo el contenido a través de composiciones fotográficas y tipográficas. También se recurrirá al uso de material audiovisual inclusivo, para atraer a la audiencia desde sus distintos estilos de aprendizaje, puesto que a partir de las funciones cognitivas se logrará procesar la información desde la percepción y de la experiencia del usuario con la campaña.

Es importante resaltar que por medio del aprendizaje del usuario, el consumidor responde basándose en las experiencias con respecto al servicio, producto o comunicación que brinda, en este caso, el Jardín Botánico. Además, es importante considerar que, el GO no aprende únicamente de sus propias experiencias pasadas, sino también de las experiencias de terceros, las cuales se divulgan mediante acciones como el "boca en boca" y actualmente en los comentarios como *feedback* en los medios de comunicación social.

Este proceso, en el que se espera una respuesta del GO es importante, puesto que puede impactar de forma muy fuerte a un consumidor, negativa o positivamente. Por ello, la clave será persuadir desde un estímulo emocional para generar una conducta positiva sin dejar a un lado la estimulación racional.

²³ Beatriz García. "El diseño gráfico y su importancia en la publicidad", Especialistas Contacto Directo, 22 marzo, 2018, acceso el 13 de agosto de 2020, <https://ecd.mx/el-diseno-grafico-y-su-importancia-en-la-publicidad/>

Esto quiere decir que cuando trasladamo el mensaje de manera concisa sin retar la mente del GO la comunicación carece de impacto.

Jonathan García Allen añade en su artículo *“Los 12 estilos de aprendizaje: ¿en qué se basa cada uno?”*²⁴ para Psicología y Mente que *“hay personas a las que les resulta más fácil aprender observando, porque los colores o las fotografías les ayudan a aprender más fácilmente; mientras otros aprenden mejor leyendo y esta es su forma de estudiar.”*

En razón de lo anterior, se concluye que lo que se busca con esta campaña de divulgación digital es que el nombre de la institución se fije en la mente de los usuarios, llegar a la parte emocional de la audiencia con un mensaje e imagen visual que capte su atención y que sean ellos quienes se encarguen de seguir viralizando el contenido como respuesta de interés y aceptación.

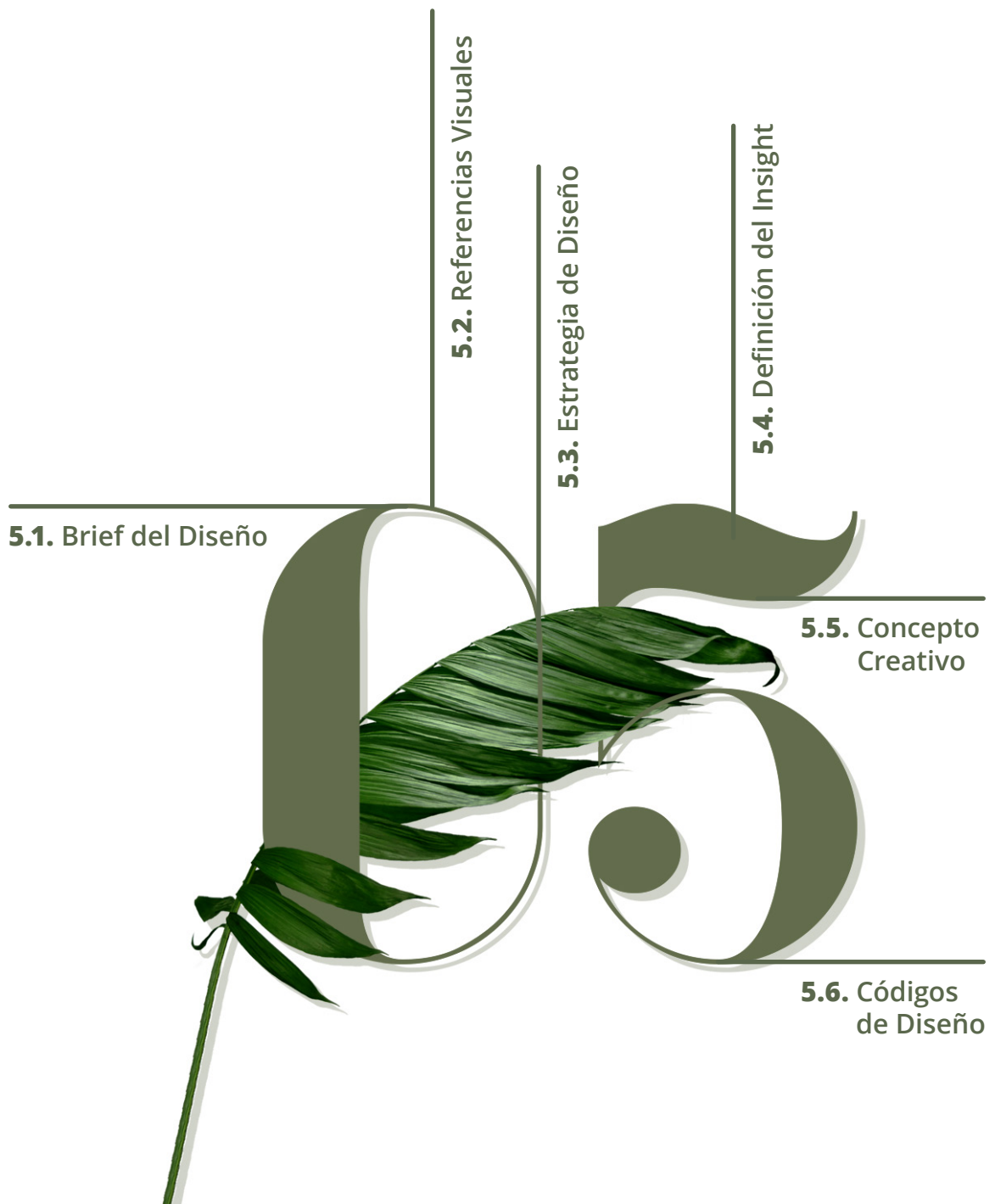
²⁴ Jonathan García Allen. “Los 12 estilos de aprendizaje: ¿en qué se basa cada uno”, Psicología y Mente, acceso el 13 de agosto de 2020, <https://psicologiymente.com/desarrollo/estilos-de-aprendizaje>

Gracias a la información anteriormente recabada, es posible plantear la definición de un *insight* y un concepto creativo bajo premisas y códigos de diseño con los cuales se trabajará la línea visual de la campaña de divulgación digital para el centenario del Jardín Botánico.





Definición CREATIVA



5.1. BRIEF DEL DISEÑO

El brief del diseño es la herramienta que permite recabar información específica de la institución que contribuye para la toma de decisiones en la realización de las piezas gráficas que se llevarán a cabo, y así darle solución de acuerdo a la necesidad.

5.1.1. INFORMACIÓN SOBRE EL CLIENTE

El Jardín Botánico es una Institución dedicada a la divulgación e investigación científica que se encuentra ubicado en la Avenida de la Reforma 0-63 zona 10, ciudad de Guatemala, Guatemala.

- **Problemas que atiende:** Los principales problemas atendidos por la institución son la reproducción y cultivo de especies endémicas de Guatemala, así como su conservación, debido a que por las condiciones ambientales y la explotación forestal en la que actualmente se encuentra Guatemala, muchas de las especies están en riesgo de extinguirse.
- **Servicios del Jardín Botánico:** Herbario USG, *Index Seminum* y Programa Educativo.

5.1.2. INFORMACIÓN SOBRE EL PROYECTO

Campaña digital para informar sobre las actividades del centenario del Jardín Botánico del Centro de Estudios Conservacionistas -CECON- de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

- **Descripción del proyecto:** Diseño de la imagen visual y piezas gráficas para la campaña de conmemoración del centenario del Jardín Botánico para comunicar a la población la historia de esta institución como Patrimonio Natural y Cultural de la Nación, así como las actividades que se llevarán a cabo.
- **Objetivos del proyecto:** Dar a conocer al público los 100 años del Jardín Botánico y las actividades con las que este evento se conmemorará. Logrando un *engagement* del grupo objetivo a través de una eficiente comunicación e interacción por medio de las redes sociales mediante la creación de piezas gráficas.
- **Requerimiento del cliente:** Realizar una campaña de divulgación digital de bien social para la conmemoración de los 100 años del Jardín Botánico.
- **Partes del Contenido:** Campaña digital de divulgación / Logotipo de los 100 años.

- **Grupo Objetivo:** Profesionales del área científica de la botánica, estudiantes y público guatemalteco del área metropolitana de Guatemala con intereses en la conservación de la flora y fauna de Guatemala.
- **Mensaje por transmitir:** Los 100 años de historia aportando conocimiento sobre la investigación científica de la botánica y la conservación de la flora del país, así como la importancia del Jardín Botánico como parte de los Patrimonios Naturales y Culturales de Guatemala.
- **Medios de Comunicación:** Facebook, Instagram, YouTube y algunas aplicaciones impresas.
- **Estilo y tono:** Informativo / Corporativo y formal.
- **Tiempo:** Septiembre a octubre del 2020.

5.2. REFERENTES VISUALES

Los referentes visuales sirven para profundizar dentro del contexto visual que tienen otras instituciones que se dedican a lo mismo o que prestan servicios similares. En esta ocasión, Guatemala cuenta únicamente con un Jardín Botánico y es el del Centro de Estudios Conservacionistas de la USAC, por tal razón las referencias que se utilizarán serán las de Jardines Botánicos de Latinoamérica.



Fig. 24: Mapa de Latinoamérica en donde se ubican Jardines Botánicos por país

• JARDÍN BOTÁNICO DE LA CIUDAD CARLOS THAYS



Fig. 25: Logotipo actual de la Institución

Serie de post para Facebook de conferencias que están impartiendo durante el confinamiento a causa del Covid-19.



Compostaje domiciliario

"Un taller para aprender a transformar los residuos orgánicos en abono natural"

Jueves 17 de septiembre

De 18:00hs | 1 encuentro | A través de la plataforma meet/jitsi.

Valor del taller: \$300

Dictado por Ornella Zambón & Camila Fernández Castro, licenciadas en ciencias ambientales.

Más info en: talleresaqt@gmail.com



Fig. 26: Invitación para taller online sobre compostaje domiciliario



Avistaje online de mariposas

"Buscá entre las plantas y recoré el Jardín de Mariposas"

Miércoles 23 de septiembre

Cierre de inscripción y último día para el pago: 18 de septiembre

De 18:00 a 20:00 hs | 1 encuentro | A través de la plataforma ZOOM

Dictado por Soledad Mesio Blanco, técnica en Jardinería UBA (Incorporado del jardín de mariposas)

Más info en: talleresaqt@gmail.com



Fig. 27: Invitación para avistamiento online de mariposas



Taller de huerta online

"Cultivo de plantas hortícolas y aromáticas tanto en suelo como en macetas."

Inicio: Martes 8 de septiembre (martes y jueves)

De 18:00 a 18:40hs | 8 encuentros | A través de la plataforma ZOOM

Dictado por Darío Ivan Bernhart

licenciado en Horticultura y Jardinería del Jardín Botánico Carlos Thays.

Más info en: talleresaqt@gmail.com



Fig. 28: Invitación para taller online sobre huerta



Diseño de pequeños jardines

Inicio: Martes 1 de septiembre

Horario: 18:00hs | 4 encuentros | A través de la plataforma ZOOM

Dictado por Lic. Ana Cecilia Daniele

licenciada en Horticultura y Jardinería del Jardín Botánico Carlos Thays.

Más info en: talleresaqt@gmail.com



Fig. 29: Invitación para taller online sobre diseño de pequeños jardines

- **JARDÍN BOTÁNICO DE BOGOTÁ JOSÉ CELESTINO MUTIS**

Logotipo de la institución y su variación por sus 65 años desde su fundación en 1955.



Fig. 30: Logotipo actual de la Institución



Fig. 31: Versión del logo para los 65 años de aniversario



Fig. 32: Inspiración y aplicación del logo de los 65 años de aniversario

Serie de post para Facebook de conferencias que están otorgando durante el confinamiento a causa del Covid-19.



Fig. 33: Invitación para conferencia online



Fig. 34: Invitación para conferencia online



Fig. 35: Invitación para conferencia online



Fig. 36: Invitación para conferencia online

• JARDÍN BOTÁNICO DEL INSTITUTO DE BIOLOGÍA DE LA UNAM

Logotipo de la institución y su variación por sus 60 años desde su fundación en 1960.



Fig. 37: Logotipo actual de la Institución



Fig. 38: Versión del logo para los 65 años de aniversario

Imagen gráfica de post de infografías para redes sociales.



Fig. 39: Infografía sobre el Cacaloxóchitl



Fig. 40: Infografía sobre el Cucharilla



Fig. 41: Ficha informativa sobre el Duraznillo



Fig. 42: Ficha informativa sobre el Hierba de Pollo



Fig. 43: Ficha informativa sobre el Xoxocoyolcera o acedillo



Fig. 44: Ficha informativa sobre la Yerba del golpe o agua de azahar

5.3. ESTRATEGIA DE DISEÑO

La estrategia para la campaña del centenario del Jardín Botánico se fundamenta en promover la historia y la conmemoración que conllevan los 100 años desde su fundación. De esta manera el público conocerá más sobre dicha institución mediante una eficiente planeación y validación durante el proceso logrando el alcance de la meta de comunicación.

• ¿Qué?

01. Realización de la imagen gráfica del Jardín Botánico para el centenario acompañado de un manual de normas gráficas para el uso correcto y sus posibles aplicaciones institucionales.

02. Diseño de campaña digital para dar a conocer los 100 años del Jardín Botánico y su historia. Dicha campaña se conformará de tres procesos que se establecerán de acuerdo a una calendarización:

- **Expectativa:** Compuesta por una serie de post publicitarios para redes sociales que introducirá al grupo objetivo al contexto, con el objetivo de lograr crear en las personas una urgencia por conocer lo que está por venir.
 - **Lanzamiento:** Con esta fase se dará a conocer, por medio de un video documental de fotografías, los 100 años que son la razón de la campaña y sus elementos y estructuras como parte del tesoro Patrimonial del Jardín Botánico y su importancia dentro de la conservación natural y cultural.
 - **Mantenimiento:** Serie de 10 afiches infográficos para galería virtual.
- **¿Para qué?** La creación del logotipo de los 100 años junto con la imagen gráfica de la institución servirá para plasmar la imagen en los recursos institucionales, tanto en medios digitales, como impresos, con el fin de promover el centenario. La campaña digital reforzará la imagen gráfica y la comunicación dándole auge a datos históricos, pertenencias patrimoniales y actividades con las que dicho evento se conmemorará.
 - **¿Con qué?** Por medio del diseño estratégico de la imagen institucional para el centenario como punto de partida para proseguir con la campaña de expectativa, lanzamiento y mantenimiento consiguiendo reforzar la comunicación, la interacción y la fidelización con el grupo objetivo.
 - **¿Con quiénes?** Personas que se desarrollan profesionalmente en el ámbito de la investigación científica de la botánica, la conservación y la protección ambiental y cultural de Guatemala.
 - **¿Cuándo?** La elaboración y el desarrollo del proyecto tendrá lugar de agosto a octubre del 2020. Mientras que la implementación de la imagen del centenario se empezará a utilizar a partir de diciembre del 2021 hasta diciembre del 2023 (un año antes, durante y un año después del año de aniversario). La campaña digital tendrá una duración de dos meses, durante el 2022 siendo este el año respectivo de aniversario.
 - **¿Dónde?** En el área metropolitana de Guatemala, dentro de la institución por medio de implementaciones impresas como papelería corporativa, sellos, gafetes, uniformes, bolígrafos u otros objetos que se requieran. Así como la implementación de la misma en la campaña digital en medios digitales como sitio web, redes sociales y plataformas de mensajería.

5.3.1. RESTRICCIONES / LIMITACIONES

- Utilizar la misma paleta de colores y tipografías para la creación del logotipo de los 100 años
- Uso de información y fotografías única y exclusivamente de plantas, objetos o estructuras que habiten o estén dentro del Jardín Botánico.
- Todas las piezas deben llevar el logo de la institución, de la Facultad de Arquitectura y de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

5.4. DEFINICIÓN DEL INSIGHT

El Insight sirve para conocer al grupo objetivo y determinar como elaborar el material gráfico para empatizar con el usuario y que el proyecto sea tanto útil como eficiente.

5.4.1. POEMS

Con esta técnica se definirá el entorno con el que se verá rodeado el Grupo Objetivo al momento de llevar a cabo el proyecto:

P (Personas) ¿Quiénes van a estar en contacto con la experiencia?

- Profesionales de la botánica.
- Investigadores científicos.
- Ambientalistas que se dediquen a la conservación de especies.
- Estudiantes interesados en la cultura e historia.

O (Objetos) ¿Qué cosas físicas pueden ser creadas?

- Papelería corporativa implementando la imagen institucional del centenario.
- Post para redes sociales anunciando fechas y eventos.
- Afiches informativos con fines científicos, botánicos, culturales e históricos.

E (Entorno) ¿En qué tipo de locación o lugar se pueden llevar a cabo?

- Dentro de la Institución.
- Áreas verdes.
- Áreas protegidas.
- Redes sociales.

M (Mensaje y medios) ¿Qué tipo de información y cómo?**MENSAJE**

- Datos científicos, botánicos, históricos y culturales.
- Conservación del medio ambiente.

MEDIOS

- Dispositivos celulares como canal para las redes sociales.
- Material audiovisual.

S (Servicios) ¿Qué servicios y sistemas de soportes pueden ser ofrecidos?

- Investigación científica.
- Capacitaciones.
- Charlas informativas.
- Talleres.

Tabla 02: Técnica POEMS

Palabras asociadas al entorno del proyecto: Verde, natural, conservación, centenario, botánica, biodiversidad

5.4.2. MAPA DE EMPATÍA

Esta técnica ayudará a determinar el comportamiento y el ámbito en el que el grupo objetivo suele desenvolverse. Los siguientes datos fueron recabados mediante la encuesta de Google Forms que se determinó para conocer al GO.

¿?	ASPECTOS
¿QUÉ PIENSA Y QUÉ SIENTE?	<ul style="list-style-type: none">• Deseo de superación en el ámbito personal y profesional.• Curiosidad por descubrir más sobre la ciencia y la botánica.• Preocupación por el deterioro ambiental• Empatía por el medio ambiente• Interés en la conservación de flora y fauna de Guatemala.
¿QUÉ DICE Y QUÉ HACE?	<ul style="list-style-type: none">• Estudia y trabaja.• Convive con familia y amigos.• Frecuenta lugares de recreación en donde pueda estar al aire libre• Le gusta leer e informarse.

<p>¿QUÉ VE?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Series y documentales. • Redes sociales en donde se informa y al mismo tiempo se entretiene. • Blogs y periódicos digitales. • Publicidad impresa en sus alrededores y publicidad pautaada en redes sociales.
<p>¿QUÉ OYE?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Música / Podcast • Situaciones familiares, compañeros de trabajo / estudio, amigos y vecinos. • Experiencias, descubrimientos y avances de la ciencia. • Charlas con diferentes personas afines. • Noticias de la actualidad nacional e internacional.

Tabla 03: Mapa de empatía

Palabras asociadas al entorno del grupo objetivo: ¡Muchá!, ¿Y entonces, ...?, ¿Para cuándo...?, ¿Ya viste que...?

5.4.3. INSIGHT

Los botánicos en la actualidad se refieren con preocupación a la conservación de especies en peligro debido al mal manejo de los recursos naturales y culturales de Guatemala, y qué mejor momento que concientizar celebrando los 100 años de historia y conservación dentro del Jardín Botánico.

01. "La biodiversidad de Guatemala nos necesita, ¿qué hacemos?"

02. **100 años después, ¡hagamos el cambio!**

5.5. CONCEPTO CREATIVO

El concepto creativo nos permite sintetizar información recopilada mediante la investigación anteriormente detallada sobre el cliente y el GO y así comunicarla de manera eficiente. Para obtener el concepto creativo se realizaron las siguiente técnicas:

5.5.1. SINÉCTICA

La sinéctica es el proceso de descubrir vínculos que unen elementos aparentemente inconexos. El objetivo es volver conocido lo extraño y volver extraño lo conocido. William J.J. Gordon fue su inventor.

ANALOGÍA	MECANISMOS OPERACIONALES
<p>ANALOGÍA PERSONAL (¿Qué haría yo si fuera...?)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si yo fuera a cumplir 100 años quisiera celebrar compartiendo mis experiencias adquiridas durante un siglo con todas las generaciones siguientes. • Si yo fuera un monumento patrimonial me gustaría que me admiraran todo el tiempo. • Si yo fuera una planta me gustaría que me cuidaran de acuerdo a mis necesidades. • Si yo fuera Guatemala quisiera que mis habitantes me respetaran y conservaran mis recursos naturales.
<p>ANALOGÍA DIRECTA (Puntos de contacto entre objetos con puntos en común)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sinonimia: Sembrar es a reforestar, como talar es deforestar. • Antonimia: Explotación forestal es a cosechar, como conservar es a degradar. • Elemento: Monumento es a historia como especie es a biodiversidad. • Conjunto: Semilla es a raíz. Raíz es a planta. Planta es flor. • Causa-efecto: Monumento es a Patrimonio, como 100 años a historia cultural y natural. • Acción: Conservar es a inteligente, como degradar es a irresponsable.
<p>ANALOGÍA SIMBÓLICA (Palabras clave del problema - necesidad)</p>	<p>Medio ambiente, Conservación ambiental, ecosistemas, vida, biología, química, plantar, cosechar, sembrar, especie, tierra, colección, semilla, germinación, ciencia, historia, huerto, calentamiento global, explotación forestal, centenario, variedad,</p>

	biodiversidad, ecología, hábitat, biósfera, medicina, farmacia, fitoterapia, oxígeno, herbario, arte, naturaleza, botánica, flora, taxonomía, Carlos Linneo, patrimonio, cultura, nomenclatura binomial, polinización, investigación, turismo, área protegida, riqueza, estudios e investigación científica.
ANALOGÍA FANTÁSTICA (Ideas fuera del sentido común)	<ul style="list-style-type: none"> • Semillas que germinan en 100 minutos para reforestaciones instantáneas. • Sembrar para cosechar historia, cultura y naturaleza.

Tabla 04: Técnica SINÉCTICA

Conceptos seleccionados por analogía:

- **Analogía Personal:** “Un siglo de patrimonios”
- **Analogía Directa:** “El ciclo de un centenario patrimonial”
- **Analogía Simbólica:** “Taxonomía de un siglo”
- **Analogía Fantástica:** “100 años cosechando patrimonios”

5.5.2. BIÓNICA

Esta técnica está inspirada específicamente en la botánica y la zoología. Su objetivo es descubrir las soluciones del mundo vivo y adaptarlas a nuevos entornos.

- **Problema o situación actual:**
Lograr que el grupo objetivo se sienta identificado con el concepto creativo de la campaña para el centenario logrando atraer su atención y creando fidelización hacia la marca de manera cognitiva.
- **¿Qué aporte se puede extraer del Jardín Botánico?**
 - * El cumplimiento de los 100 años que significan un siglo que conlleva consigo historia cultural dentro de la ciudad de Guatemala y sobre la conservación, tanto de flora y fauna, de Guatemala.
 - * Un sitio con gran cantidad de pertenencias patrimoniales que reflejan historia, arte y belleza en sus monumentos, y naturaleza, conservación, cultura y avances en la ciencia dentro de la investigación científica de la botánica.

- **¿Qué aporte se puede extraer de la botánica?**

- * **Las nomenclaturas binomiales**, de las cuales la primera palabra se refiere al género y se escribe con inicial mayúscula; y la segunda que es un epíteto que se refiere a la especie. Las nomenclaturas binomiales pueden componerse de dos sustantivos, sustantivo y adjetivo o sustantivo y participio y siempre se escriben en cursiva.

- * **Epítetos latinos:** Palabras características que se escriben en latín.

- **Atributos naturales que caracterizan al Jardín Botánico:**

Conservación	Biodiversidad	Medio ambiente
Ecosistemas	Botánica	Especies
Variedad	Taxonomía	Nomenclatura binomial
Epítetos latinos	Historia	Monumento
Patrimonio	Natural	Cultura
Ciencia	Medicina	Farmacía
Biología	Química	Centenario
Aniversario	Investigación	Enseñanza
Aprendizaje	Descubrimiento	Arte

Conceptos seleccionados:

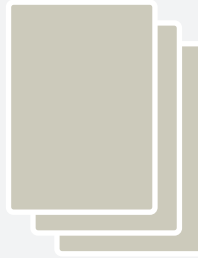
"Cosechas Patrimoniales" / "*Hereditatem Messis*"

5.5.3. IDEART

Esta técnica busca generar ideas por medio de estímulos visuales con el fin de provocar y desarrollar la imaginación sin limitantes, asociando distintos objetos.

Elemento #1

Hojas de papel



Elemento #2

Hojas de plantas



CONCEPTO CREADO:

“Germinación Patrimonial”

La idea es que a partir de la hoja de papel, se elaborará un molde, quedando un agujero del cual saldrán las hojas de las plantas simulando la germinación de un nuevo ser vivo.

Elemento #1

Monumentos



Elemento #2

Ramas de plantas / flores



CONCEPTO CREADO:

“Generaciones Antípodas”

La idea consiste en la unificación de dos contextos patrimoniales totalmente distintos como lo sería el ámbito cultural y natural que conserva el Jardín Botánico a través de 100 años.

5.5.4. CONCEPTO CREATIVO SELECCIONADO

- **Justificación:** El Jardín Botánico, desde sus inicios, cuenta con una gran cantidad de objetos y elementos históricos dentro de su construcción que han sido declarados patrimonios naturales y culturales, por lo que El Jardín Botánico es un Monumento Nacional y un Área Protegida. Entonces, la palabra “Generaciones” hace referencia a la conservación a través de distintas generaciones a lo largo de los 100 años. Y la palabra “Antípodas” se refiere a que, tanto plantas como monumentos históricos, que son dos elementos completamente diferentes y opuestos (puesto que uno “nace” y el otro se “hace”), y que han sido resguardados desde sus inicios de manera simultánea logran la unificación de dichos elementos.
- **Representación gráfica:**



Fig. 55: Representación gráfica del Concepto Creativo

5.6. CÓDIGOS DE DISEÑO

Los códigos de diseño permiten determinar las premisas en las cuáles se basará la línea gráfica para las piezas que se trabajarán tanto institucional (logotipo de los 100 años), como las piezas de campaña que darán a conocer el centenario del Jardín Botánico.

5.6.1. CÓDIGO CROMÁTICO

En el logotipo de los 100 años, los colores serán los mismos Pantones con los que el logotipo institucional del Jardín Botánico ya cuenta.



En las piezas que conformarán la campaña del centenario se utilizará una paleta de 12 colores que permitirán adaptar el contenido a la diversidad de flora y monumentos con los cuáles se logrará ejercer un buen contraste con las fotografías.



El modelo de color que se utiliza para la versión impresa es CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black):



Mientras que para la versión digital se utiliza el modelo aditivo RGB (Red, Green, Blue):



5.6.1. CÓDIGO TIPOGRÁFICO

La tipografía dentro del diseño gráfico es un elemento que debe proporcionar armonía tanto con el color, el espacio, la distancia y la iconografía para que visualmente sea agradable. Para conseguir jerarquía visual entre las tipografías se combinan los siguientes grupos tipográficos:

TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL / LOGOTIPO

TRAJAN PRO

Trajan Pro ²⁵ fue creada por Carol Twombly y Robert Slimbach, está compuesta por una familia con 2 estilos (Regular y Bold), contiene 493 caracteres que incluyen mayúsculas, minúsculas, números, glifos, ligaduras y una gran variedad de acentos.

AÁÁÁ BB CC DD EÉÉÉ FF GG HH IÍÍÍ
JJ KK LL MM NN ÑÑ OÓOÓ PP QQ
RR SS TT UÚUÚÜ VV WW XX YY ZZ
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
. : , ; ¿ ? ¡ ! * () " # @ \$ & / - = _

REGULAR | BOLD

COMPOSICIONES TIPOGRÁFICAS

Argö Old

Argö Old ²⁶ fue creada por Anthony James, contiene 180 caracteres que incluyen mayúsculas, minúsculas, números, glifos, ligaduras y acentos.

AÁaá Bb Cc Dd EÉeé Ff Gg Hh Iíií Jj
Kk Ll Mm Nn Ññ OÓoó Pp Qq Rr Ss Tt
UÚuúü Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789
. : , ; ¿ ? ¡ ! * () " # @ \$ & / - = _

²⁵ Carol Twombly y Robert Slimbach. Trajan. Adobe Fonts. Acceso el 19 de agosto de 2020, [https:// fonts.adobe.com/fonts/trajan](https://fonts.adobe.com/fonts/trajan)

²⁶ Anthony James, "Argö Typeface", Anthony James Design, acceso el 19 de agosto de 2020, https://www.anthonijamesart.com/portfolio_page/argo/

ANTONIO

Antonio ²⁷ fue creada por Vernos Adams, está compuesta por una familia con 3 estilos (Light, Regular y Bold), contiene 433 caracteres que incluyen mayúsculas, minúsculas, números, glifos, ligaduras y acentos.

AÁaá Bb Cc Dd EÉeé Ff Gg Hh IÍíí
 Jj Kk Ll Mm Nn Ññ OÓoó Pp Qq
 Rr Ss Tt UÚuúü Vv Ww Xx Yy Zz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 . : , ; ¿? ¡! * () " # @ \$ & / - = _

LIGHT

REGULAR

BOLD

²⁷ Vernon Adams, "Antonio. Antonio bold. Identityfont". Identityfont, acceso el 19 de agosto de 2020, <http://www.identityfont.com/show?OL6>

OPEN SANS

Open Sans ²⁸ fue creada por Steve Matteson, está compuesta por una familia con 10 estilos (Light, Light Italic, Regular, Italic, Semibold, Semibold Italic, Bold, Bold Italic, Extrabold y Extrabold Italic), contiene 897 caracteres que incluyen mayúsculas, minúsculas, números, glifos, ligaduras y acentos y los alfabetos latino, griego y cirílico.

AÁaá Bb Cc Dd EÉeé Ff
 Gg Hh Ííí Jj Kk Ll Mm Nn
 Ññ OÓoó Pp Qq Rr Ss Tt
 UÚuúü Vv Ww Xx Yy Zz
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 . : , ; ¿ ? ¡ ! * () " # @ \$ & / - = _

LIGHT

LIGHT ITALIC

REGULAR

ITALIC

SEMIBOLD

SEMIBOLD ITALIC

BOLD

BOLD ITALIC

EXTRABOLD

EXTRABOLD ITALIC

²⁸ Steve Matteson. Open Sans. Google Fonts. Acceso el 19 de agosto de 2020, <https://fonts.google.com/specimen/Open+Sans#standard-styles>



Con este capítulo se concluyen las etapas de planificación y definición de las premisas y códigos de diseño para el planteamiento de la campaña de divulgación digital para el centenario.

A continuación se presentará la producción gráfica, que se compone de 3 niveles de visualización y sus respectivas validaciones para llegar a un resultado eficiente y atractivo visualmente para el GO. Así como la justificación y los lineamientos para la buena práctica de dicha campaña.



Producción Gráfica Y VALIDACIONES

6.1. Nivel de Visualización 01

6.2. Validación Nivel 01

6.3. Nivel de Visualización 02

6.4. Validación Nivel 02

6.5. Nivel de Visualización 03

6.6. Validación Nivel 03

6.7. Propuesta Final

6.8. Justificación

6.9. Lineamientos para
la Puesta en
Práctica

6.10. Aporte Económico
del estudiante a la
Institución

6.1. NIVEL DE VISUALIZACIÓN 01

El primer nivel de visualización consiste en bocetar a mano con el fin de recabar distintas ideas para las propuestas que pasarán a ser digitalizadas. A continuación se presentarán los bocetos para el logotipo de los 100 años y para la línea gráfica para la campaña de los 100 años.

6.1.1. BOCETAJE PARA PROPUESTA #01 DE LOGOTIPO

• REFERENTE VISUAL 01



Fig. 46: Foliolo de la hoja de pacaya

• BOCETOS

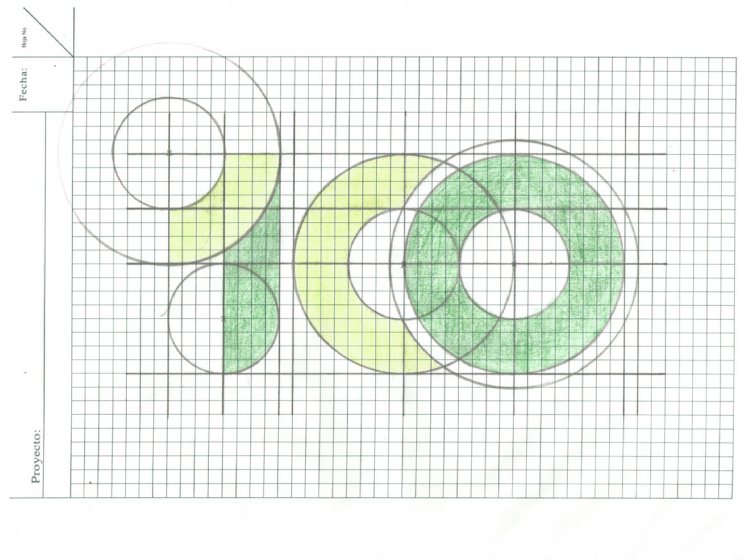


Fig. 47: Boceto del ícono "100"

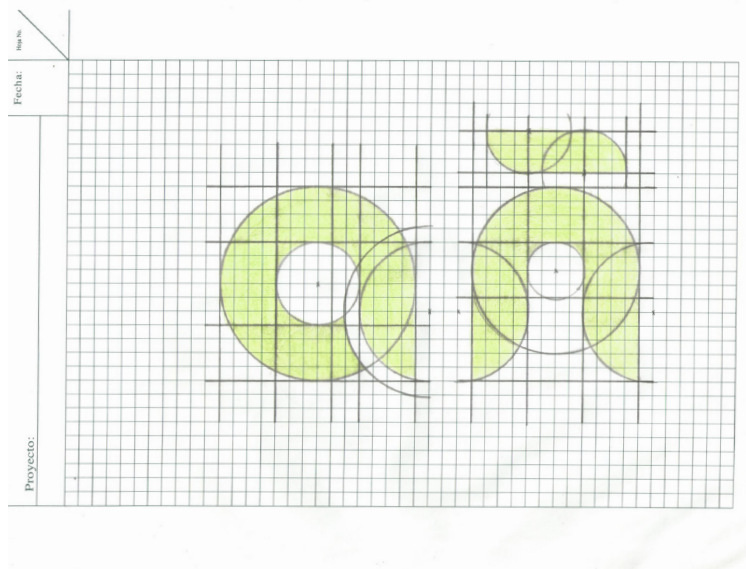


Fig. 48: Boceto para la palabra "años"

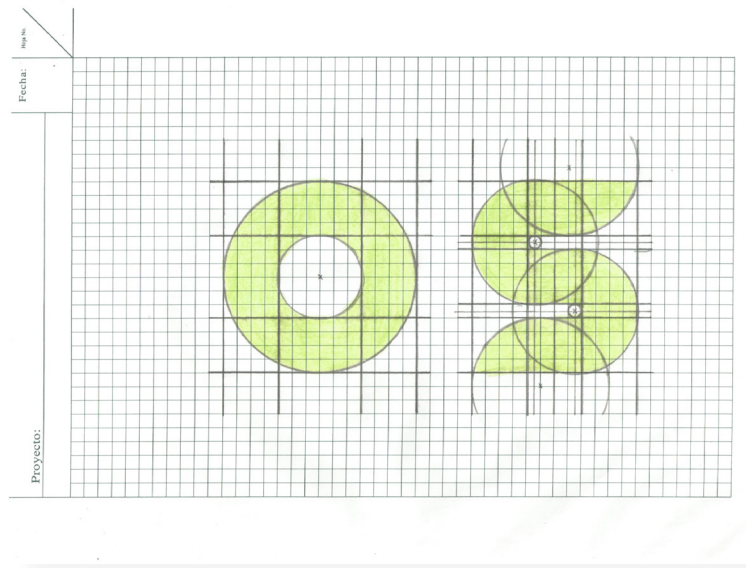


Fig. 49: Boceto para la palabra "años"



JUSTIFICACIÓN

La hoja de referencia del logotipo institucional del Jardín Botánico es una hoja de pacaya. Para mantener una misma línea, las terminaciones de las letras de todo el ícono están inspiradas en el folíolo (piezas separadas que se encuentran en el limbo de una hoja compuesta). Se utilizó un estilo geométrico para que su legibilidad sea eficiente desde distintas dimensiones.

6.1.2. BOCETAJE PARA PROPUESTA #02 DE LOGOTIPO

• REFERENTE VISUAL 02



Fig. 50: Portones laterales del Jardín Botánico

• BOCETOS

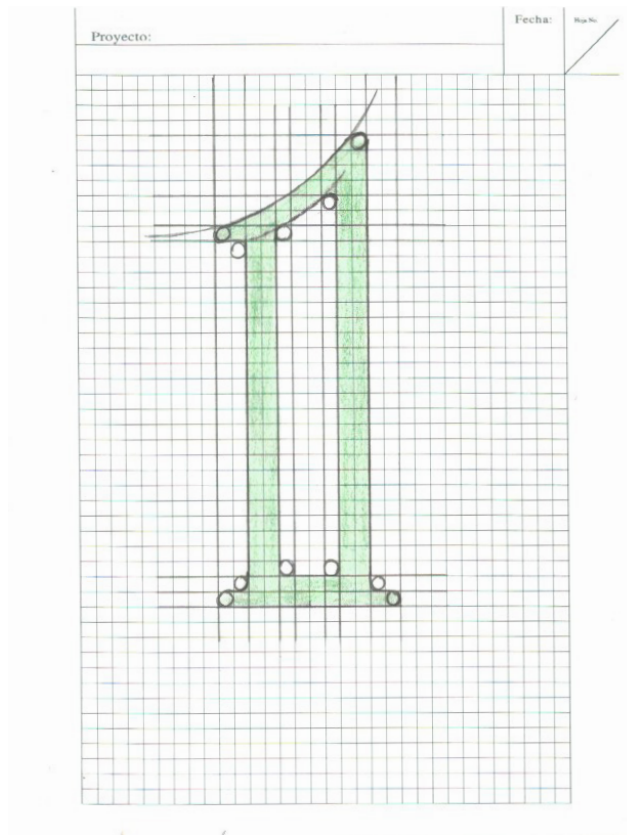


Fig. 51: Boceto del "1" para el ícono del "100"

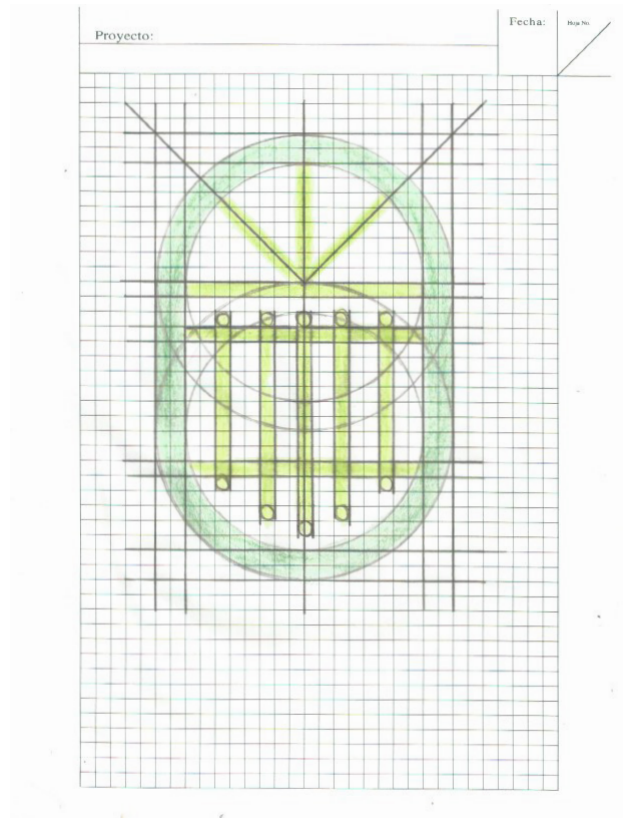


Fig. 52: Boceto del "0" para el ícono del "100"



JUSTIFICACIÓN

En esta propuesta el objetivo es realzar a uno de los elementos patrimoniales más representativos del Jardín Botánico. En este caso se eligieron los portones que están en los laterales de las instalaciones de la institución.

6.1.3. BOCETOS PARA LA LÍNEA GRÁFICA DE CAMPAÑA

Basándose en el concepto seleccionado "*Germinaciones Antípodas*" la línea gráfica para la campaña pretende hacer que el grupo objetivo identifique al Jardín Botánico como un sitio en donde, no solo hay biodiversidad, sino también patrimonios culturales. Se hará una fusión de los mismos elementos de manera armónica tanto iconográfica, como tipográfica y cromática. En tal caso, para llevar a cabo una línea adecuada se seleccionaron algunas plantas representativas del Jardín Botánico para enfatizar al máximo en sus diferentes colecciones de familias y especies de flora.

Plantas seleccionadas:

- *Psidium guajava*
- *Pimenta dioica*
- *Chamaedorea tepejilote*
- *Monstera deliciosa*
- *Cinnamomum zeylanicum*
- *Heliconia collinsiana*
- *Eucalyptus*
- *Eichhornia crassipes*
- *Euphorbia ingens*

Monumentos seleccionados:

- La Chata
- Carl Nilsson Linnæus
- La Gárgola

• BOCETOS



Fig. 53: Boceto de la "h"



Fig. 54: Boceto de la "c"

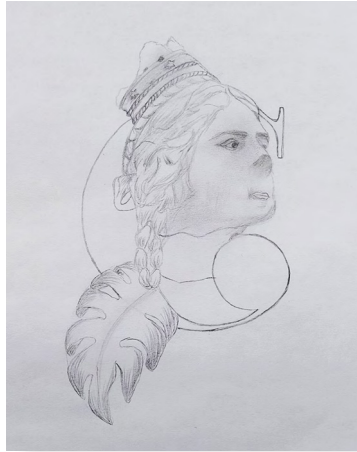


Fig. 55: Boceto de la "c"



Fig. 56: Boceto de la "m"

6.1.4. BOCETOS PARA LA DIAGRAMACIÓN DE LOS POSTERS INFOGRÁFICOS

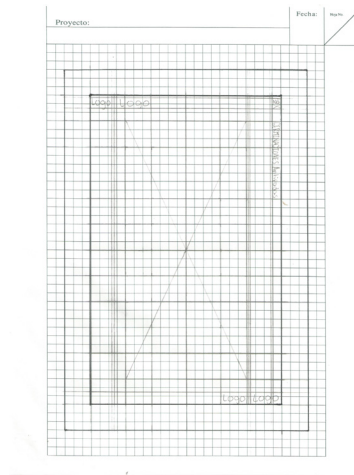


Fig. 57: Diagramación para galería de posters infográficos

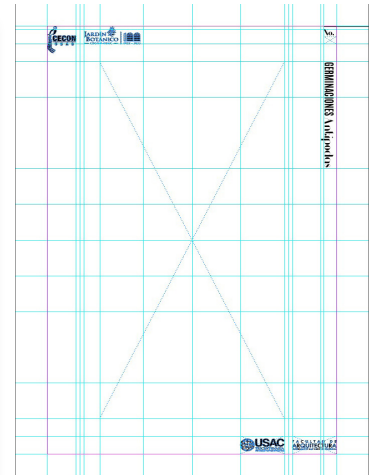


Fig. 58: Diagramación digitalizada para galería de posters infográficos

6.1.5. BOCETOS PARA LA DIAGRAMACIÓN DE LOS POSTS EN REDES SOCIALES

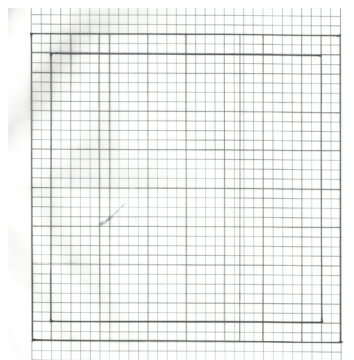


Fig. 59: Diagramación para post de redes sociales

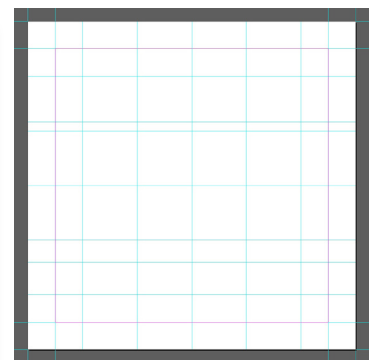


Fig. 60: Diagramación digitalizada para post de redes sociales

6.1.6. BOCETOS PARA LA DIAGRAMACIÓN DE LA GUÍA DE CAMPAÑA

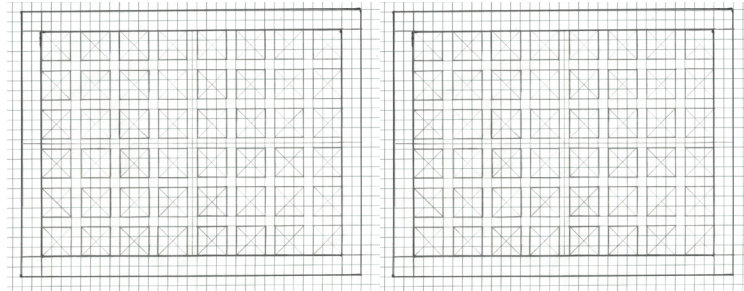


Fig. 61: Boceto de diagramación de páginas internas para guía de campaña

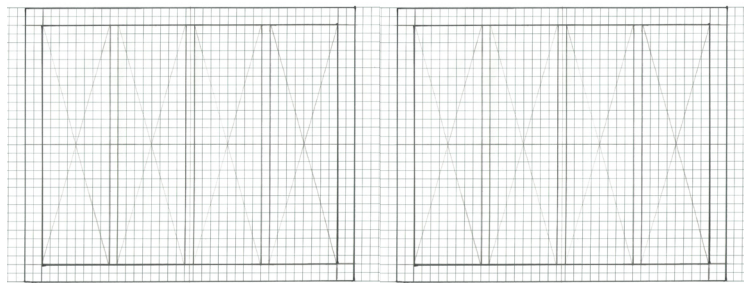


Fig. 62: Boceto de diagramación de páginas portadillas para guía de campaña

6.2. VALIDACIÓN NIVEL 01 (VER ANEXO 3)

6.2.1. AUTOEVALUACIÓN

Material a evaluar

- Bocetos de logotipo para los 100 años

Se sometieron ambas propuestas de logotipo a una autoevaluación para seleccionar el que mejor puntaje obtenga y detallar más su producción durante el proceso de digitalización.

La opción elegida será la 2.^a porque es la que mejor se adapta al concepto creativo seleccionado anteriormente. Puesto que el logotipo institucional del Jardín Botánico ya cuenta con un elemento iconográfico del patrimonio natural, al combinar un elemento patrimonial cultural, como lo son los portones, se obtiene una representación clara de "germinaciones antípodas", en vista de que se logra apreciar la diversidad patrimonial que el Jardín Botánico posee.

6.3. NIVEL DE VISUALIZACIÓN 02

En este nivel de visualización se digitalizaron los bocetos para obtener una mejor visualización de las propuestas y detallar a profundidad en la que sea mejor considerada dentro del grupo focal con profesionales del diseño al que se someterán para una mejor crítica.

6.3.1. DIGITALIZACIÓN DE PROPUESTA #01 PARA LOGOTIPO

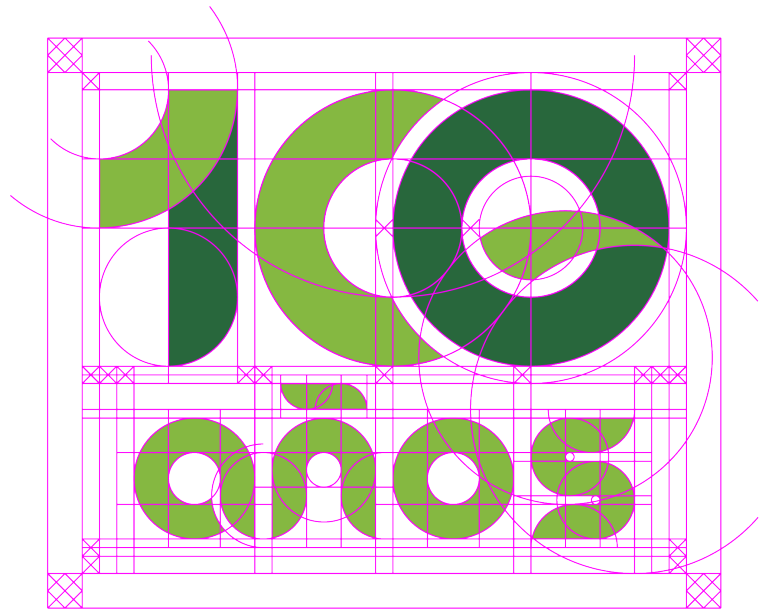


Fig. 63: Digitalización de la propuesta #01 para el logotipo de los 100 años

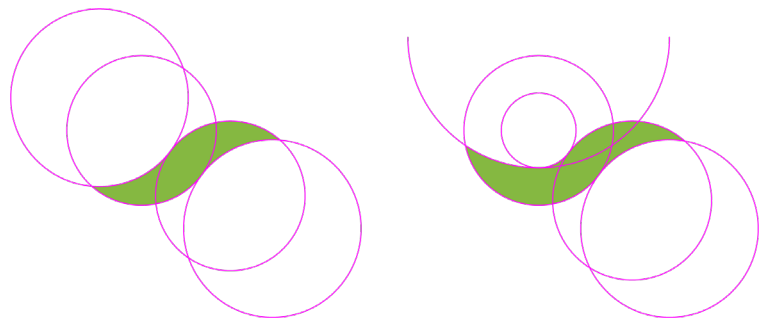


Fig. 64: Digitalización de elementos que conforma la propuesta del logotipo

6.3.2. DIGITALIZACIÓN DE PROPUESTA #02 PARA LOGOTIPO



Fig. 65: Digitalización A de la propuesta #01 para el logotipo de los 100 años



Fig. 66: Digitalización B de la propuesta #01 para el logotipo de los 100 años



Fig. 67: Digitalización C de la propuesta #01 para el logotipo de los 100 años



Fig. 68: Digitalización D de la propuesta #01 para el logotipo de los 100 años



Fig. 69: Digitalización E de la propuesta #01 para el logotipo de los 100 años

6.3.3. DIGITALIZACIÓN DE LA LÍNEA GRÁFICA DE CAMPAÑA



Fig. 70: Digitalización de posters infográficos con la línea gráfica de la campaña

6.4. VALIDACIÓN NIVEL 02 (VER ANEXO 4)

6.4.1. PROFESIONALES DEL DISEÑO GRÁFICO

Se sometió la propuesta "A" de logotipo y los pósters info-gráficos a una evaluación mediante dos grupos focales: uno con los estudiantes del 10º. (*ver anexo 5*) semestre de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la USAC y otro con un grupo de 3 diseñadores (*ver anexo 6*) profesionales que se desempeñan en el área:

Material a evaluar:

- Logotipo para los 100 años
- Pósters Infográficos

PERFIL DE LOS DISEÑADORES

LICDA. YAZMÍN RAMÍREZ
DISEÑADORA GRÁFICA
EN LEO BURNETT

LIC. ENRIQUE LÓPEZ
DISEÑADOR GRÁFICO EN
CREATIVE PARTNERS

LIC. DANIEL GONZÁLEZ
DISEÑADOR GRÁFICO EN
CREATIVE PARTNERS

• LOGOTIPO PARA LOS 100 AÑOS

Aspectos a evaluar:

- Memorabilidad
- Uso tipográfico
- Uso cromático
- Construcción del logotipo
- Composición gráfica
- Abstracción
- Legibilidad

GRUPO FOCAL CON ESTUDIANTES DE 10º SEMESTRE DE DISEÑO GRÁFICO



Los comentarios fueron:

- *"Intenta con otros colores".*
- *"Podrías probar que los ceros '0' también tengan el mismo contorno que el '1'".*
- *"Adelgazá más las líneas y aumentar los espacios entre las mismas para que se distingan en su versión más reducida".*

GRUPO FOCAL CON DISEÑADORES GRÁFICOS



Los comentarios fueron:

- *"Me gusta la opción A, pero habría que sintetizarla más".*
- *"Sobre el tipo de fuente utilizado en la palabra 'años', considero que no está relacionada con el logo original del Jardín Botánico y entonces no se visualiza como una integración sino como algo adicional".*
- *"Me gusta la opción 'A', ya que hace mejor referencia a que son portones y sí se entiende que representan iconográficamente a los cerros".*
- *"Podrías trabajar con tipos de fuente similares al del logo original".*
- *"Podrías hacer una versión con los años 1922-2022 y quitar la palabra 'años', ya que se sobre entiende que se trata de '100 años' únicamente con la cronología".*



Finalmente se seleccionó la opción A, a la que se la aplicarán los cambios durante el proceso del nivel de visualización 03.

• PÓSTERS INFOGRÁFICOS

Aspectos a evaluar:

- Memorabilidad
- Uso tipográfico
- Uso cromático
- Diagramación
- Calidad fotográfica
- Edición fotográfica
- Composición gráfica
- Puntualidad
- Abstracción
- Legibilidad

GRUPO FOCAL CON ESTUDIANTES DE 10º SEMESTRE DE DISEÑO GRÁFICO



Los comentarios fueron:

- *"La tipografía que estás utilizando se ajusta re bien a lo que estás trabajando".*
- *"Intenta poner más grande los logos para resaltar mejor el de los 100 años".*

GRUPO FOCAL CON DISEÑADORES GRÁFICOS



Los comentarios fueron:

- *"Me gusta la idea, justo representa al concepto creativo que seleccionaste".*
- *"Es lindo, pero no creo que las iniciales sean tan significativas porque a simple vista genera un poco de confusión, probá con algo más relevante para la institución".*
- *"Veo muy bien la edición de fotografías, pero creo que sí deberías implementar el uso de luces y sombras porque son elementos naturales y realistas, así conseguirás darle más vida y realzar cada pieza que compone la composición".*
- *"Si las mariposas u otros animales no están haciendo referencia informativa, creería que mejor te enfocaras solo en plantas".*



Debido a los cambios que se solicitaron se volverá a realizar un proceso de bocetaje y digitalización con las sugerencias que se obtuvieron.

6.5. NIVEL DE VISUALIZACIÓN 03

En esta fase se realizan los cambios sobre las sugerencias y comentarios anteriormente recabados con la validación del nivel 02. Posteriormente se hará una tercera y última evaluación para lograr las piezas finales.

6.5.1. LOGOTIPO DE LOS 100 AÑOS

Se realizó una mejor abstracción de ícono, se redujeron los espacios entre cada línea y se engrosaron las líneas para que al momento de imprimir, la tinta no se empaste y se reproduzca sin ningún problema.

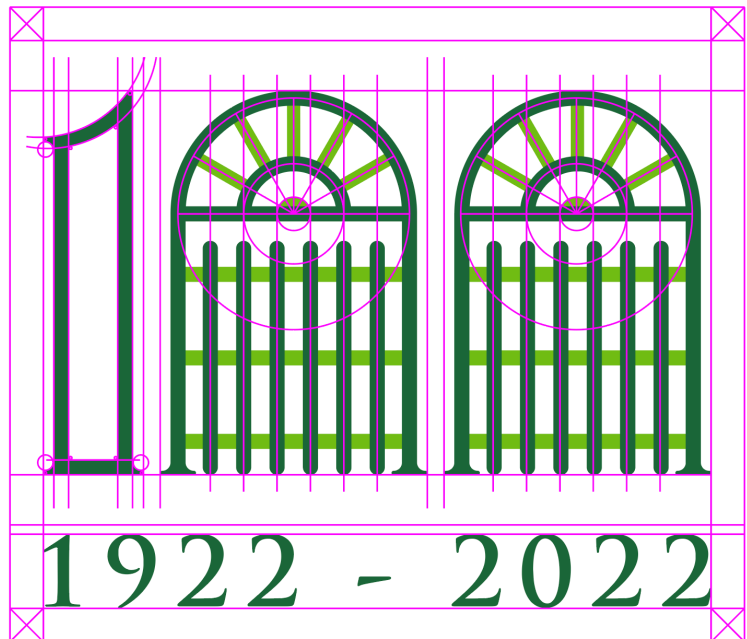


Fig. 71: Logotipo de los 100 años

Para no perder la noción de que el logotipo de los 100 años es propio del Jardín Botánico se ha estipulado que su uso será exclusivamente junto al de la institución. Puesto que el logotipo institucional del Jardín Botánico ya cuenta con un manual de normas gráficas; por lo que el logotipo de los 100 años se adherirá a su normativo en cuanto a colores, dimensiones, espacios de respeto y usos correctos y no correctos del logotipo.



Fig. 72: Construcción del logotipo de los 100 años en su versión unificada con el logo institucional del Jardín Botánico



Fig. 73: Logotipo de los 100 años en su versión unificada con el logo institucional del Jardín Botánico

6.5.2. SEGUNDO PROCESO DE BOCETAJE PARA LOS NÚMEROS DE LA CRONOLOGÍA (1922 - 2022)

Se optó por elaborar una serie de pósters infográficos utilizando la cronología "1922 - 2022" para que sea más representativo y exista una conexión entre cada uno de los pósters infográficos.

Con el listado de plantas, anteriormente mencionado, se realizaron composiciones utilizando algunas plantas parecidas con las que se podrían elaborar los bocetos de los ejemplares a escala, y así, conseguir una fusión logrando adaptar las formas de las hojas / flores a la construcción de la tipografía. De esta manera también se consiguió evaluar las luces y sombras que se proyectan al momento de entrelazar las hojas con la tipografía y con el fondo.



Fig. 74: Composición natural para el "1922" de los pósters infográficos



Fig. 75: Composición natural para el "2022" de los pósters infográficos

• BOCETOS

1922

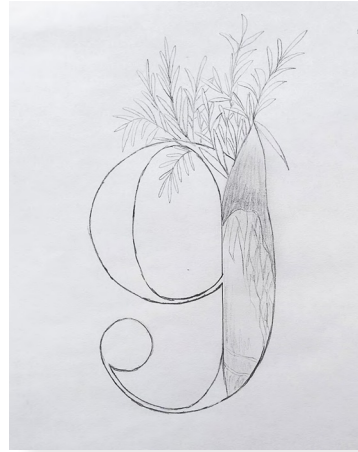
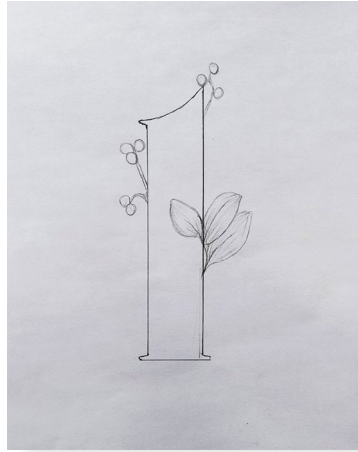


Fig. 76: Boceto de "1922" de los pósters infográficos

2022

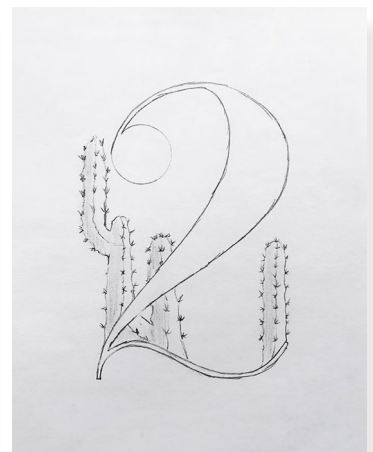


Fig. 77: Boceto de "2022" de los pósters infográficos

6.5.3. SEGUNDA DIGITALIZACIÓN DE LA LÍNEA GRÁFICA DE CAMPAÑA

1922



Fig. 78: Digitalización de las propuestas de pósters infográficos con la línea gráfica de la campaña -1922-

1922



Fig. 79: Digitalización de las propuestas de pósters infográficos con la línea gráfica de la campaña -2022-

6.6. VALIDACIÓN NIVEL 03 (VER ANEXO 7)

6.6.1. CLIENTE Y GO

Material a evaluar

- Logotipo para los 100 años
- Pósters Infográficos

Se sometieron las propuestas de logotipo y los pósters infográficos a una evaluación mediante dos grupos focales, uno con las representantes del Jardín Botánico (*ver anexo 8*) y el otro con un grupo de 5 estudiantes del 8º. semestre de Biología de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la USAC y 5 estudiantes del 6º y 8º. semestre de la Facultad de Agronomía de la USAC (*ver anexo 9*).

PERFIL DE LAS REPRESENTANTES

MSc. CAROLINA ROSALES
COORDINADORA DEL
JARDÍN BOTÁNICO

LIC. ALBINA LÓPEZ
AUXILIAR DE
INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

• LOGOTIPO PARA LOS 100 AÑOS

Aspectos a evaluar:

- Memorabilidad
- Uso tipográfico
- Uso cromático
- Construcción del logotipo
- Composición gráfica
- Abstracción
- Legibilidad

GRUPO FOCAL CON LAS REPRESENTANTES DEL JARDÍN BOTÁNICO



Los comentarios fueron:

- "Me gusta, si se logra identificar que son los portones del Jardín Botánico."
- "Me gusta que lleve algo muy representativo de nuestra institución porque al final de eso se trata, de que nos sintamos identificados."

GRUPO FOCAL CON EL GO



Los comentarios fueron:

- *"Sí se entiende que dice 100 años".*
- *"Me gusta mucho, no le cambiaría nada".*
- *"Combinan mucho los dos logos, creo que sí hay unidad entre ambos".*
- *"Sí me hizo recordar a los portones del Jardín Botánico".*

• PÓSTERS INFOGRÁFICOS

Aspectos a evaluar:

- Memorabilidad
- Uso tipográfico
- Uso cromático
- Diagramación
- Calidad fotográfica
- Edición fotográfica
- Composición gráfica
- Puntualidad
- Abstracción
- Legibilidad

GRUPO FOCAL CON LAS REPRESENTANTES DEL JARDÍN BOTÁNICO



Los comentarios fueron:

- *"Linda la propuesta, me gusta".*
- *"Hay que agregar el logo del CECON".*
- *"Me gusta que cada planta lleve su nombre científico, solo hay que ponerlo en cursiva".*
- *"Habrá que hacer algunos cambios en el texto, en donde especifica a la familia a la que pertenece cada uno, veo algunos errores, pero es solo de texto, el diseño nítido".*

GRUPO FOCAL CON EL GO



Los comentarios fueron:

- *"Me gusta la paleta de colores que utilizaste, me hace sentir que estoy en el lugar".*
- *"Qué lindo que además de bonito te de información bien específica e importante".*
- *"Se entiende re bien la tipografía, no hay que esforzarse para lograr comprenderlo".*
- *"Veo muy limpio todo el entorno, hasta se siente fresco".*
- *"Me gusta que entre todos formen una fecha importante, es como una colección no solo de plantas sino de historia a través de los años".*

6.7. PROPUESTA FINAL

Las propuestas finales que completarán la campaña se componen de dos partes:

01. Logotipo de los 100 años

02. Campaña de divulgación digital para los 100 años del Jardín Botánico, la cual tendrá una guía con los instructivos pertinentes acordes a cada una de las siguientes fases:

- **Expectativa:** serie de 5 posts y stories para redes sociales (Facebook e Instagram)
- **Lanzamiento:** portada para Facebook con el logotipo de los 100 años, video revelativo de 1 minuto con datos relevantes sobre el centenario del Jardín Botánico, serie de post para redes sociales mediante la función de Carrusel de Facebook Adds.
- **Mantenimiento:** Posters infográficos, video introductorio con cuenta regresiva para conferencias virtuales, serie de templates para las conferencias y documentos que se llevarán a cabo dentro de las actividades de conmemoración del centenario.

6.7.1. LOGOTIPO DE LOS 100 AÑOS



Fig. 80: Logotipo del Jardín Botánico con el de los 100 años

• VARIACIONES DEL LOGOTIPO

Las variaciones que son aplicables al logotipo son únicamente de color. Tomando en cuenta que estas también estarán basadas y adheridas a las variaciones que contempla el normativo del logotipo institucional del Jardín Botánico.

Algunas opciones son:

- A. Logotipo en un color: Pantone 349 C
- B. Logotipo en un color: Pantone 368 C
- C. Fondo oscuro: logotipo blanco
- D. Fondo claro: logotipo negro
- E. Fondo negro: logotipo blanco
- F. Fondo blanco logotipo negro
- G. Fondo gris logotipo gris



Fig. 81: Versiones de Logotipo del Jardín Botánico con el de los 100 años

• POSIBLES APLICACIONES DEL LOGOTIPO

Dado que el logotipo para el centenario se adaptó al logotipo institucional del Jardín Botánico, también podrá reproducirse de manera impresa, de acuerdo a las necesidades de la institución. A continuación ejemplos de sus posibles aplicaciones.

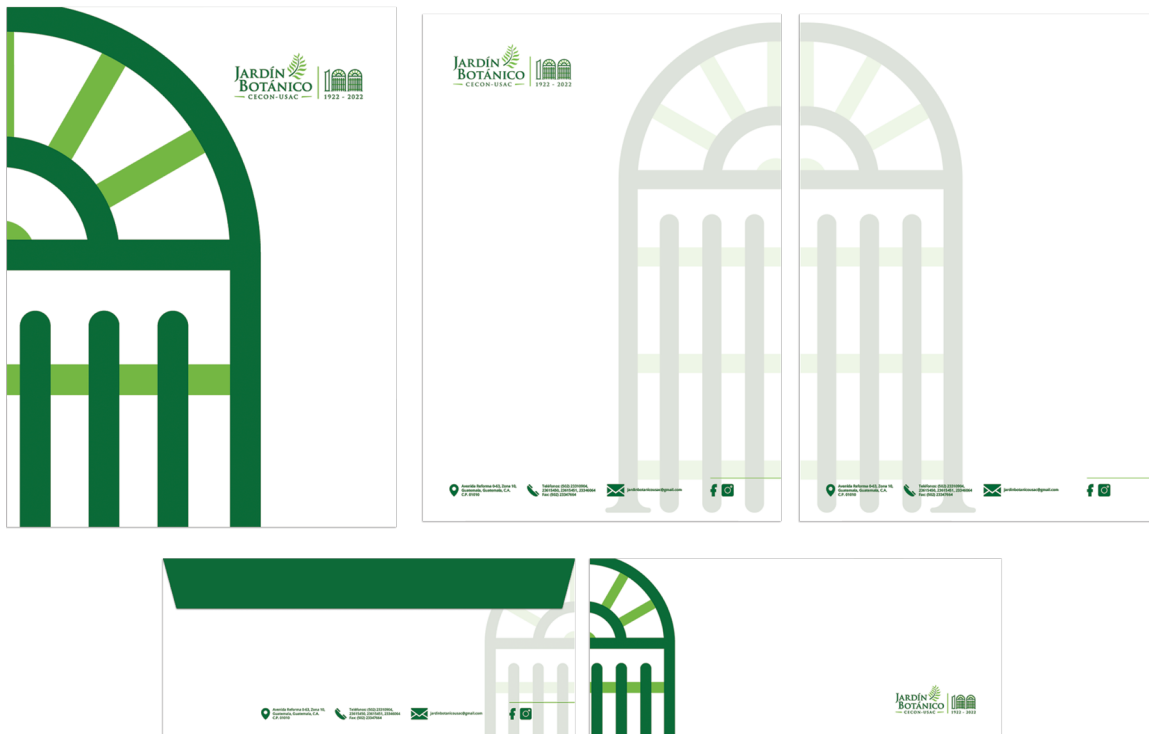


Fig. 82: Aplicación en papelería corporativa



Fig. 83: Aplicación del logos en sello



Fig. 84: Aplicación de logos en pines metálicos y botones



Fig. 85: Aplicación de logos en gafetes



Fig. 86: Aplicación de logos en calendario para escritorio



Fig. 87: Aplicación de logos en tazas



Fig. 88: Aplicación del logo en separadores

6.7.2. CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN DIGITAL PARA LOS 100 AÑOS DEL JARDÍN BOTÁNICO

1

EXPECTATIVA: En esta fase de la campaña se pretende generar en el GO curiosidad por medio de una cuenta regresiva (5, 4, 3, 2, 1) que llevará integrada una mínima parte de la línea gráfica para adentrar al espectador en lo que acontecerá próximamente.

- **Post de cuenta regresiva:** Se publicará una sucesión de números desde 5 a 1 cada día, mediante post y stories de Facebook e Instagram a partir de 5 días previo a lanzar el anuncio de las actividades de conmemoración. (La fecha de inicio queda a criterio del Jardín Botánico, puesto que la campaña quedará sujeta a las disposiciones de la institución y de la calendarización de actividades.)

f VISUALIZACIÓN DE LOS POST EN FACEBOOK



Fig. 89: serie de post de expectativa para Facebook



VISUALIZACIÓN DE LOS POSTS EN INSTAGRAM

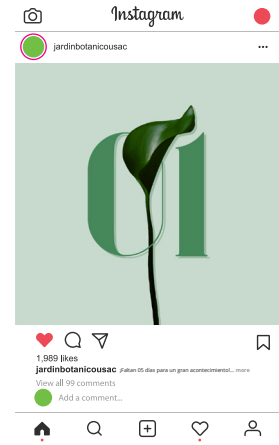
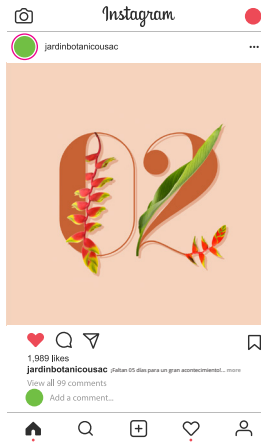
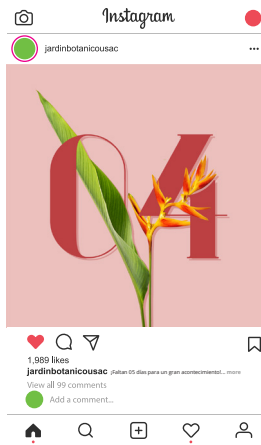


Fig. 90: serie de post de expectativa para Instagram

f **o** **VISUALIZACIÓN DE LAS STORIES**



Fig. 91: serie de stories de expectativa para Facebook e Instagram



2

LANZAMIENTO: En la etapa de lanzamiento de la campaña se revelará al GO el acontecimiento conmemorativo del centenario para dar paso a las actividades que acompañarán dicho evento de celebración.

- **Portada de Facebook:** Diseño bajo la línea gráfica de la campaña, acompañada del logo de los 100 años.

f VISUALIZACIÓN DE PORTADAS DE FACEBOOK

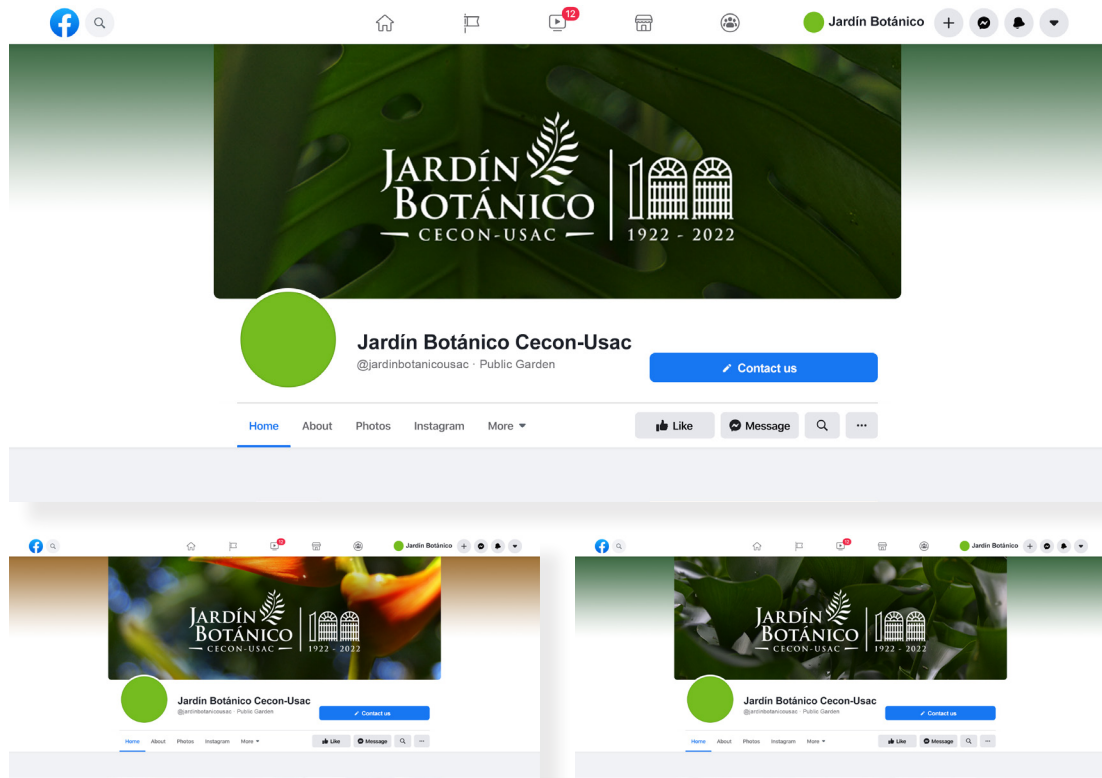


Fig. 92: serie de portadas para el lanzamiento en Facebook



VISUALIZACIÓN DE PORTADAS DE YOUTUBE

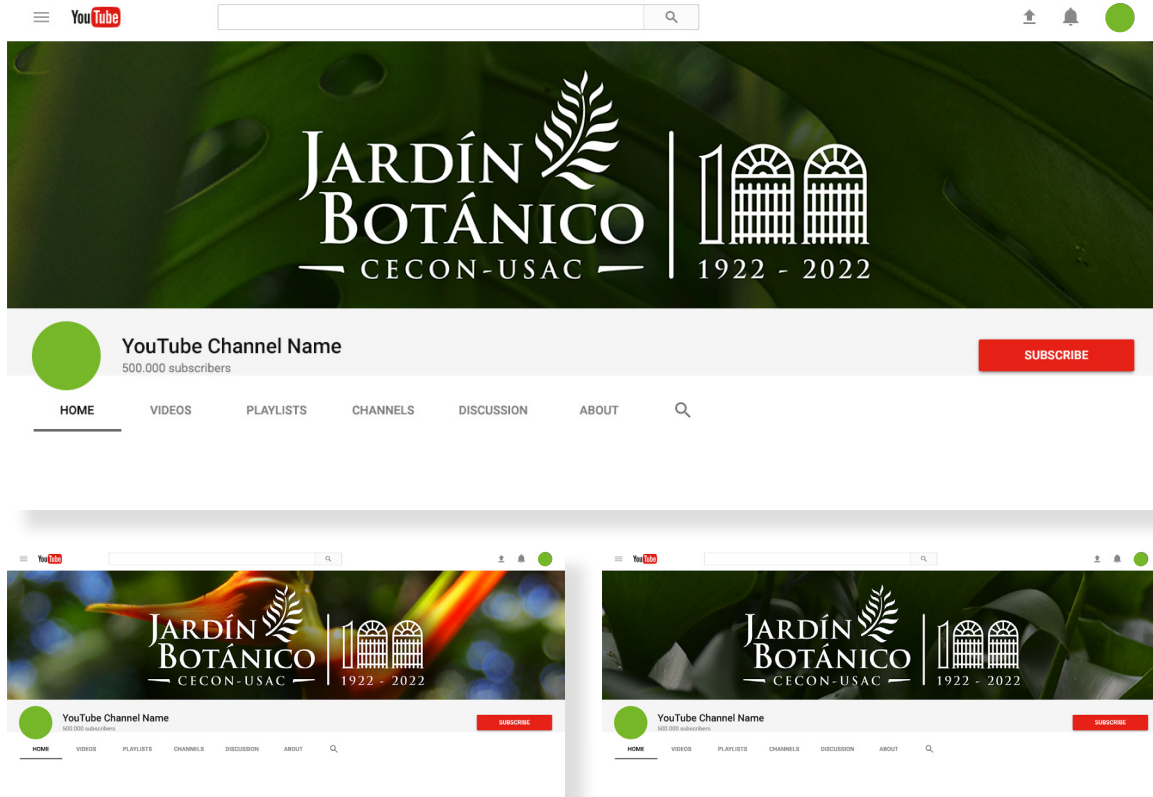


Fig. 93: serie de portadas para el lanzamiento en YouTube

- **Video Reseña Histórica:** El video tiene una duración de 02:00 minutos el cual se publicará en YouTube, para que este pueda compartirse en otras redes sociales del Jardín Botánico mediante un link. De esta manera se garantizará que el video se compartirá cuantas veces sea necesario sin tener que publicarlo nuevamente.

 **VISUALIZACIÓN DEL VIDEO EN YOUTUBE**



Fig. 94: video revelativo para YouTube

3

MANTENIMIENTO: Con esta fase se pretende que el GO interactúe de manera directa con el Jardín Botánico mediante las actividades que estarán programadas. Por lo tanto, el contenido que se compartirá estará basado bajo la misma línea gráfica e incluyendo el logo del 100 años del Jardín Botánico.

- **Posts en Carrusel:** Se publicará mediante la función carrusel de Facebook Ads y las publicaciones en secuencia de Instagram. El primero será el que conforma el año de fundación: "1922"; y el segundo será el que acontece el cumplimiento de los 100 años: "2022".

f VISUALIZACIÓN DE LOS POSTS EN CARRUSEL DE FACEBOOK

1922



2022

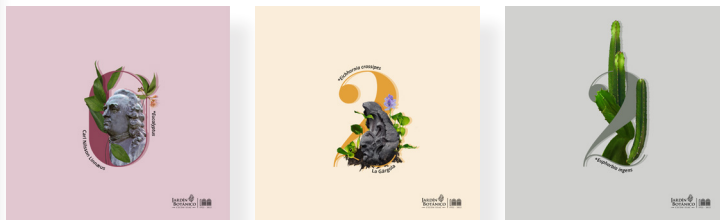
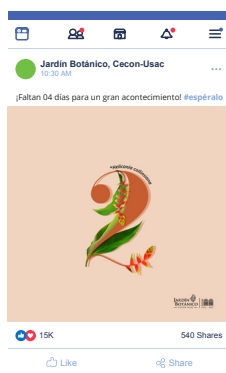


Fig. 95: serie de post de lanzamiento en carrusel de Facebook



VISUALIZACIÓN DE LOS POSTS EN CARRUSEL DE INSTAGRAM

1922



2022

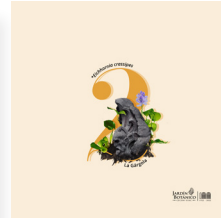


Fig. 96: serie de post de lanzamiento en carrusel de Instagram

- **Pósters infográficos:** Colección de 8 pósters infográficos coleccionables e impresos que se darán durante las actividades presenciales del Jardín Botánico. También se podrán hacer uso de los mismos de manera digital por medio de las redes sociales y del sitio web si la institución lo requiere.

VISUALIZACIÓN DEL LOS PÓSTERS INFOGRÁFICOS



Fig. 97: pósters infográficos -1022-

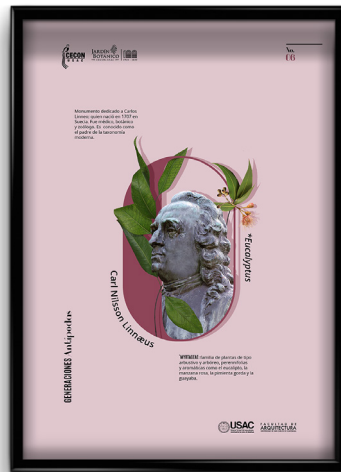


Fig. 98: pósters infográficos -2022-

- **Video Introductorio para conferencias:** Video introductorio con cuenta regresiva para las conferencias virtuales que se presentarán en las redes sociales.

 **VISUALIZACIÓN DEL VIDEO
INTRODUCTORIO PARA
CONFERENCIAS**



Fig. 99: video introductorio para conferencias virtuales

- **Plantillas para conferencias:** Serie de plantillas para las presentaciones y conferencias virtuales que se presentarán en las redes sociales.



VISUALIZACIÓN DEL LOS TEMPLATES PARA CONFERENCIAS



Fig. 100: plantillas para presentaciones y conferencias virtuales

6.8. JUSTIFICACIÓN

6.8.1. COLOR

Para los pósters infográficos se utilizará el modelo de impresión CMYK.



Para el contenido que se publicará en el Social Media se utilizará el modelo aditivo RGB (Red, Green, Blue):



Para el logotipo de los 100 años se utilizaron los mismos verdes que el logotipo actual del Jardín Botánico. Mientras que para la línea gráfica de la campaña, se ha establecido una paleta de 12 colores para tener una gama amplia en tonos fríos y cálidos que representen la variedad de colores que posee la diversidad de flora. Dicha paleta está inspirada en el Art Deco, movimiento que tuvo influencia tanto en la arquitectura como en el arte a inicios del siglo XX.

	#	R	G	B	C	M	Y	K
JB1 PANTONE 368 C	76b72a	118	184	42	60	0	100	0
JB2 PANTONE 349 C	006937	0	105	56	90	32	93	24
A	7e5f3e	127	96	63	35	50	70	40
B	e5a337	230	163	55	10	40	85	0
C	c56033	197	96	51	20	70	85	5
D	ba3e3f	186	62	63	20	85	70	10
E	914759	146	71	90	30	75	40	30
F	605a7e	97	90	127	70	65	30	10
G	34587c	52	88	124	85	60	30	15
H	36819b	55	129	155	75	30	25	15
I	448758	68	135	89	75	25	15	10
J	2f664e	48	103	79	80	35	70	30
K	626b4c	98	108	76	60	40	70	30
L	7c756c	124	117	109	45	40	45	30

6.8.2. TIPOGRAFÍA

- **Logotipo de los 100 años:** Trajan Pro es la tipografía que el Jardín Botánico estipula dentro de su manual de normas gráficas como la tipografía institucional, por lo que en el logotipo es esta la tipografía que se utiliza. En razón de lo anterior, esta misma se utilizará para la creación del logotipo de los 100 años con el fin de que exista unidad entre ambos logotipos.

TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL / LOGOTIPO

TRAJAN PRO

- **Campaña de divulgación digital para los 100 años:** Para la campaña se utilizaron 3 distintos grupos tipográficos para lograr una armonía entre las mismas:

COMPOSICIONES TIPOGRÁFICAS

Argö Old

Se ha escogido esta tipografía por sus rasgos y su creación inicialmente inspirada en el Art Deco (uno de los estilos arquitectónicos que tuvo mayor auge en el siglo XX y por el cual muchos de los edificios de Guatemala están inspirados), también contiene en sus ascendentes una temática medieval que permite la fluidez y versatilidad al momento de manipular la tipografía en las composiciones. En su construcción geométrica se percibe la influencia de este movimiento artístico, por lo cual se percibe visualmente atractiva dentro de una composición tipográfica combinada con una tipografía sans serif, como lo es Open Sans.

TITULARES GENERALES

ANTONIO

SUBTÍTULOS Y TEXTOS

OPEN SANS

Para los textos titulares se utilizó la tipografía "Antonio", debido que esta ayuda a mantener una jerarquía estética por sus características sans serif y gracias a que es una tipografía con rasgos condensados. Por ser una tipografía display se utilizará únicamente para titulares.

Para los subtítulos y textos en general se utilizó la tipografía "Open Sans", porque es un tipo de letra sans serif humanista, lo cual la hace una tipografía bastante legible y adaptable a interfaces digitales e impresas.

30 PTS ESTE ES UN TITULAR

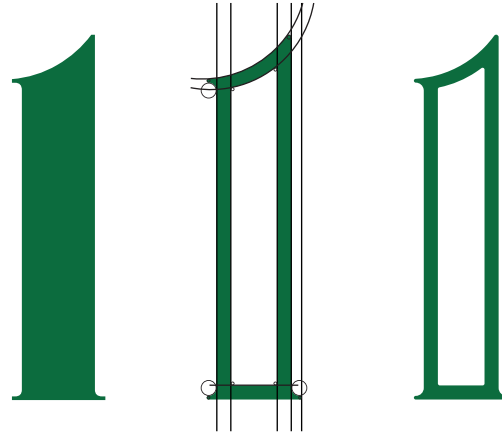
14 PTS ESTE ES UN SUBTITULAR

10 PTS **Esto es un cuadro de texto:** Busam, totasimaxim laboribusdae cupti sitati optatemporro bernam is aut ipsa custio. Et doluptatiur, non etur sitioris et eum sum fugia delliqu untiorum rero dest et lantor aut voluptate planihilitio moluptatem inctem que de volorio volessi tibusti que nus, consendelest laboresto mollupt atiore dolupta tendeli gendis dusant restis del es alit por reperum eosanime eos si se connime repedis.

6.8.3. ICONOGRAFÍA

- **Logotipo de los 100 años:** Se realizó el ícono de los 100 años mediante las referencias tomadas de las columnas y los portones del Jardín Botánico.

Para el "1" se tomó como base el "1" de la tipografía "Argö Old" adaptándole rasgos geométricos de las construcciones de las columnas.



Para el "0" se hizo una adaptación iconográfica de un portón. En vista de que son dos portones, cada cero representará cada uno, dando como resultado el siguiente ícono:



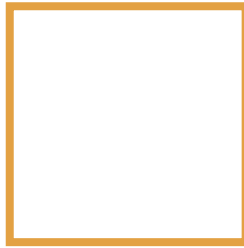
6.8.4. GRAFISMO

- **Campaña de divulgación digital para los 100 años:** Para las composiciones entre tipografía y fotografía se recortaron partes específicas de algunas plantas para resaltar sus hojas, frutos, tallos y flores. Y de esta manera fusionar con la tipografía y lograr las composiciones que se utilizaron para línea gráfica.



6.8.5. FORMATO

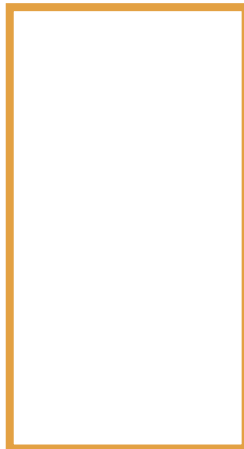
- **Dimensiones post para Facebook:** 1200 x 1200 px



- **Dimensiones portada para Facebook:** 851 x 315 px



- **Dimensiones stories:** 1080 x 1920 px



- **Dimensiones post para Instagram:** 1080 x 1080 px



- **Dimensiones video youtube:** 1920 x 1080 px



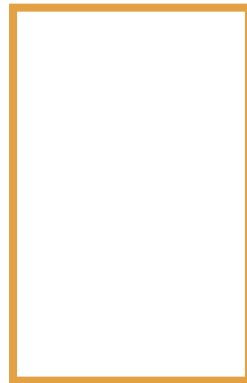
- **Dimensiones video para pantallas:** 1920 x 1080 px



- **Dimensiones templates para pantallas:** 1920 x 1080 px



- **Dimensiones pósters infográficos:** 11 x 17 pulg



6.9. LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA

Los lineamientos para la puesta en práctica son las instrucciones y los pasos a seguir para el uso correcto de los materiales trabajados para la campaña del centenario del Jardín Botánico.

6.9.1. POST EN CUENTA REGRESIVA

1. Ir a Facebook;
2. Ir a la opción de >¿Qué estás pensando?<;
3. Seleccionar >Foto/Video<;
4. Seleccionar el post que se desea compartir en ese momento;
5. Escribir el Copy que complementaría el post.
5. Seleccionar >compartir<.

6.9.2. PORTADA DE FACEBOOK

Las portadas podrán cambiarse de acuerdo a la etapa de la campaña en la que se encuentren.

1. Ir a Facebook;
2. Ir a la opción de portada<;
3. Seleccionar >Editar Portada<;
4. Seleccionar la imagen que se desea compartir en ese momento;
5. Seleccionar >compartir<.

6.9.3. VIDEO RESEÑA HISTÓRICA

1. Publicar el video en YouTube;
2. Ir a la opción de compartir de YouTube;
3. Seleccionar >Facebook<;
4. Verificar que esté en el perfil correcto (Jardín Botánico);
5. Compartir.

6.9.4. POST EN CARRUSEL

Para la creación del carrusel en Facebook ir al siguiente link: <https://www.facebook.com/business/help/547425075396856?id=563305920700338> y seguir los pasos que Facebook proporciona para realizar la publicación.

Para las publicaciones en carrusel en Instagram seguir los siguientes pasos:

1. Elige la primera foto que se va a subir;
2. Pulsa el icono de cascada de imágenes que aparece a la derecha;
3. Elegir las imágenes a publicar;
4. Publicar.

6.9.5. PÓSTERS INFOGRÁFICOS

Recomendaciones para impresión:

- Tabloide (11 x 17 pulg)
- Papel texcote
- Impresión láser

6.9.6. VIDEO INTRODUCTORIO PARA CONFERENCIAS

1. Ir a la opción >video en vivo<
2. Seleccionar >subir video<
3. Seleccionar el video
4. Copiar el link del video para compartir en otros medios
6. Empezar video

6.9.7. TEMPLATES PARA CONFERENCIAS

Los templates se pueden utilizar en los programas de Microsoft Office (Power Point, Publisher y Word) para mantener la línea gráfica de la campaña dentro de las presentaciones que se darán virtualmente.

6.10. APORTE ECONÓMICO DEL ESTU- DIANTE A LA INSTITUCIÓN

Costos Fijos	Costo
Agua	Q. 195.00
Energía eléctrica	Q. 870.00
Internet residencial	Q. 1,500.00
Teléfono celular	Q. 300.00
Costos Variables	Costo
Resma de hojas tamaño carta	Q. 50.00
Material de librería	Q. 150.00
Tintas para impresora	Q. 700.00
Equipo técnico y suministros	Q. 150.00
Transporte	Q. 600.00
Procesos de Diseño	Costo
Planeación operativa	Q. 500.00
Investigación	
• Protocolo	Q. 2,000.00
• Perfiles	Q. 1,500.00
• Marco teórico	Q. 2,100.00
Definición Creativa	
• Planeación estratégica	Q. 3,000.00
• Insight y concepto	Q. 4,000.00
Proceso de Producción Gráfica (Visualizaciones 1, 2 y 3)	
• Diseño de logotipo para los 100 años	Q. 4,000.00
• Papelería corporativa y otras aplicaciones	Q. 2,700.00
• Toma de fotografías	Q. 6,000.00
• Edición de fotografías	Q. 4,800.00
• Diseño de campaña de divulgación digital	Q. 27,400.00
* Expectativa	
* Lanzamiento	
* Mantenimiento	
Validaciones niveles 1, 2 y 3	Q. 3,100.00

Depreciación de equipo	Q. 4,620.00
Honorarios del diseñador	Costo
Honorarios (Precio por 3 meses)	Q. 15,625.00
Impuestos	Costo
Impuestos del valor agregado (IVA)	Q. 9,761.40
TOTAL	95,621.40

Presupuesto que representa el aporte del Epesista para la institución a través de la elaboración del presente proyecto de Graduación de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



Finalmente, con este capítulo se da por terminado este proyecto dejando a la disposición del Jardín Botánico cada uno de los elementos elaborados y detallados para el buen uso dentro de la campaña de divulgación digital por el centenario de la institución.



Sin tesis DEL PROCESO

7.1. Conclusiones



7.2. Recomendaciones

7.3. Lecciones Aprendidas

7.1. CONCLUSIONES

Gracias al diagnóstico realizado, las validaciones aplicadas y los resultados obtenidos mediante el desarrollo del proyecto de grado, se cumplió el objetivo de contribuir a la conmemoración del centenario del Jardín Botánico del CECON, USAC. Lo anterior benefició directamente a la institución y se logró por medio del diseño de una campaña de divulgación digital que informará al grupo objetivo y al público en general, acerca de las actividades del aniversario. La campaña facilitará el proceso comunicativo mediante la publicación de elementos concisos, atractivos y que, a su vez, permitirán al Jardín Botánico difundir los datos científicos de los temas de su especialidad, como lo son, la botánica y la conservación de la biodiversidad de Guatemala.

La campaña digital de divulgación, diseñada especialmente para el Jardín Botánico, además de presentar unidad gráfica, incluyó la creación de contenido para dar a conocer y promover la conmemoración del centenario de la institución. La campaña consta de tres fases básicas: expectación, lanzamiento y mantenimiento, para lograr una comunicación eficiente e integración visual. Estas fases y los contenidos diseñados, se publicarán en las redes sociales para su efectiva difusión y lograr una positiva interacción entre el Jardín Botánico, el grupo objetivo y el público en general.

Mediante la intervención del diseño gráfico se obtuvo una línea visual institucional que incluyó la creación del logotipo para el centenario con sus respectivas aplicaciones en papelería corporativa e integrado dentro de la línea gráfica de la campaña digital de divulgación para el centenario del Jardín Botánico. Además, se realizaron piezas gráficas informativas y conmemorativas para la implementación en los medios digitales.

7.2. RECOMENDACIONES

7.2.1. A LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Utilizar una metodología académica más accesible para los estudiantes, induciéndolos a EPS y PG desde el 8° semestre para iniciar con el proceso de EPS en el 9° semestre, considerando que en uno solo semestre (10° semestre) el tiempo es muy limitado y no le permite al estudiante elaborar una solución más profunda y eficiente a la necesidad de comunicación visual de las instituciones.

7.2.2. A LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO, EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO Y PROYECTO DE GRADUACIÓN

Elegir un tema que sea de su gusto e interés, en el que se desenvuelvan en su especialidad del diseño gráfico para lograr un resultado satisfactorio. Además, indagar profundamente en el tema central de su proyecto de grado para obtener una idónea fundamentación teórica-visual.

Establecer una rutina y un horario funcional para lograr organizarse y cumplir en los tiempos establecidos de manera puntual y eficiente.

7.2.3. A LA INSTITUCIÓN

Mantener unidad visual en todo el material y contenido de comunicación que se pública para promover la presencia de marca y que esta obtenga impacto positivo ante el grupo objetivo.

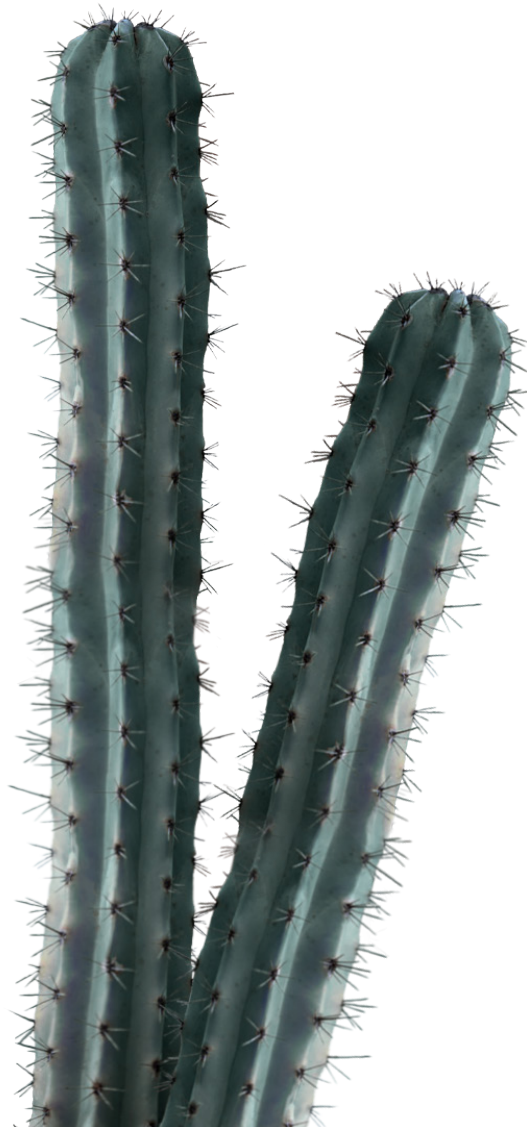
Ofrecer mayores niveles de apertura a las ideas del epesista para que exponga sus puntos de vista profesionales desde la perspectiva del diseño gráfico, permitiendo adaptar sus propuestas al área de su especialidad, con el fin de lograr una comunicación eficiente en beneficio del grupo objetivo.

7.3. LECCIONES APRENDIDAS:

Diseñar una campaña de divulgación para un proyecto de bien social no implica solamente resolver la necesidad de comunicación detectada en la institución y los requerimientos de información del grupo objetivo. Significa también, empatizar con las peticiones planteadas por los miembros de la institución que, en algunos casos, responden a su identificación o puntos de vista emocionales sobre la entidad. Lo anterior, conlleva ofrecer un producto con el cual, tanto el cliente, como al usuario y los miembros de la institución se sientan complacidos, brindando información mediada con una imagen visual que los represente y con la que se sientan identificados.

Aprendí a organizar mejor mis tiempos y a priorizar mis horarios, de acuerdo a cada una de mis responsabilidades personales, laborales y académicas para cumplir puntual y eficientemente con cada una.

Cabe mencionar que debido a la situación provocada por la pandemia del COVID-19, logré adaptarme a un ritmo y metodología de trabajo diferentes, mucho más tecnológica de lo que estaba acostumbrada; sin embargo, pese a las restricciones implementadas logré una comunicación efectiva con los responsables de mi EPS, logrando obtener claridad y solución a los requerimientos, tanto con los asesores de la Escuela de Diseño Gráfico, como de las representantes del Jardín Botánico.



Referencias Y ANEXOS

PÁGINAS WEB Y LIBROS ELECTRÓNICOS

Adams, Vernon. *Antonio. Antonio bold. Identyfont*. Acceso el 19 de agosto de 2020, <http://www.identifont.com/show?OL6>

Babarovic, Mariana. *9 personas que determinaron la historia de la botánica*. 10 abril del 2019. Acceso el 09 de agosto de 2020, <https://laderasur.com/articulo/9-personas-que-determinaron-la-historia-de-la-botanica/>

Bezares García, Beatriz. *El diseño gráfico y su importancia en la publicidad*. Especialistas Contacto Directo, 22 marzo 2018. Acceso el 13 de agosto de 2020, <https://ecd.mx/el-diseno-grafico-y-su-importancia-en-la-publicidad/>

Centro Europeo de Postgrado, Magazine. *Los 3 Niveles de la Biodiversidad*. S.f. Acceso el 15 de agosto de 2020, <https://www.ceupe.com/blog/los-3-niveles-de-la-biodiversidad.html>

Congreso de la República de Guatemala. *Decreto Número 26-97, Ley para la Protección del Patrimonio Cultural de la Nación*. Diario de Centro América, No. 46, del 12 de mayo de 1997. Acceso el 15 de febrero de 2020, https://www.congreso.gob.gt/assets/uploads/info_legislativo/decretos/1997/gtdcx26-1997.pdf

_____. *Decreto Número 81-98, Reformas al Decreto Número 26-97, Ley para la Protección del Patrimonio Cultural de la Nación*. Diario de Centro América, No. 56, del 23 de diciembre de 1998. Acceso el 15 de febrero de 2020, https://www.congreso.gob.gt/assets/uploads/info_legislativo/decretos/1998/gtdcx81-1998.pdf

Consejo Nacional de Áreas Protegidas. *Estrategia Nacional de Diversidad Biológica y Plan de Acción 2012-2022. La década de la Vida y el Desarrollo*. Noviembre de 2012. Acceso el 15 de agosto de 2020, <https://www.grepalma.org/wp-content/uploads/2018/07/Estrategia-Nacional-Diversidad-Biologica.pdf>

Espores. *La veu del Botànic. Medicina y Botánica en la Antigua Roma*. Revista de divulgación científica del Jardín Botánico de la Universidad de Valencia. 16 de diciembre 2012. Acceso el 09 de agosto de 2020, <https://espores.org/es/es-jardines/medicina-i-botanica-en-la-antigua-roma/>

García Allen, Jonathan. *Los 12 estilos de aprendizaje: ¿en qué se basa cada uno?* Psicología y Mente, s.f. Acceso el 13 de agosto de 2020, <https://psicologiymente.com/desarrollo/estilos-de-aprendizaje>
García Espínola, Marcela. *Los 8 servicios de diseño gráfico más*

solicitados en el mercado. En Paredro. 29 de octubre de 2019. Acceso el 12 de agosto de 2020, <https://www.paredro.com/servicios-de-diseno-grafico-mas-solicitados/>

Hernández Morales, Leonel Gustavo. *Origen e Historia del Jardín Botánico de la Universidad de San Carlos de Guatemala*. En: «Ciencia & Conservación USAC, Revista de Investigación y Extensión del Centro de Estudios Conservacionistas. Biodiversidad», Volumen 2, 2011-2012). pág. 8. Acceso el 15 de febrero de 2020, [http://www.infoiarna.org.gt/rediarna/2012/Red%20IARNA%2018%20\(02\)/adjuntos/revista-ciencia-conservacion.pdf](http://www.infoiarna.org.gt/rediarna/2012/Red%20IARNA%2018%20(02)/adjuntos/revista-ciencia-conservacion.pdf)

Instituto de Mercadotécnica y Publicidad, Centro de Estudios Universitarios. *Ramas del Diseño Gráfico*. S.f. Acceso el 12 de agosto de 2020, <https://www.improma.com/ramas-del-diseno-grafico/>

Instituto Nacional de Estadística. *Guatemala: Estimaciones de la Población total por municipio. Período 2008-2020*. (al 30 de junio). Acceso el 11 de abril de 2020, [http://www.oj.gob.gt/estadisticaj/reportes/poblacion-total-por-municipio\(1\).pdf](http://www.oj.gob.gt/estadisticaj/reportes/poblacion-total-por-municipio(1).pdf)

James, Anthony. *Argö typeface*. Acceso el 19 de agosto de 2020, https://www.anthonyjamesart.com/portfolio_page/argo/

Jardín Botánico, CECON, USAC. El Jardín Botánico. 5 julio 2012. Acceso el 15 de febrero de 2020, http://c3.usac.edu.gt/jardinbotanico.usac.edu.gt/public_html/?p=35

_____. «¿Quiénes somos?, Jardín Botánico». Acceso el 15 de febrero de 2020, <https://jardnbotnicousac.wordpress.com/quienes-somos/>

Juan, Alicia. *Annie Atkins: «Diariamente tenemos contacto con algo que ha sido creado por un diseñador»*. Entrevista. 27 de abril 2018. Acceso el 12 de agosto de 2020, <https://graffica.info/annie-atkins/>

_____. *Martín Satí: El diseño puede y debe cambiar la sociedad*. Entrevista. 27 de abril del 2018. Acceso el 12 de agosto de 2020, <https://graffica.info/martin-sati-dia-mundial-diseno/>

Matteson, Steve. *Open Sans*. Google Fonts. Acceso el 19 de agosto de 2020, <https://fonts.google.com/specimen/Open+Sans#standard-styles>

Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales. *Informe ambiental del Estado de Guatemala 2016.2017*. Acceso el 15 de agosto de 2020, <https://www.marn.gob.gt/Multimedios/8879.pdf>
Municipalidad de Guatemala. *Jardín Botánico de la Universidad de*

- San Carlos de Guatemala, Cultura Muni Guate*. Acceso el 15 de febrero de 2020, <http://cultura.muniguate.com/index.php/component/content/article/37-ciudadvieja/87-jardinbotanicousac>
- Ovelar, Mirtha. *Nomenclatura Binomial*. 3 de mayo del 2011. Acceso 09 de agosto de 2020, <https://www.abc.com.py/edicion-impres/suplementos/escolar/nomenclatura-binomial-252777.html>
- Redacción Historia. *Linneo, padre de la botánica moderna*. En: *La Aventura de la Historia*, 14 febrero, 2019. Acceso el 09 de agosto de 2020, <https://www.laaventuradelahistoria.es/linneo-padre-botanica>
- Ronquillo Bolaños, Abraham; Jaqueline Mata Santel; Mara Edna Serrano Acuña, Narda Lucía Hernández González, Tomás Moreno Vázquez. *Los métodos de diseño en la divulgación científica: una comparativa y propuesta para el cartel científico*. Revista Interiorgráfico de la División de Arquitectura Arte y Diseño de la Universidad de Guanajuato, 01 de noviembre de 2018. Acceso el 12 de agosto de 2020, <https://www.interiorgrafico.com/edicion/decimo-octava-edicion-diciembre-2018/los-metodos-de-dise-no-en-la-divulgacion-cientifica-una-comparativa-y-propues-ta-para-el-cartel-cientifico>
- Sánchez Ramos, María Eugenia. *El Diseño Gráfico y su aportación a la divulgación científica*. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Núm. 13 (2012): Actas de Diseño N° 13. Acceso el 12 de agosto de 2020, https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/actas_de_diseno/detalle_articulo.php?id_libro=396&id_articulo=8520
- SueMissIndie. *Jardín Botánico de Padua, el jardín universitario más antiguo del mundo*. En: *Diario del Viajero*. 13 septiembre 2017. Acceso el 09 de agosto de 2020, <https://www.diariodelviajero.com/europa/jardin-botanico-de-padua-el-jardin-universita-rio-mas-antiguo-del-mundo>
- Twombly, Carol y Robert Slimbach. *Trajan. Adobe Fonts*. Acceso el 19 de agosto de 2020, [https:// fonts.adobe.com/fonts/trajan](https://fonts.adobe.com/fonts/trajan)
- Universidad del Valle de Guatemala. *¿Qué podemos hacer los guatemaltecos ante el problema del cambio climático?* Acceso el 10 de agosto de 2020, <https://www.uvg.edu.gt/servicios/cambio-climatico/>
- Yale Center for Environmental Law & Policy. *Results Environmental Performance Index, Guatemala, Country Scorecard*. 2020. Acceso el 09 de agosto de 2020, <https://epi.yale.edu/epi-results/2020/country/gtm>



Jardín Botánico, CECON, USAC

La siguiente encuesta es únicamente con fines educativos. Los datos recopilados serán utilizados para el estudio y segmentación de Grupos Objetivos para la ejecución de Proyecto de Graduación y EPS de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala para el Jardín Botánico, CECON, USAC.

***Obligatorio**

¿Vive en Guatemala? *

- Sí
- No

¿En qué departamento de Guatemala vive? *

Elige

Si vive en el departamento de Guatemala, ¿en qué municipio vive?

Elige

Si vive en la Ciudad de Guatemala, ¿en qué zona vive?

Elige

¿Cuál es su género? *

- Femenino
- Masculino
- Otro: _____

¿Cuál es su rango de edad? *

Elige

¿A qué etnia pertenece? *

- Xinca
- Garífuna
- Maya
- Ladina

¿Cuál es su nivel académico? *

- Ninguno
- Primaria
- Secundaria

- Diversificado
- Universitario

¿Estudia actualmente? *

- Sí
- No

¿Cuál es su estado civil? *

- Soltero (a)
- Casado (a)
- Otro: _____

¿Cuántos hijos tiene? *

- | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

¿Su familia depende económicamente de usted? *

- Sí
- No
- Aporto cierta cantidad

¿Trabaja actualmente? *

- Sí
- No

¿Cuál es el rango de sus ingresos mensualmente? (Ya sea que los obtenga por cuenta propia o por padres / cónyuge) *

- Q.0.00 - Q.500.00
- Q.501.00 - Q.1,000.00
- Q.1,001.00 - Q.2,000.00
- Q.2,001.00 - Q.3,000.00
- Q.3,001.00 - Q.4,000.00
- Q.4,001.00 - Q.5,000.00
- Q.5,001.00 - Q.6,000.00
- Q.6,001.00 - Q.7,000.00
- Q.7,001.00+

¿Cuántas personas viven en su casa? *

- | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

¿Cuenta con casa propia? *

- Sí
- No

¿Qué servicios posee en su casa? *

- Agua
- Luz
- Teléfono
- Cable
- Internet
- Planes de Streaming
- Otro: _____

¿Cuál es su medio de transporte más frecuente? *

- Carro
- Transporte público
- Taxi / Uber / InDriver
- Motocicleta
- Bicicleta
- Otro: _____

¿Cómo considera que es su estilo de vida? *

- Calmada
- Activa
- Con tensiones

¿Cuántas horas suele dormir normalmente? *

- | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

¿Respetas sus tres momentos principales de alimento? *

- Siempre
- A veces
- Nunca

¿Practica algún vicio? *

- Sí
- No
- Ocasionalmente

De las siguientes actividades, ¿cuáles practica frecuentemente (por lo menos más de dos veces al mes)? *

- Escuchar Música
- Ver series o películas
- Ver documentales
- Jugar videojuegos
- Ir a centros comerciales
- Comer en restaurantes
- Ir al cine
- Ir al teatro
- Dibujar / Pintar
- Sembrar / Jardinizar
- Pasar tiempo con su mascota

- Pasar tiempo con su mascota
- Salir con amigos / pareja / hijos
- Participar en algún voluntariado
- Leer
- Cocinar
- Visitar museos o galerías
- Visitar lugares turísticos / naturales
- Visitar parques de diversión
- Asistir a talleres
- Tocar algún instrumento
- Salir a caminar, correr o practicar algún deporte
- Procrastinar
- Otro: _____

¿Qué motiva su vida cotidiana? *

- Crecimiento personal
- Crecimiento profesional
- Crecimiento laboral
- Familia
- Otro: _____

¿Con qué valores se identifica? *

- Respeto
- Gratitud
- Humildad
- Tolerancia
- Cortesía
- Amor
- Amistad
- Igualdad
- Empatía
- Responsabilidad
- Trabajo en equipo
- Puntualidad
- Honestidad
- Dedicación
- Solidaridad
- Perseverancia
- Compromiso
- Otro: _____

¿Le interesa la Botánica? *

- Sí
- No

¿Conoce al Jardín Botánico, CECON, USAC? *

- Sí
- No

El Jardín Botánico fue fundado el 29 de diciembre de 1922. ¿Sabía que en el 2022 se conmemorará el aniversario de los 100 años de la Institución? *

- Sí
- No

¿Sabía que el Jardín Botánico fue declarado Patrimonio Natural y Cultural de la Nación? *

- Sí
- No

¿Ha asistido alguna vez a las instalaciones del Jardín Botánico? *

- Sí
- No

Si su respuesta anterior fue "Sí", ¿a qué se debió su visita o visitas al Jardín Botánico?

- Recopilación de información científica
- Recopilación de información de botánica
- Recopilación de información histórica
- Recopilación de información bibliográfica
- Visita guiada individual
- Visita guiada grupal
- Paseo turístico - cultural
- Participación en actividad informativa
- Participación en actividad recreativa
- Participación en actividad educativa
- Otro: _____

¿Ha asistido a actividades informativas y / o recreativas del Jardín Botánico? *

- Sí
- No

¿Conoce la página web y las redes sociales del Jardín Botánico? *

- Sí
- No

¿Sabía que el Jardín Botánico fue declarado Patrimonio Natural y Cultural de la Nación? *

- Sí
- No

¿Ha asistido alguna vez a las instalaciones del Jardín Botánico? *

- Sí
- No

Si su respuesta anterior fue "Sí", ¿a qué se debió su visita o visitas al Jardín Botánico?

- Recopilación de información científica
- Recopilación de información de botánica
- Recopilación de información histórica
- Recopilación de información bibliográfica
- Visita guiada individual
- Visita guiada grupal
- Paseo turístico - cultural
- Participación en actividad informativa
- Participación en actividad recreativa
- Participación en actividad educativa
- Otro: _____

¿Ha asistido a actividades informativas y / o recreativas del Jardín Botánico? *

- Sí
- No

¿Conoce la página web y las redes sociales del Jardín Botánico? *

- Sí
- No

¿Ha visto más de una vez algún artículo / anuncio / invitación del Jardín Botánico? *

- Sí
- No

Si ha hecho uso de algún servicio o ha sido partícipe de alguna actividad del Jardín Botánico ¿Cómo calificaría su experiencia en una puntuación de 1 a 5?

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Enviar

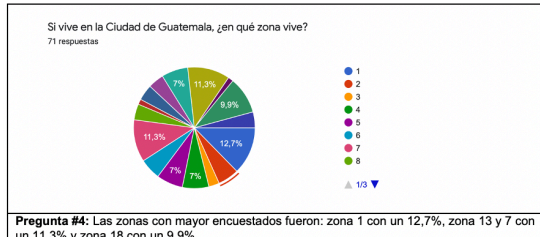
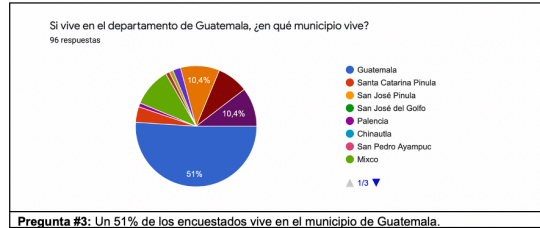
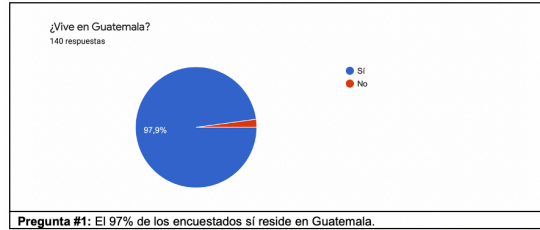
Página 1 de 1

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

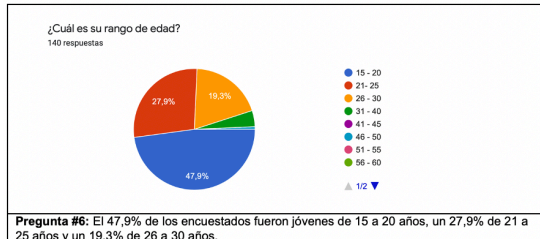
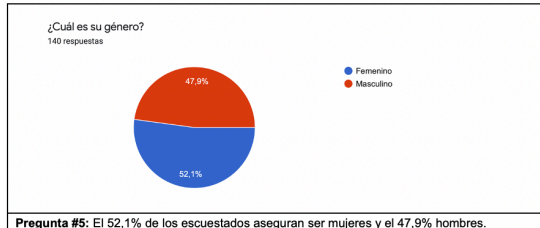
Este formulario se creó en Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos de Guatemala. [Notificar uso inadecuado](#)

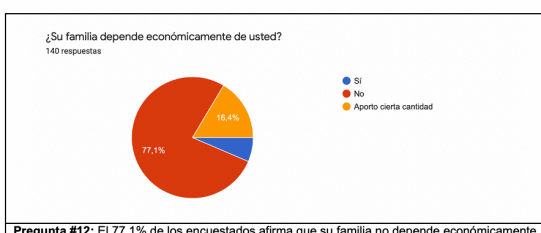
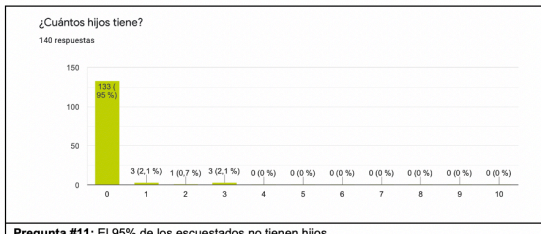
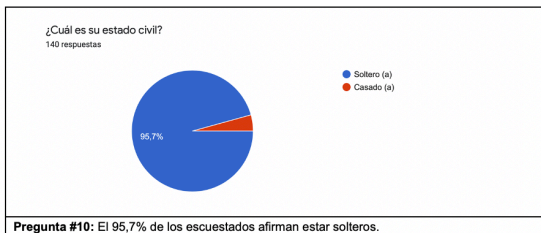
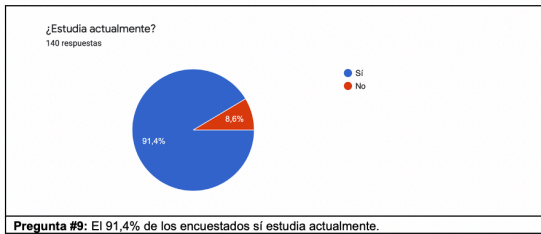
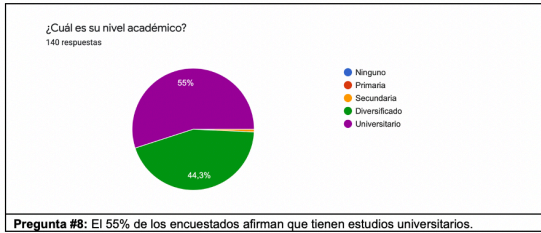
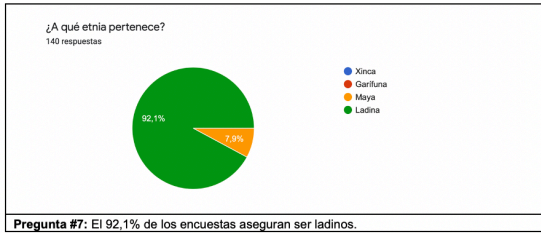
Google Formularios

• Características Geográficas:

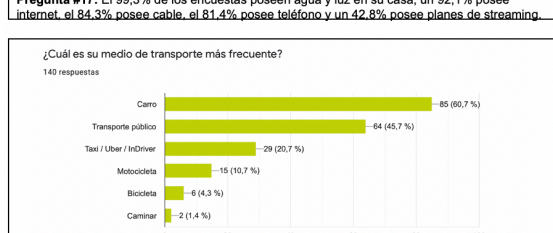
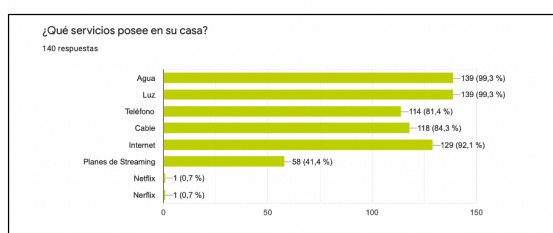
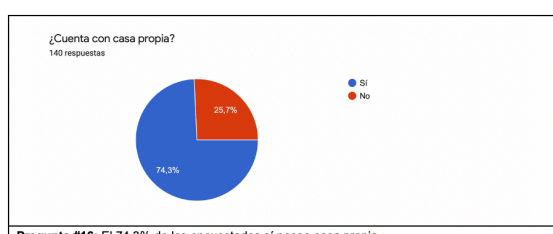
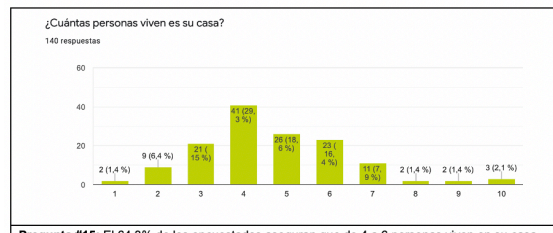
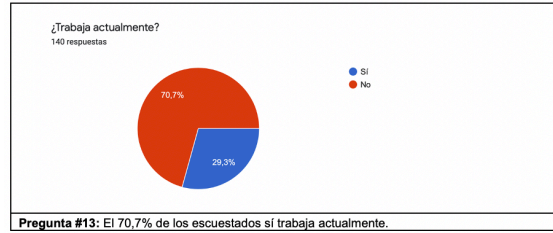


• Características Sociodemográficas:

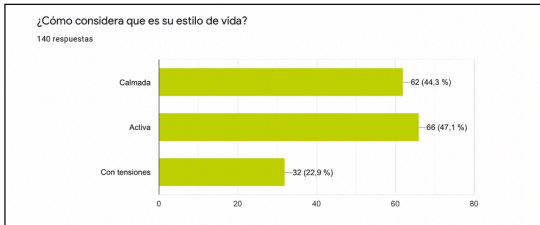




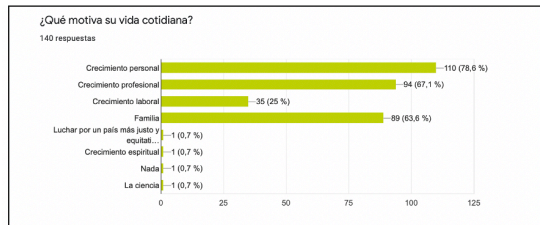
• Características Socioeconómicas:



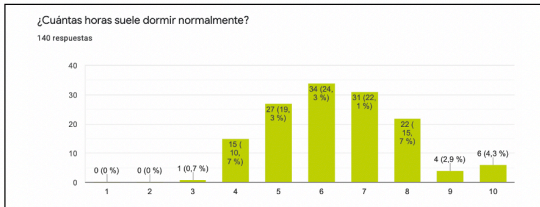
• Características Psicográficas:



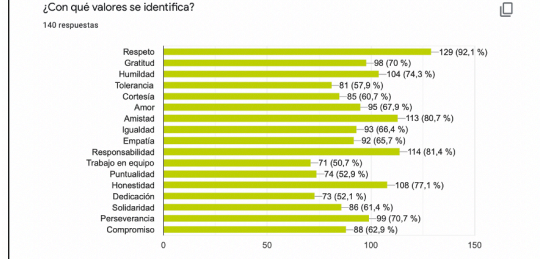
Pregunta #19: El 47,1% de los encuestados afirma que tienen un estilo de vida activa, el 44,3% posee un estilo de vida calmada y un 22,9% asegura que vive con tensiones.



Pregunta #24: El 78,6% de los encuestados tiene como motivación crecer personalmente y un 67,1% crecer profesionalmente.

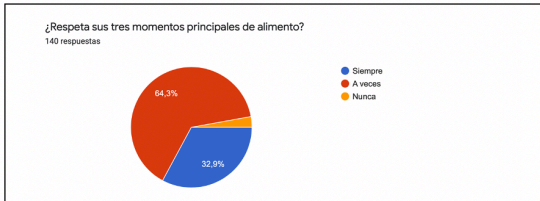


Pregunta #20: El 65,7% de los encuestados asegura que duermen entre 5 y 7 horas diarias.

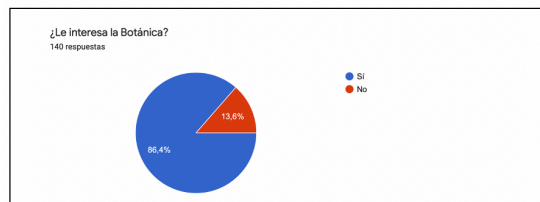


Pregunta #25: El 96,4% y el 81,4% de los encuestados asegura que el respeto y la responsabilidad son los valores con lo que más se identifican.

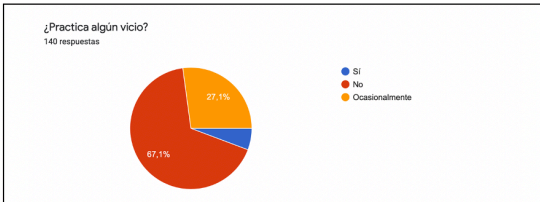
• Relación entre Grupo Objetivo e Institución:



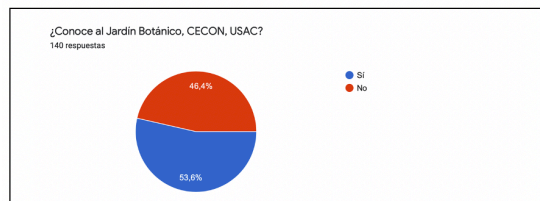
Pregunta #21: El 64,3% de los encuestas afirma que a veces respetan su horario de alimentos.



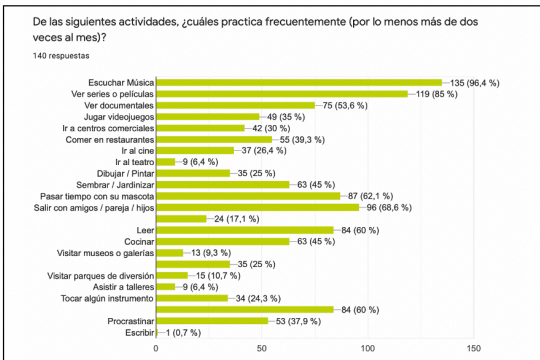
Pregunta #26: Al 86,4% de los encuestas sí les interesa la botánica.



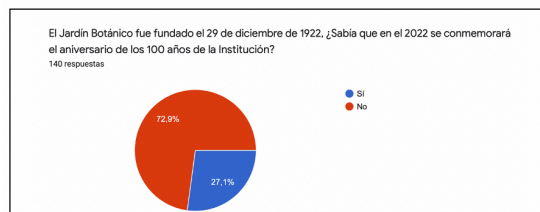
Pregunta #22: El 67,1% de los encuestas afirma que no practica ningún vicio y el 27,1% lo practican de manera ocasional.



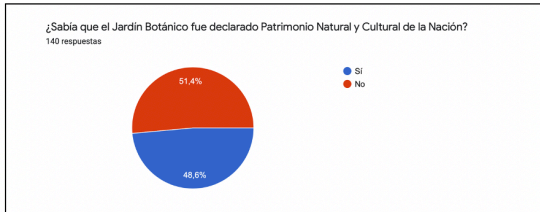
Pregunta #27: El 53,6% de los encuestados asegura que sí conocen sobre el Jardín Botánico.



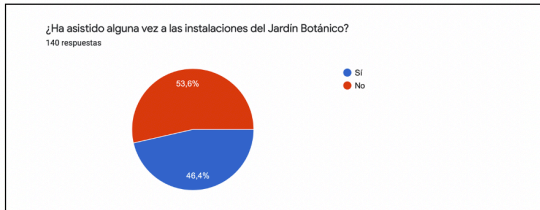
Pregunta #23: El 96,4% de los encuestados afirman que escuchar música es la actividad que más hacen frecuentemente.



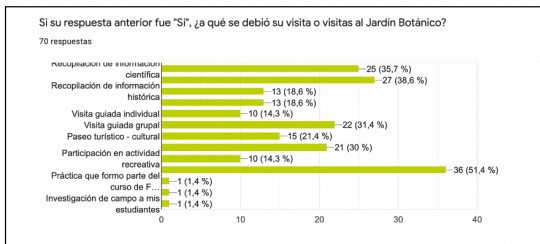
Pregunta #28: El 72,9% de los encuestados asegura que no estaba enterado sobre el aniversario de los 100 años del Jardín Botánico.



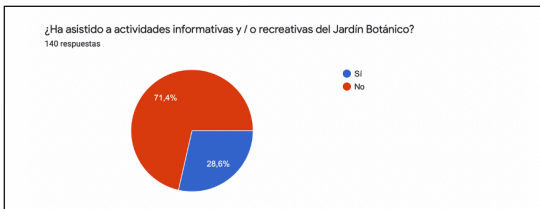
Pregunta #29: El 51,4% de los encuestados no sabían que el Jardín Botánico ha sido declarado Patrimonio Cultural y Natural de la Nación.



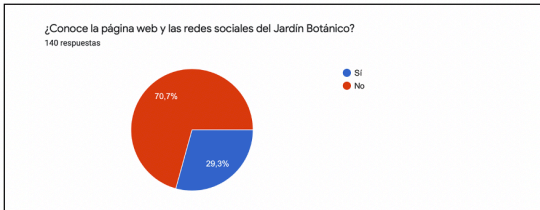
Pregunta #30: El 53,6% de los encuestados aseguran no haber asistido a las instalaciones del Jardín Botánico y un 46,4% sí.



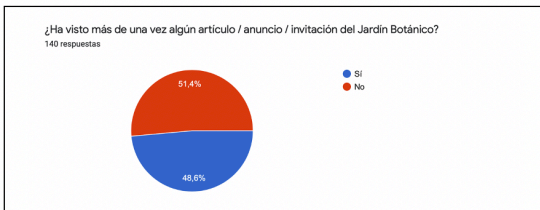
Pregunta #31: El 74,3% de los encuestados que afirman haber asistido a las instalaciones del Jardín Botánico han ido a recopilar información científica y de botánica y un 51,4% ah participado en actividades educativas.



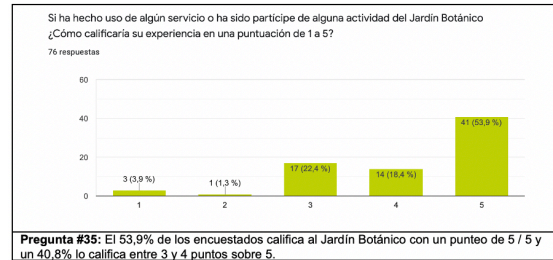
Pregunta #32: El 71,4 % de los encuestados no ha participado en actividades informativas o recreativas del Jardín Botánico.



Pregunta #33: El 70,7 % de los encuestados no conoce la página web ni las redes sociales del Jardín Botánico.



Pregunta #34: El 51,4% de los encuestados no ha visto artículos, anuncios o invitaciones provenientes del Jardín Botánico en ningún medio.



Pregunta #35: El 53,9% de los encuestados califica al Jardín Botánico con un puntaje de 5 / 5 y un 40,8% lo califica entre 3 y 4 puntos sobre 5.

AUTOEVALUACIÓN

ASPECTO A EVALUAR		PROPUESTAS GRÁFICAS				
		1	2	3	4	5
Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.						
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.	4	5			
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.	4	4			
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.	5	5			
4	Legibilidad: Cualidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.	5	4			
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.	4	5			
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.	5	5			
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.	4	5			
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.	4	5			
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.	4	5			
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.	5	5			
TOTAL		44	48			



GRUPO FOCAL (PROFESIONALES DEL DISEÑO GRÁFICO)

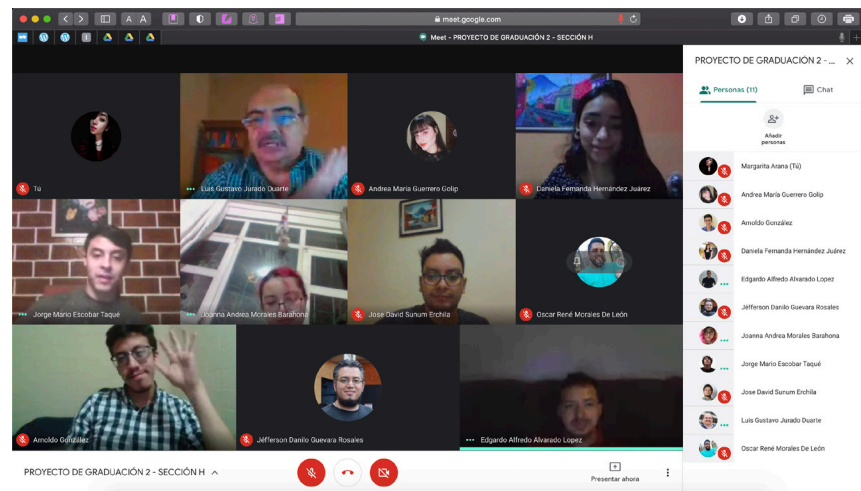
ASPECTOS A EVALUAR PARA EL LOGOTIPO DE LOS 100 AÑOS

1. ¿Qué le transmite la composición iconográfica del logotipo?
2. ¿Considera que el tamaño de la tipografía utilizada es legible?
3. ¿Cree que los colores se han aplicado correctamente?
4. ¿Cree que se logró una abstracción correcta del ícono?
5. ¿Cree que el logotipo es legible a simple vista?
6. ¿Si pudiera mejorar algo, qué sería?

ASPECTOS A EVALUAR PARA LOS POSTERS INFOGRÁFICOS

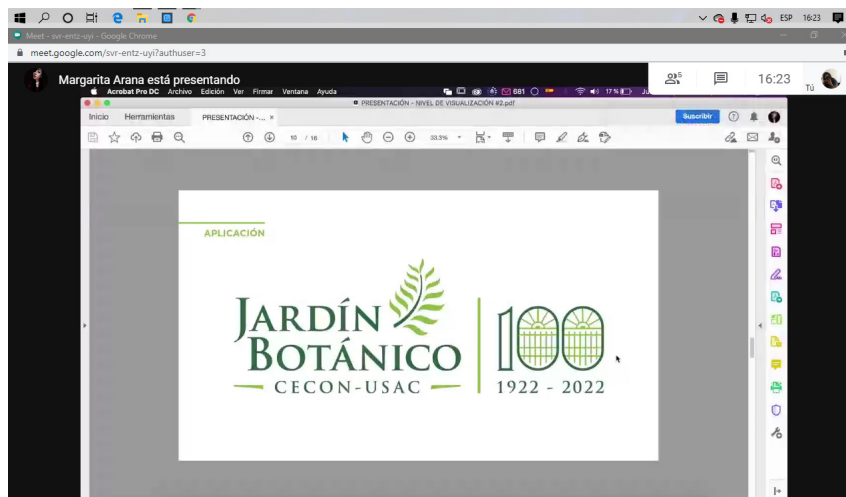
1. ¿Qué mensaje le transmiten las piezas a simple vista?
2. ¿Considera que la calidad de las fotografías es adecuada?
3. ¿Que piensa sobre la edición de las fotografías?
4. ¿Cree que las composiciones con puntuales y pertinentes?
5. ¿Cree que se logró una abstracción correcta de cada elemento?
6. ¿Considera que la diagramación utilizada es eficiente?
7. ¿Considera que la aplicación cromática es eficiente?
8. ¿Si pudiera mejorar algo, qué sería?

GRUPO FOCAL CON ESTUDIANTES DEL 10º SEMESTRE DE DISEÑO GRÁFICO



ANEXO 06

GRUPO FOCAL CON PROFESIONALES DEL DISEÑO GRÁFICO



ANEXO 07

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN NIVEL 03



GRUPO FOCAL (G.O. Y CLIENT)

ASPECTOS A EVALUAR PARA EL LOGOTIPO DE LOS 100 AÑOS

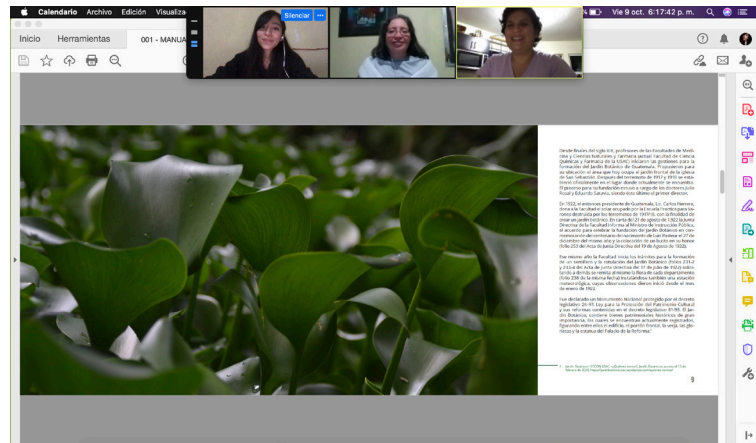
1. ¿Qué le transmite la composición iconográfica del logotipo?
2. ¿Considera que el tamaño de la tipografía utilizada es legible?
3. ¿Cree que los colores se han aplicado correctamente?
4. ¿Cree que se logró una abstracción correcta del ícono?
5. ¿Cree que el logotipo es legible a simple vista?
6. ¿Si pudiera mejorar algo, qué sería?

ASPECTOS A EVALUAR PARA LOS POSTERS INFOGRÁFICOS

1. ¿Qué mensaje le transmiten las puestas a simple vista?
2. ¿Considera que la calidad de las fotografías es adecuada?
3. ¿Que piensa sobre la edición de las fotografías?
4. ¿Cree que las composiciones con puntuales y pertinentes?
5. ¿Cree que se logró una abstracción correcta de cada elemento?
6. ¿Considera que la diagramación utilizada es eficiente?
7. ¿Considera que la aplicación cromática es eficiente?
8. ¿Si pudiera mejorar algo, qué sería?

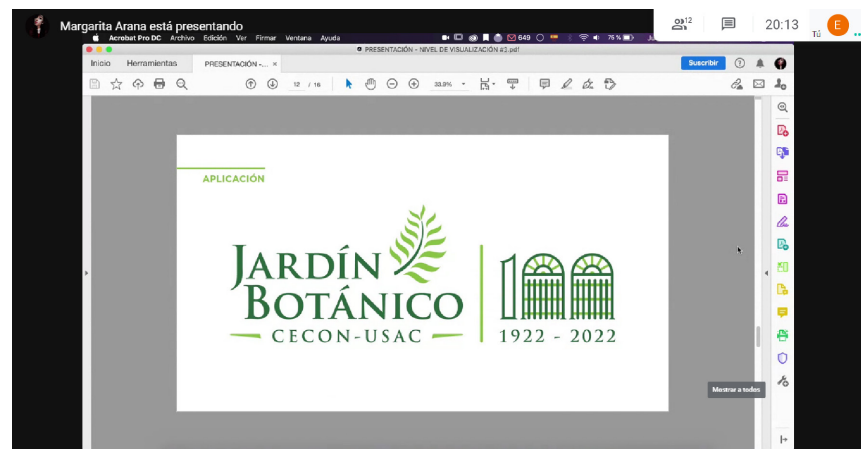
ANEXO 08

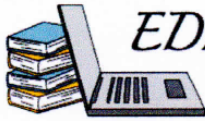
GRUPO FOCAL CON LAS REPRESENTANTES DEL JARDÍN BOTÁNICO



ANEXO 09

GRUPO FOCAL CON EL GRUPO OBJETIVO





EDICIONES TM

Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras
Colegiada No. 22970

Guatemala, 21 de octubre 2021

MSc. Arquitecto
Edgar Armando López Pazos
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que llevé a cabo la revisión de estilo y lingüística del proyecto de graduación de la estudiante: **Roxana Margarita Elisamá Arana Castillo**, carnet **201513462** de la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, titulado:

*Campaña de divulgación digital
sobre el centenario del Jardín Botánico del
Centro de Estudios Conservacionistas de la
Universidad de San Carlos de Guatemala.*

Proyecto de grado, previo a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Luego de las adecuaciones y correcciones pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica requerida.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente.

Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras

Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras
Colegiada 22970

nortolmo2@gmail.com

WhatsApp 35498645 y Cel. 59469408

Revisión de estilo

Redacción

Ortografía

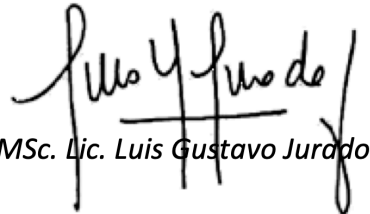
**Campaña de divulgación digital sobre el centenario
del Jardín Botánico del Centro de Estudios Conservacionistas -CECON-
de la Universidad de San Carlos de Guatemala**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

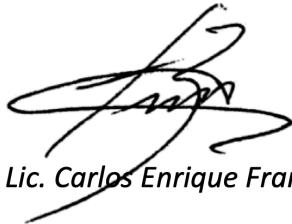


Roxana Margarita Elisama Arana Castillo

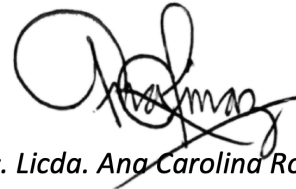
Asesorada por:



MSc. Lic. Luis Gustavo Jurado



MSc. Lic. Carlos Enrique Franco



MSc. Licda. Ana Carolina Rosales

colegiado 22053 Col. de Humanidades

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



FACULTAD DE ARQUITECTURA - USAC.
DECANO

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

JARDÍN 
BOTÁNICO
— CECON-USAC —