

DISEÑO DE MATERIAL MULTIMEDIA

para exponer información de las diferentes generaciones tecnológicas de la imprenta
para el Museo de la Tipografía Nacional, Ciudad de Guatemala, Guatemala



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

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

DISEÑO DE MATERIAL MULTIMEDIA

para exponer información de las diferentes generaciones tecnológicas de la imprenta
para el Museo de la Tipografía Nacional, Ciudad de Guatemala, Guatemala

Presentado por Víctor Hugo Argueta Gonzalez para
optar al título de Licenciado 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.

N Ó M I N A D E A U T O R I D A D E S

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

T R I B U N A L E X A M I N A D O R

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico

Lcda. Erika Grajeda Godínez
Asesor Metodológico

Lic. Francisco Javier Donis Guerrero
Asesor Gráfico

Lcda. Thelma Judith Mayen García de Pérez
Asesor Externo

DEDICATORIA

A Dios creador, por siempre estar presente sin importar las circunstancias, por enseñarme que las casualidades no siempre lo son, un apoyo incondicional que perdura por sobre todo.

A mis padres por estar siempre a mi lado, por apoyarme de todas las formas posibles, acompañarme en cada paso y enseñarme a vivir; por la enorme paciencia y demostrar cada día que el amor inmenso e infinito existe.

A toda mi familia por estar siempre presentes, porque cada pequeña muestra de cariño y amor fue de más ayuda de lo que pensaron, me dio el aliento necesario para continuar.

A cada uno de mis amigos y compañeros que estuvieron en cada etapa de mi vida, contar con cada uno, dar y recibir motivación y energías suficientes para persistir; compartir experiencias que crean lazos de amistad que duran indefinidamente.

A cada uno de los docentes que compartieron su conocimiento, con el deseo genuino de ver a una generación más superarse a sí misma y llegar lejos como profesionales.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala por dar la formación profesional y ampliar inmensamente las oportunidades para mejorar.

Al Museo de la Tipografía Nacional, a la Lcda. Thelma Mayen por abrirme las puertas y darme la oportunidad de contribuir al desarrollo, por compartir todo su vasto conocimiento, su apoyo constante durante todo el proceso y siempre estar dispuesta con la mayor voluntad posible.

P R E S E N T A C I Ó N

El presente documento contiene el desarrollo del proyecto de grado titulado: Diseño de material multimedia para exponer información de las diferentes generaciones tecnológicas de la imprenta para el Museo de la Tipografía Nacional.

En dicho proyecto, se describe el proceso de creación del material multimedia diseñado, desde su planificación, hasta la descripción de actividades llevadas a cabo en cada etapa del diseño para su producción final. Además, se incluye la respectiva investigación teórica preliminar, las etapas de producción y puesta en práctica de las piezas a entregar a la institución: Museo de la Tipografía Nacional de Guatemala.

El trabajo realizado forma parte del proyecto de graduación de la licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, (USAC). El mismo fue supervisado, en todas sus etapas y en cada uno de sus aspectos, por profesionales especializados, tanto en el aspecto visual, como en técnicas y estrategias, buscando la mayor eficiencia y eficacia posibles en el marco de los parámetros requeridos por la institución.

En términos generales, el proyecto de graduación, puede considerarse una retribución de la academia, a la sociedad guatemalteca, la cual hace posible la labor de formación de profesionales universitarios, quienes, a su vez, aportan a diversas instituciones y organismos nacionales e internacionales que funcionan en Guatemala, sus conocimientos y experiencias, mediante trabajos y estudios con altos estándares de profesionalismo.

El presente proyecto de grado para la titulación de la licenciatura en Diseño Gráfico, mediante el cual se benefició al Museo de la Tipografía Nacional, se coordinó y llevó a cabo gracias a los conocimientos adquiridos en la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la USAC.

Í N D I C E

- CAPÍTULO 1	8
- INTRODUCCIÓN	9
- ANTECEDENTES	10
- PROBLEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL	12
- JUSTIFICACIÓN	13
- OBJETIVOS	15
- CAPÍTULO 2	16
- PERFILES	17
- PERFIL DE LA INSTITUCIÓN	18
- PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO	23
- CAPÍTULO 3	28
- PLANEACIÓN OPERATIVA	29
- FLUJOGRAMA Y PREVISIÓN DE RECURSOS	30
- CRONOGRAMA	35
- CAPÍTULO 4	38
- MARCO TEÓRICO	39
- LA FALTA DE INTERÉS EN LA CULTURA E HISTORIA Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DE LA HUMANIDAD	40
- LA IMPORTANCIA Y EVOLUCIÓN EN EL USO DEL MATERIAL MULTIMEDIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.	43
- CAPÍTULO 5	46
- DEFINICIÓN CREATIVA	47
- BRIEFING DE DISEÑO	48
- REFERENTES VISUALES	49
- ESTRATEGIA	54
- PROCESO DEL CONCEPTO CREATIVO	56
PREMISAS	63

– CAPÍTULO 6	68
– PRODUCCIÓN GRÁFICA Y VALIDACIÓN	69
– NIVEL DE VISUALIZACIÓN 1	70
– NIVEL DE VISUALIZACIÓN 2	93
– NIVEL DE VISUALIZACIÓN 3	103
– FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA FINAL	108
– LINEAMIENTOS DE PUESTA EN PRÁCTICA	114
– CAPÍTULO 7	116
– SÍNTESIS DEL PROCESO	117
– LECCIONES APRENDIDAS	118
– CONCLUSIONES	118
– RECOMENDACIONES	119
– CAPÍTULO 8	120
– REFERENCIAS	122
– ANEXOS	126
– CARACTERIZACIÓN DEL GRUPO OBJETIVO: PROCEDENCIA, EDADES, GÉNERO, ESCOLARIDAD, CONSUMO, HÁBITOS.	126
– INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN CON EXPERTOS EN DISEÑO GRÁFICO.	129
– RESULTADOS DE VALIDACIÓN CON EXPERTOS EN DISEÑO GRÁFICO.	132
– INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS CON RELACIÓN A LA INFORMACIÓN EXPUESTA.	137
– RESULTADOS DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS CON RELACIÓN A LA INFORMACIÓN EXPUESTA.	140
– INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO.	145
– RESULTADOS DE VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO.	149
– PROCESO PARA DETERMINAR EL TAMAÑO DE MUESTRA.	153
– INSTRUMENTO PARA MEDIR LA PRESENCIA DE LA INSTITUCIÓN EN EL GRUPO OBJETIVO.	154
– RESULTADOS DEL INSTRUMENTO PARA MEDIR LA PRESENCIA DE LA INSTITUCIÓN EN EL GRUPO OBJETIVO.	156



INTRODUCCIÓN

Antecedentes

Problema de comunicación visual

Justificación

Objetivos

ANTECEDENTES

El interés por parte de la humanidad en conservar y estudiar la historia de todo lo que existe, se enfoca en el conocimiento, y en lo que puede aprender de ello. Dicho interés no es uniforme, refiriéndose a la humanidad en general. Existen diversos problemas en los que ciertas sociedades deciden enfocarse y priorizar, dejando por un lado la necesidad de conservar esta historia. (IVAP, 2016).

Específicamente en Guatemala, existe una gran falta de interés por la historia, no hay una motivación aparente. La falta de interés social por la historia y cultura nacional de Guatemala, afecta tanto al desarrollo cultural como científico de la sociedad. (Mireles, 2015).

Existen instituciones que se encargan de la conservación de la historia, pero no reciben el suficiente apoyo y no son reconocidas por completo por algunas sociedades. Pueden encontrarse por ejemplo, los museos que se dedican a la conservación y exhibición de piezas históricas que se les considera de valor, con una cantidad muy baja de visitantes en determinadas instituciones. Esto generalmente es observado en sociedades que se encuentran en desarrollo, donde las necesidades primarias o básicas reciben la mayor atención. La cultura y la historia puede ser percibida como un problema de nivel secundario, al no depender la vida de ello, como lo es un problema de nutrición, seguridad, salud, que es en las que se enfocan principalmente las sociedades en desarrollo. (Virguez, s.f.).

Esto no quiere decir que la conservación y el interés general en promover dicha historia y cultura carezca de importancia para el desarrollo.

“Los museos son esenciales para preservar el conocimiento del ser humano a todos los niveles. Sin ello sería imposible entender cómo hemos llegado al nivel tecnológico, artístico y cultural actual, así como el desarrollo del ser humano desde el punto de vista físico.” (Importancia.org, 2014)

Entre las instituciones que se encargan de promover la cultura e historia se encuentran los museos. Entre estas, debe mencionarse el Museo de la Tipografía Nacional, el cual se considera relativamente nuevo en Guatemala.

El museo tiene aproximadamente seis años de existencia. Debido a su recientemente funcionamiento, no ha logrado el reconocimiento de la sociedad guatemalteca, y esto sumado al desinterés en general de la población, hace que las visitas sean mínimas en comparación con las registradas por otros museos del mismo tipo en la región.

Tomando en cuenta que uno de los propósitos de la institución es, promover la información histórica y cultural de la tipografía nacional hacia la sociedad guatemalteca, la falta de interés por parte de su grupo focal es un problema que afecta su desarrollo como institución cultural.

En este punto cabe señalar que, la falta de interés de una determinada sociedad por el conocimiento y la experimentación en ciertas ramas científicas y sociales reduce las posibilidades evolutivas de la misma. Por otra parte, la falta de interés por el conocimiento histórico, conduce a un debilitamiento cultural y del desarrollo en general del individuo y la colectividad.

El avance de la humanidad depende del progreso de diversas ramas científicas y sociales, cada una de éstas constituye pieza fundamental e importante en su respectiva especialidad, sin el desarrollo de las mismas, el proceso evolutivo en general se vería afectado.

En este contexto y relacionada con el presente proyecto de grado, cabe mencionar a la comunicación visual, por ejemplo, la cual permite la transferencia de mensajes de forma visual y facilita el traslado de información a las masas. En esta área específica, se valoran como elementos relevantes la tipografía y los medios de impresión.

Hoy en día, la comunicación por medios digitales es un hecho común, que se encuentra en constante auge; sin embargo, sus capacidades se limitan al uso de dispositivos y recursos eléctricos y electrónicos. Es por ello que aún siguen en funcionamiento los medios tradicionales como la imprenta, o bien, soportes físicos como el papel, plástico, tela, etc. Lo anterior, gracias a la comunicación visual y, por lo tanto, a la comunicación en sociedad.

El conocimiento e historia sobre estas tecnologías de imprenta resultan importantes, tanto para el desarrollo y experimentación científica de nuevas tecnologías, como para el desarrollo cultural y comunicativo, al permitirle a la sociedad el uso correcto para comunicar eficientemente en los medios adecuados a sus propósitos de comunicación.

Es aquí en donde resulta importante y necesaria la labor histórica y social del Museo de la Tipografía Nacional, en cuanto a promover y facilitar la información de su ámbito de acción a la sociedad guatemalteca.

“La gente observa los museos como piezas fundamentales para el aprendizaje informal. Desde el apoyo a la educación de los escolares hasta la motivación de los adultos para saber y descubrir más sobre historia, arte, ciencia y vida hoy en día.” (EVE Museos e Innovación, 2017)

La cultura es parte esencial de la identidad de una sociedad, conservar su historia y los fundamentos de sus raíces en piezas históricas permite la herencia de la identidad. Plasmar la historia en objetos que puedan trascender en la historia podría permitir a las nuevas generaciones comprender y aprender de la historia para encontrar oportunidades de mejoras tecnológicas tanto como mejoras en el desarrollo humano.

“Las ideas arraigadas en la mente influyen en la forma en que vemos a las personas y en cómo reaccionamos a determinadas situaciones. Diversos estudios han demostrado que la cultura influye en la forma en la que nuestro cerebro procesa la información y responde a los estímulos.” (Bembibre, 2011)

Desde una perspectiva cultural, promover información de las tecnologías relacionadas con la imprenta, que forman parte de la comunicación visual de una determinada localidad, y que funcionan como un medio de transmisión particular del conocimiento cultural e histórico, permite el proceso de desarrollo de la identidad cultural de la sociedad.

Es deber del estado promover la cultura de la sociedad, como entidad al servicio de la sociedad debe procurar y garantizar el libre acceso al contenido histórico; además, promover la participación social en el ámbito cultural.

Según el “Artículo 59. Protección e investigación de la cultura. Es obligación primordial del Estado proteger, fomentar y divulgar la cultura nacional; emitir las leyes y disposiciones que tiendan a su enriquecimiento, restauración, preservación y recuperación; promover y reglamentar su investigación científica, así como la creación y aplicación de tecnología apropiada.” (Constitución de la República de Guatemala, 1986).

Como institución encargada de exponer piezas históricas promoviendo el interés cultural, debe lograr su objetivo en las mejores condiciones, de la forma más eficaz, procurando el mayor impacto posible.

La falta de interés en la cultura en una institución dedicada a promover contenido histórico es una limitante en su desarrollo como entidad con fines culturales. Una institución que procura promover información histórica a la sociedad, depende en parte del interés cultural de la sociedad.

PROBLEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL

El Museo de la Tipografía Nacional realiza recorridos dentro de la institución con el fin de exponer piezas de maquinaria de linotipo y monotipo. También exhibe otras tecnologías, tales como: offset y digital, que se encuentran actualmente en funcionamiento, pero el acceso a estas áreas se encuentra limitado únicamente a visitantes que realizan el recorrido guiado, lo que provoca ausencia de información para los visitantes que realizan el recorrido sin guía. La institución busca que todos los visitantes disfruten la experiencia de la visita completa, sea ésta con o sin guía.

Actualmente, algunas de las piezas que se encuentran en exhibición, cuentan con pequeños paneles informativos que contienen, generalmente, descripciones de la función que cumplían. Sin embargo, desde la perspectiva del visitante, solamente se logra percibir módulos de información dispersos, lo que provoca dificultades para la comprensión total del tema.

Por lo tanto, existe una limitante en la experiencia del visitante donde la institución se ve afectada en la acción de comunicar, trasladar y facilitar la información sobre las tecnologías de imprenta offset, digital, monotipo y linotipo que representan parte importante del recorrido y apoyo a la misión de la entidad, la cual es: “Cumplir con el mandato constitucional de fomentar, promover y difundir la historia, cultura y artes nacionales, educar sobre la importancia de proteger el patrimonio cultural de Guatemala como un legado para las futuras generaciones e informar sobre el valioso papel que esta institución ha jugado en la educación del país.” (Manual de Identidad del Museo de la Tipografía Nacional)

Por otra parte, en el presente, la información se transfiere utilizando un lenguaje técnico, por lo que no se cumple eficientemente con la función de transmitir los mensajes de manera accesible y apta para la fácil comprensión de los visitantes, que realizan el recorrido dentro de las instalaciones del Museo de la Tipografía Nacional de Guatemala. Lo anterior permite concluir en la necesidad de adoptar las medidas que sean necesarias para brindar, a los visitantes del museo, una permanencia que les brinden, además de esparcimiento, una experiencia, histórica y cultural completa.

JUSTIFICACIÓN

TRASCENDENCIA

Conocer la historia y la función de estas tecnologías relacionadas con la impresión es importante para todo aquel interesado en la imprenta o que se relacione con estas áreas, ya que puede percatarse de las funciones, limitaciones, requerimientos, características y diferencias entre cada una.

Promover esta información hará que se obtenga un mejor conocimiento del funcionamiento de dichas tecnologías, aportará científicamente a todo aquel que decida experimentar y desarrollar nuevas tecnologías y la posibilidad de transmitirse indefinidamente a las nuevas generaciones.

La utilización de recursos gráficos que representen la información de forma accesible al grupo objetivo tendrá un impacto positivo, tanto para la institución, como para el visitante. De esta manera, la experiencia del usuario que requiera guía o sin él, será más profunda, y a un futuro cercano podría reducir costos para la institución, al implementar recursos informativos autónomos, logrando que se desarrolle la experiencia del visitante sin requerir intervenciones directas de personal.

INCIDENCIA

La labor del Museo de la Tipografía Nacional incide en la formación de futuros profesionales, en vista de que el mayor porcentaje de visitantes son estudiantes universitarios, que conformarán las futuras generaciones de profesionales, especialmente de carreras relacionadas con el diseño gráfico y la comunicación. Gran parte de ellos requieren fortalecer su proceso de enseñanza-aprendizaje, mediante la utilización de fuentes de información verídicas y fiables, que contribuyan con el conocimiento y formación académica profesional.

Actualmente, no existe en el museo material que divulgue información sobre las tecnologías de imprenta que se promueven dentro del mismo. Por lo anterior, la contribución mediante materiales que transmitan la información de manera adecuada a las capacidades de comprensión general del público, se favorecerá el aprendizaje, y por lo tanto, el desempeño académico de la temática.

FACTIBILIDAD

La institución es propietaria de los medios de difusión adecuados para transmitir la información a su grupo objetivo, por lo que no se generaron costos adicionales, ni se incurrió en la solicitud de algún tipo de ayuda a terceros.

La institución fue accesible al momento de solicitar la información requerida para el desarrollo del proyecto. La institución está consciente de la necesidad de un material que pueda brindar apoyo a los visitantes que realizan recorridos sin guía dentro del Museo de la Tipografía Nacional.

La institución cuenta con recursos para exponer información de forma digital, ya que cuenta con pantallas y dispositivos que desea implementar en sus recorridos. Una de las ventajas del material multimedia es que se reproduce indefinidamente causando un bajo impacto ambiental, se requiere únicamente de un dispositivo capaz de reproducirlo, esto quiere decir que aún si no se cuenta con acceso a estas facilidades pueden buscarse alternativas donde el usuario pueda acceder a la información desde un dispositivo propio, como por ejemplo la realidad aumentada a través de smartphones y tablets, o el simple acceso y reproducción de enlaces de video en web.

OBJETIVOS



GENERAL

Contribuir a la divulgación de información a través de material multimedia sobre las generaciones tecnológicas de la imprenta offset, digital, monotipo y linotipo que se exponen a los visitantes que realizan recorridos sin guía dentro del Museo de la Tipografía Nacional de Guatemala fomentando el aprendizaje en la sociedad guatemalteca.



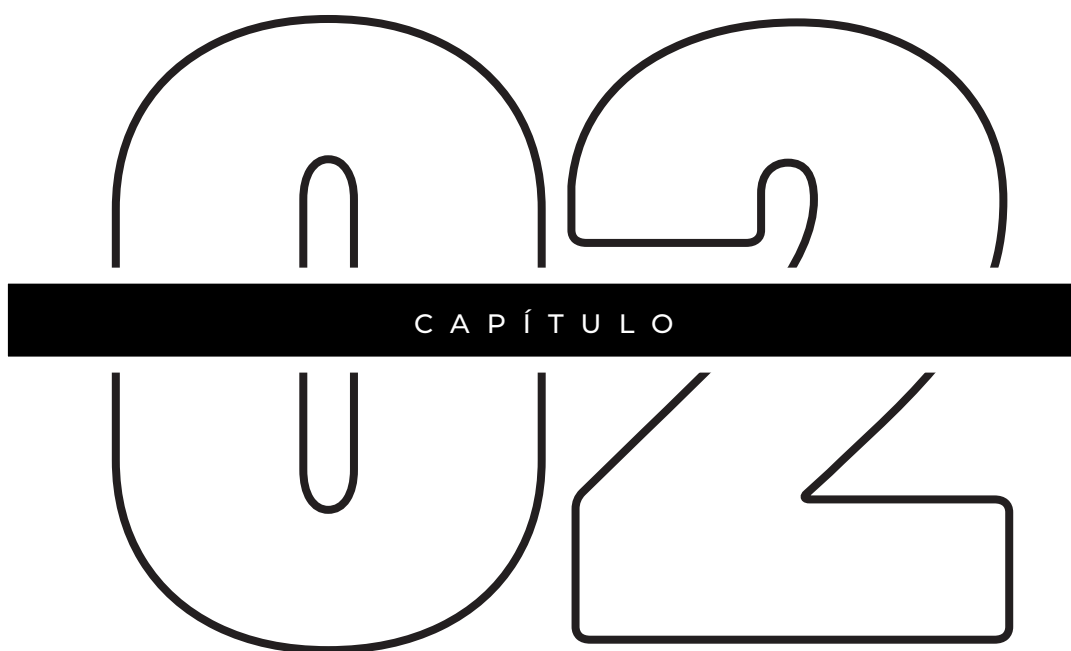
COMUNICACIÓN

Mediar el lenguaje técnico que actualmente se utiliza en la información acerca de las tecnologías de imprenta que presenta el Museo de Tipografía Nacional de Guatemala, adaptando el contenido a las capacidades de comprensión del grupo objetivo, constituido por los visitantes.



DISEÑO

Elaborar material multimedia con la función de comunicar la información de las generaciones tecnológicas de la imprenta linotipo, monotipo, offset y digital, como apoyo a la exposición de la información y el desarrollo de la autonomía de la experiencia del visitante durante los recorridos que el Museo de la Tipografía Nacional de Guatemala comparte a los visitantes.



PERFILES

Perfil de la Institución
Perfil del Grupo Objetivo

PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

HISTORIA

El edificio fue fundado el 7 de enero de 1894 por el General José María Reyna Barrios, su principal función fue ser una imprenta estatal como forma de desarrollar el país y una imprenta del gobierno. Dentro se encuentran tres entidades que han funcionado en conjunto, la Dirección General del Diario Centro América y Tipografía Nacional, posteriormente se fundó el Museo de la Tipografía Nacional.

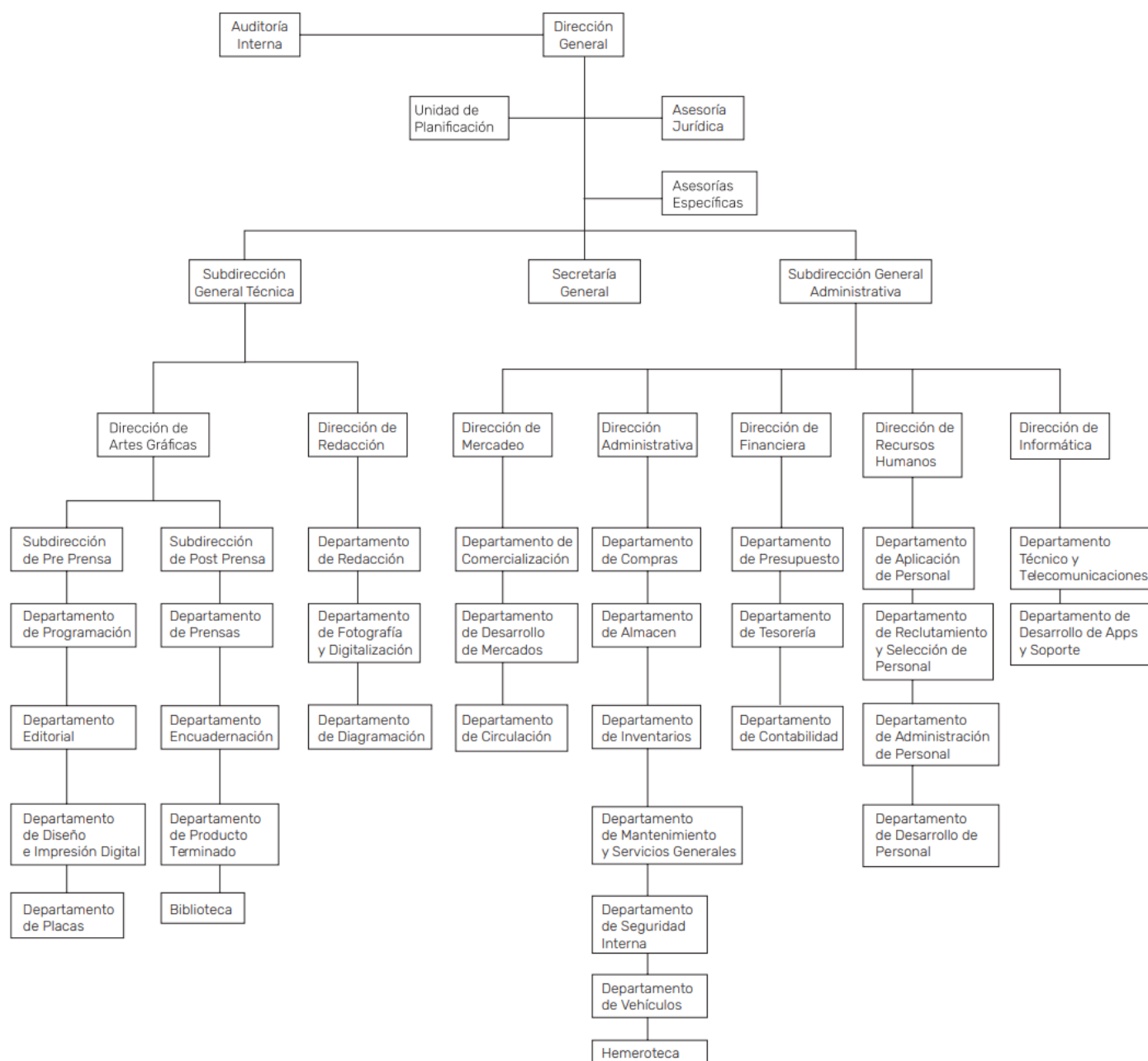
A lo largo de la historia, se acumuló la maquinaria que se utilizaba para la imprenta, actualmente toda esta maquinaria se encuentra resguardada dentro de los espacios de la institución, por lo que se decidió exponerlas al público creando un museo. Posee la visión de dar a conocer los instrumentos de producción de documentos gráficos en el país. Fue creado en el 2000 pero no fue hasta 14 de septiembre del 2012 que comenzó a funcionar formalmente como un museo. Actualmente en el edificio también se encuentra la radio TGW.

FILOSOFÍA

La institución se encuentra dividida esencialmente en dos entidades, la “Dirección General del Diario Centro América” y la “Tipografía Nacional”, esta última a su vez cuenta con un área específicamente para el Museo de la Tipografía Nacional.

Las exhibiciones se encuentran a lo largo del edificio, pero la gestión la realiza el área de la Tipografía Nacional. Siendo un área en proceso de crecimiento, no cuenta con un departamento específico que se encargue de las soluciones gráficas que requiere, por lo cual son apoyados por la Dirección de Artes Gráficas y departamentos de comunicación del Diario Centro América. (Chajón, 2018).

ORGANIGRAMA



1. Organigrama General de la Dirección General del Diario de Centro América y Tipografía Nacional. (Guerra, 2018).

M I S I Ó N

Resguardar, preservar y valorar la variedad de maquinaria, muebles y enseres que funcionaron en esta imprenta y casa editora de renombre, cumplir con el mandato constitucional de fomentar, promover y difundir la historia, cultura y artes nacionales, educar sobre la importancia de proteger el patrimonio cultural de Guatemala como un legado para las futuras generaciones e informar sobre el valioso papel que esta institución ha jugado en la educación del país.

V I S I Ó N

Ser una institución que fomente en la juventud el interés por conocer más sobre la historia de Guatemala, generando conocimiento y buenas prácticas culturales; para desarrollar en la población el sentido de identidad y pertenencia como guatemaltecos para entender más al país.

Ser reconocidos como una institución que da a conocer la historia, para llegar a ser una fuente de inspiración para la mejora de conductas cívicas, creando el sentido de aprovechamiento y conservación de los ambientes sociales y culturales.

V A L O R E S

- | | |
|-----------------|-------------------|
| • Servicio | • Responsabilidad |
| • Voluntad | • Fidelidad |
| • Respeto | • Perseverancia |
| • Transparencia | • Compromiso |

S E R V I C I O S

Recorridos no guiados:

Los visitantes acceden al edificio y recorren las instalaciones informándose por medio de fichas explicativas que se encuentran ubicadas en las piezas en exhibición. Además se les proporciona un cuatrifoliar gratuito en el que se incluye información varía sobre la institución.

Recorridos guiados:

Se realizan recorridos por parte de un guía dentro de las instalaciones, el cual relata información más detallada de las exhibiciones. Se realizan en horarios de 10:00 a.m. y 2:00 p.m. Además en este tipo de recorrido, y gracias al guía, tienen acceso a las áreas como: encuadernación y talleres de prensa explicados.

Recorrido guiado programado:

El recorrido se realiza programando una cita con un grupo de un máximo de 25 personas. Se imparte una charla previa al recorrido, en la cual se presentan videos explicativos sobre temas varios como el periodismo en Guatemala, artes gráficas, imprenta, etc.

Biblioteca:

Dentro de las instalaciones se encuentra una biblioteca que contiene libros y material diverso acerca de las exhibiciones expuestas entre otros temas relacionados con la imprenta e historia nacional.

C O B E R T U R A

Geográficamente el edificio se encuentra ubicado en la dirección 18 Calle 06 - 72, Zona 1 de la ciudad de Guatemala, Guatemala. En vista de que los servicios que presta el Museo de la Tipografía Nacional son gratuitos y de interés cultural, cualquier visitante interesado puede ingresar.

Debido a que la institución cuenta solamente con una sede, su cobertura física y ubicación geográfica ocasiona que los visitantes provengan, mayormente, de la capital de Guatemala, municipios y departamentos aledaños.

En cuanto a cobertura temática se refiere, el museo se enfoca en la exhibición y resguardo de maquinaria e instrumentos, piezas litográficas y recursos de imprenta.

IDENTIDAD VISUAL



1. Monograma del edificio de Tipografía Nacional.



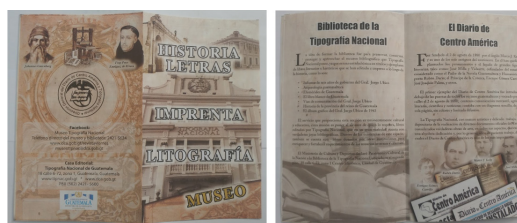
2. Logotipo de la Tipografía Nacional. Carmen Chajón. 2017.

Al ser una subárea del edificio de la Tipografía Nacional, Carmen basó el logotipo del Museo de la Tipografía Nacional en el monograma original del edificio de la Tipografía Nacional.



3. Diseño de postales para el Museo de la Tipografía Nacional. Carmen Chajón. 2017.

Como parte de la papelería corporativa entregada a la institución, Carmen realizó postales para uso institucional, desarrolladas visualmente en relación con la identidad gráfica del Museo de la Tipografía Nacional, producida por ella misma.



4. Cuatrifoliar informativo.

Brindan un cuatrifoliar a los visitantes, con información acerca de la institución. Sin embargo, el diseño no está fundamentado en bases estéticas, recorrido y jerarquía visual, por lo tanto tampoco es óptimo para la lectura.

PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

Estudiantes de entre 17 y 30 años en su mayoría, universitarios, técnicos y diversificado de carreras relacionadas con diseño gráfico, publicidad, periodismo, comunicación, arquitectura, etc.

MAPAS DE EMPATÍA

Se elaboraron mapas de empatía para definir patrones de comportamiento en el grupo objetivo de la institución, esto ayuda a determinar posibles medios de interacción.

S . P . I . C . E .

SOCIAL: Necesita establecerse en una sociedad.

PHYSICAL: No demuestran mucho interés en actividad física, prefieren pasatiempos.

IDENTITY: Demuestran interés en lo artístico, en las culturas, los viajes, etc.

COMMUNICATION: Son muy comunicativos, requieren de información práctica y de fácil acceso.

EMOTIONAL: Son muy sensibles a las emociones, empáticos.

P . O . E . M . S .

PEOPLE: Se relacionan frecuentemente con personas artísticas y comunicativas.

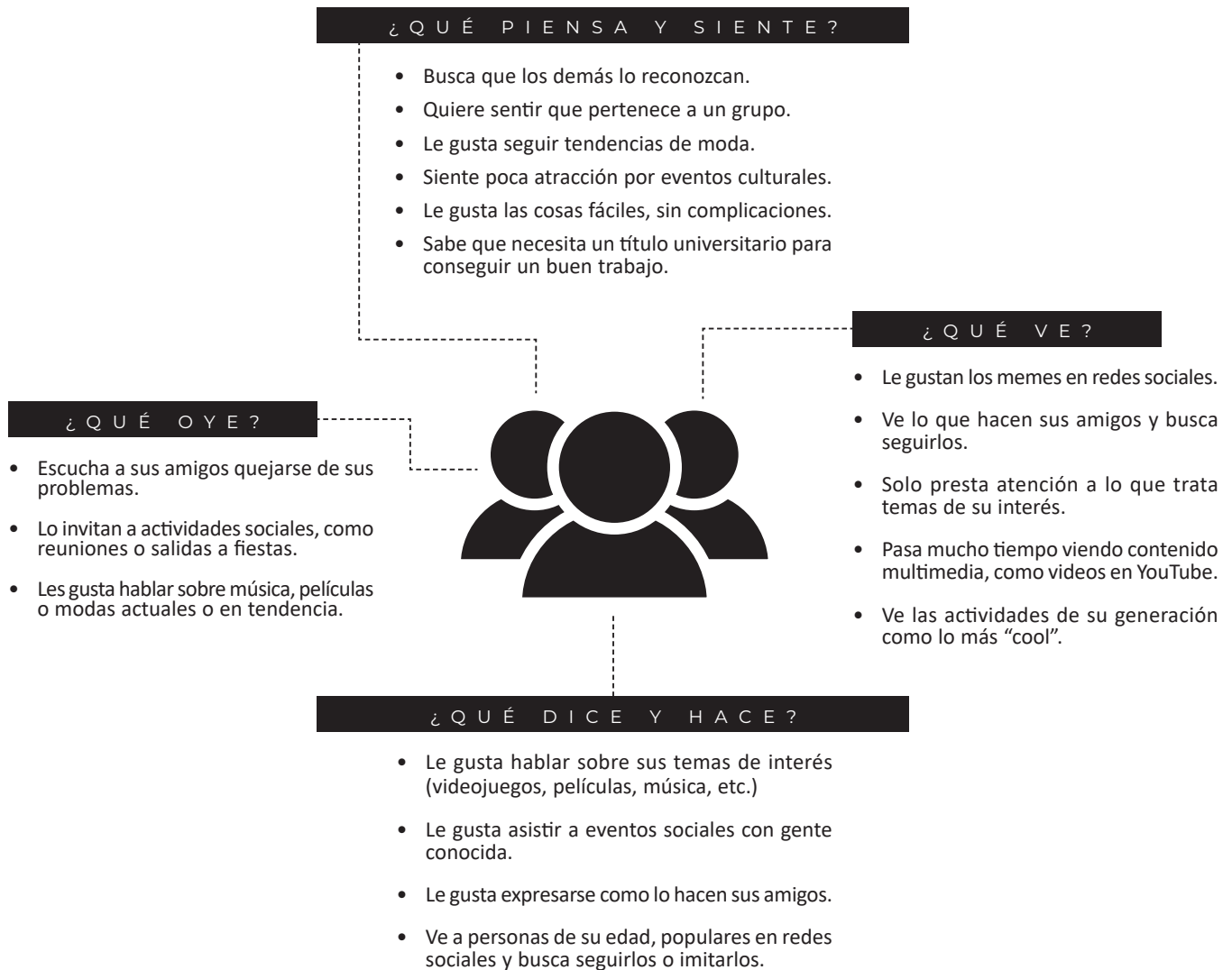
OBJECTS: Utiliza mayormente la tecnología de la comunicación, pero también requiere de tecnología enfocada a lo artístico.

ENVIRONMENTS: Es un grupo muy diverso y subjetivo, al poseer un sentido artístico, puede verse en una diversidad de ambientes inspiradores.

MESSAGES AND MEDIA: Usan muy frecuentemente redes sociales, adquieren información mayormente por medios digitales.

SERVICES: Utilizan servicios de transporte público o privado, comida rápida, servicios de comunicación, mensajería y paquetería, servicios básicos domésticos (entiéndase de hogar).

MAPA DE EMPATÍA



ESFUERZOS

- Le frustra no encontrar lugares bonitos para pasar el rato.
- La delincuencia y falta de seguridad para estar en lugares públicos.
- El tráfico y los lugares poco accesibles y lejos de su lugar de residencia.
- No encontrar un trabajo bien remunerado.

MOTIVACIONES

- Quiere superarse a sí mismo.
- Cumplir sus objetivos económicos y de bienestar.
- El reconocimiento y aprobación social.
- Distraerse de su vida cotidiana.

C A R A C T E R Í S T I C A S

G E O G R Á F I C A S

Espacio geográfico: Región central de Guatemala. Altura de 1500m sobre el nivel del mar.

País(es): Guatemala

Límites demográficos:

- Guatemala
 - Villa Nueva
 - Mixco
 - Amatitlán
 - San José Pinula
 - Santa Catarina Pinula
- Sacatepéquez
 - Antigua Guatemala
 - San Lucas Sacatepéquez

La mayor parte de los visitantes provienen de la región central, es decir, del área metropolitana o la ciudad de Guatemala, pero también se incluye un pequeño porcentaje proveniente de ciudades y departamentos aledaños como Antigua Guatemala y San Lucas Sacatepéquez, regiones del departamento de Sacatepéquez. (Chajón 2018).

S O C I O D E M O G R Á F I C A S

Edad: 18 - 50 años.

Género: Hombre, mujer.

Escolaridad: Diversificado, universitario, post-gradados y maestrías.

Función y responsabilidad familiar: Solteros, casados, unión de hecho.

Profesión: Principalmente estudiantes y trabajadores de diseño gráfico, comunicación, periodismo, artes visuales, etc.

Por lo general va dirigido a una población joven, pero también se registran pequeños porcentajes de personas de más de 30 años. El nivel de escolaridad al que se encuentra dirigido es de diversificado o superior, aunque a nivel de diversificado hay un menor porcentaje de visitantes es por ello que la institución se dirige más al nivel universitario, con carreras relacionadas a las artes visuales y de comunicación.

S O C I O E C O N Ó M I C A S

Clase social: Media-baja y superiores.

Nivel Socioeconómico: Medio-bajo y superiores (C3, C2, C1, B, A). (Strems 17)

Hábitos de consumo: Frecuencia regular o poca.

Frecuencia y horario de consumo: 1 - 2 veces por año.

Puesto que la mayor parte del porcentaje de visitantes es de nivel educativo universitario, se detecta que por los ingresos requeridos para mantener este nivel de escolaridad se encuentren en un NSE (nivel socioeconómico) medio y superior (C3+), aunque a grandes rasgos, el porcentaje de personas de NSE alto (B, A) es desproporcionadamente inferior al NSE medio, se debe considerar este último como el grupo focal por ser el porcentaje mayoritario. (Strems 17).

 Ver Anexo 1.

C A R A C T E R Í S T I C A S

P S I C O G R Á F I C A S :

Estilo de vida: Estudiantes, trabajadores con gusto por lo artístico, interés por medios impresos.

Hábitos: Gustos por la música, películas, videojuegos, cultura en general, redes sociales y navegación web en general.

Motivaciones: Reconocimiento social, integración, superación.

Valores: Tolerancia, confianza, perseverancia.

Cultura visual: Tendencias, vanguardias, medios actuales, globalización.

Dado que el público objetivo de la institución se centra en artistas, publicistas, arquitectos y comunicadores; por lo general son personas con gusto por lo artístico, siendo un grupo social orientado a las experiencias de tipo cultural e histórica. El grupo objetivo se encuentra en un rango de edad joven, desde los 16 hasta los 27, es por ello que es observable ciertos patrones de conducta característicos de la generación, tales como globalización, comunicación por redes sociales, intereses por actividades como ver programas y películas, inspiración en la música, etc.

R E L A C I Ó N D E L G O C O N L A I N S T I T U C I Ó N

Frecuencia de visita presencial: 1 - 2 veces por año.

Frecuencia de visita virtual: 1-10 visitas por año.

Servicios: Recorridos presenciales y no presenciales, biblioteca.

El grupo objetivo es el propósito de la institución. El museo existe para que el público pueda observar, estudiar, aprender acerca de las piezas que se exponen.

Los museos por lo general, presentan una frecuencia muy baja de visitas por año. Los visitantes no sienten la necesidad de volver a ver las exhibiciones a menos que se trate de un fin académico.

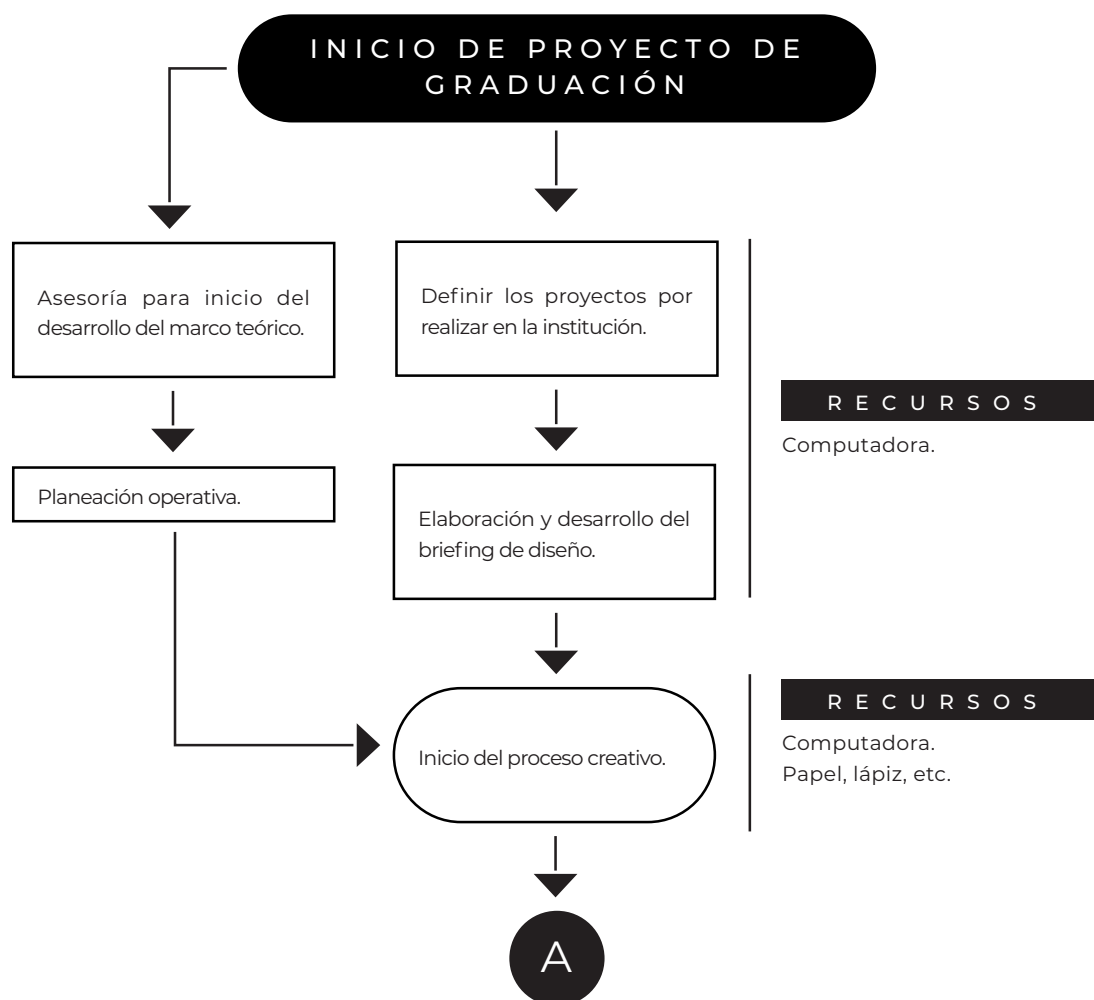
 Ver Anexo 1.

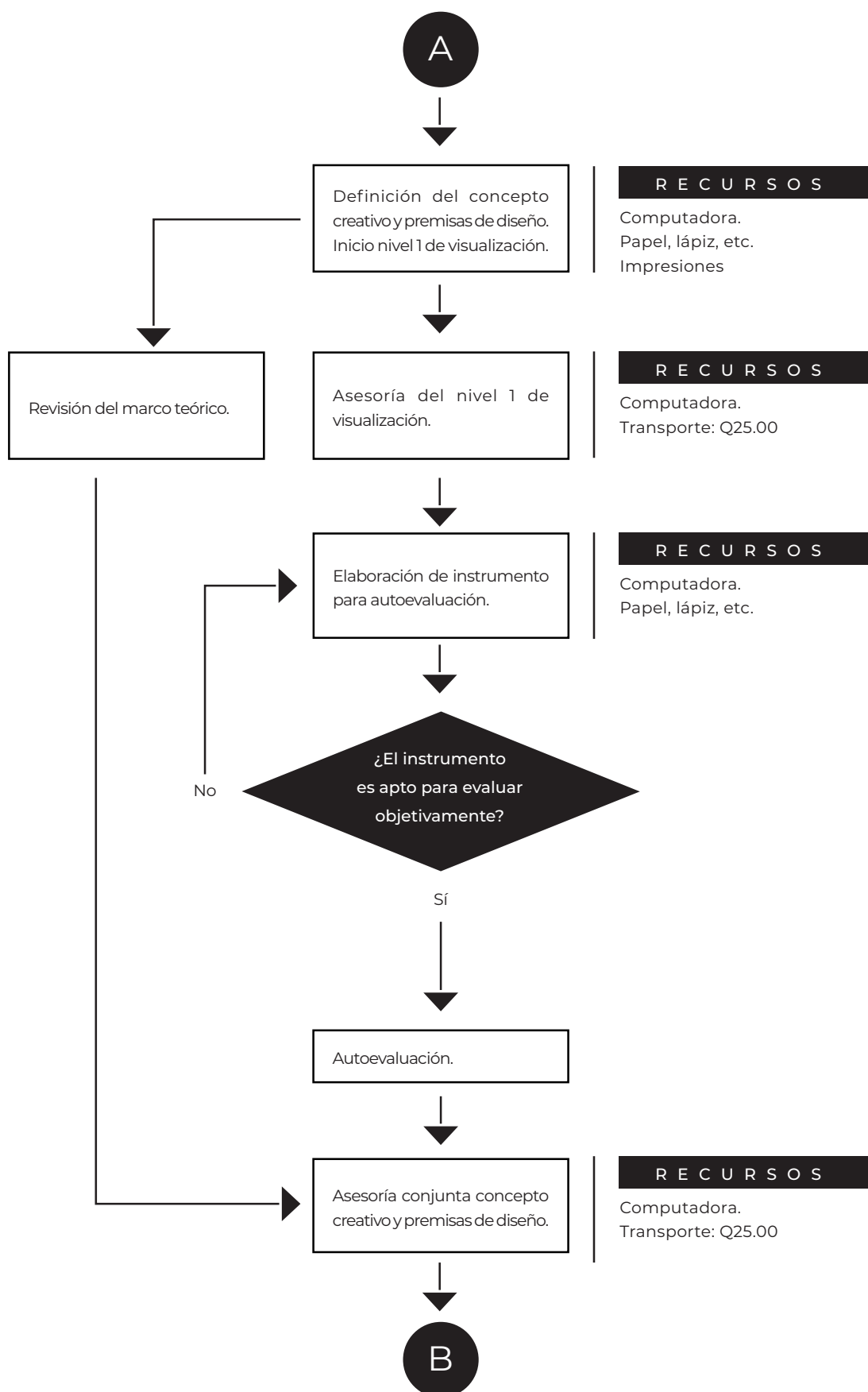


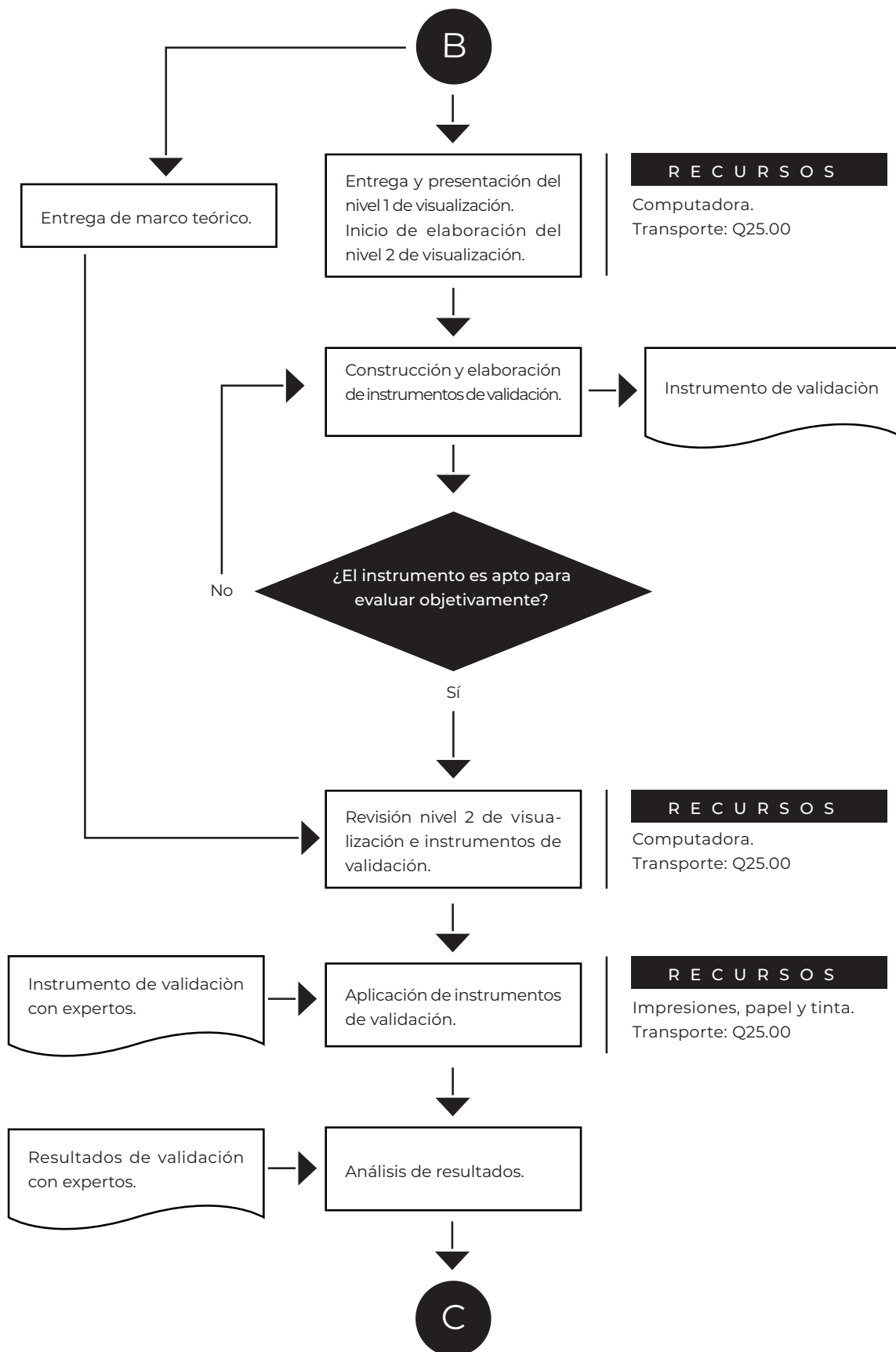
PLANEACIÓN OPERATIVA

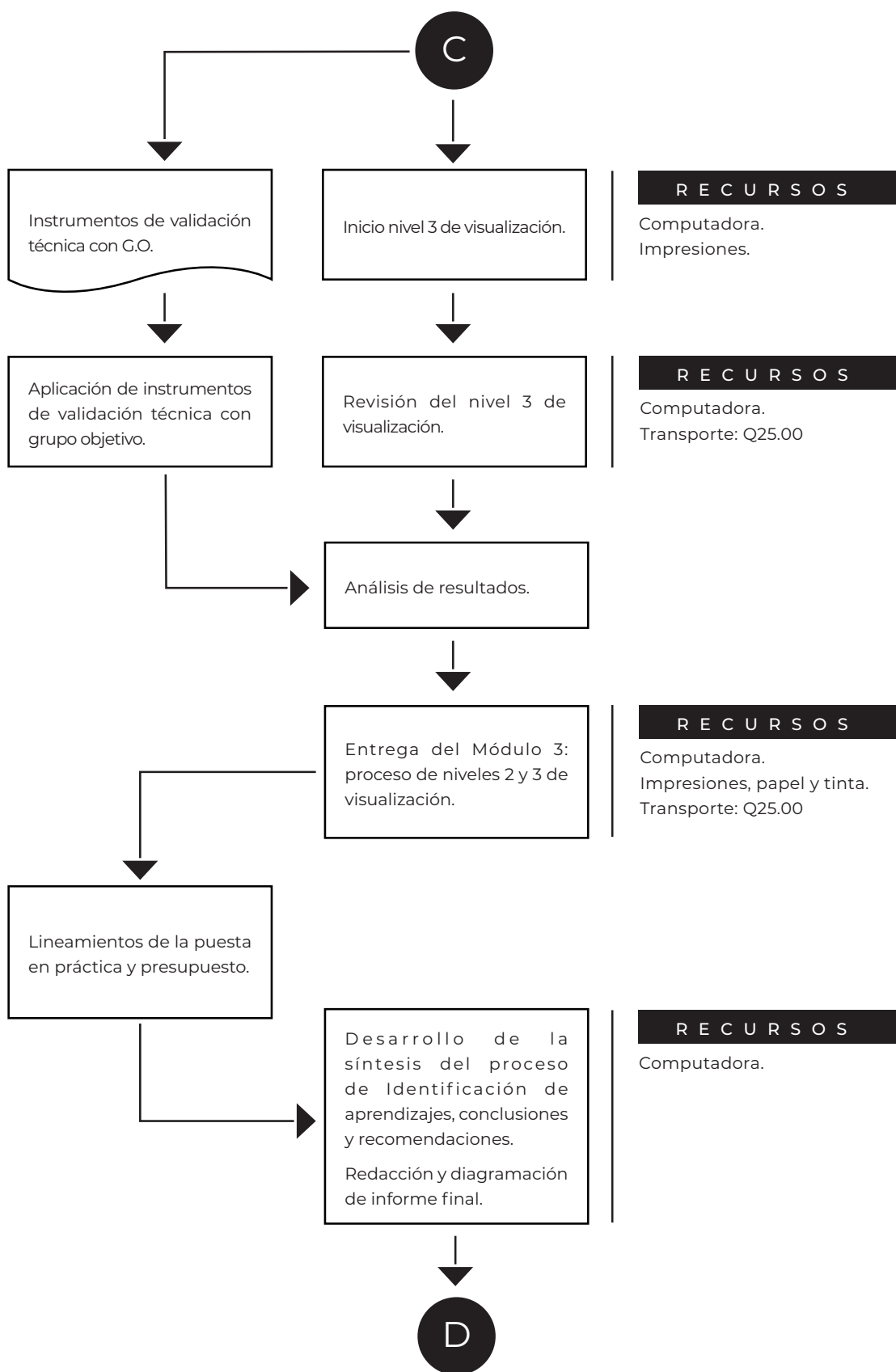
Flujograma y Previsión de Recursos
Cronograma

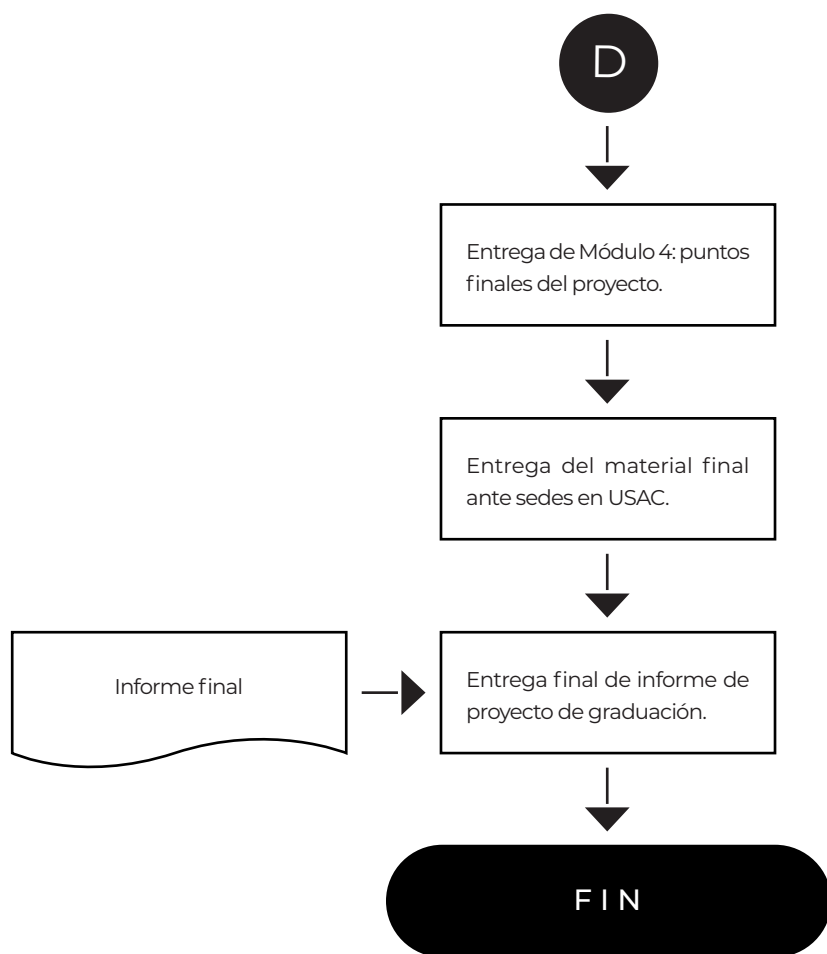
FLUJOGRAMA











PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS

Descripción	Costo
Transporte	Q 400.00
Depreciación de equipo	Q 1,000.00
Recursos de electricidad	Q 125.00
Gastos de impresión	Q 100.00
Total	Q 1,625.00

C R O N O G R A M A

A C T I V I D A D E S

- Asesoría para inicio del desarrollo del Marco Teórico.

- Revisión de la Planeación Operativa y el Marco Teórico.
- Explicación de definición creativa. Elaboración de briefing de diseño.

- Entrega de correcciones del protocolo.
- Entrega de Módulo 1: Planeación Operativa y Primer borrador del Marco Teórico.

- Inicio del Nivel 1 de visualización.
- Definición del concepto creativo y premisas.
- Revisión del Marco Teórico.

- Revisión del desarrollo del Marco Teórico.
- Revisión del primer nivel de visualización y autoevaluación.
- Asesoría conjunta Concepto Creativo y premisas de diseño.

A G O S T O

DO	LU	MA	MI	JU	VI	SA
				01	02	03
04	05	06	07	08	09	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

S E P T I E M B R E

DO	LU	MA	MI	JU	VI	SA
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

ACTIVIDADES

- Revisión del desarrollo del Marco Teórico.
- Revisión del primer nivel de visualización y autoevaluación.
- Inicio del segundo nivel de visualización.
-
- Entrega del Módulo 2: Marco Teórico Final, Definición Creativa.
- Entrega de Nivel 1 de visualización y autoevaluación.
-
- Revisión Nivel 2 de visualización.
- Aplicación de instrumentos de validación.
-
- Inicio del Nivel 3 de visualización.
- Elaboración de instrumentos de validación técnica con grupo objetivo.
-
- Revisión del nivel 3 de visualización.
- Aplicación de instrumentos de validación técnica con grupo objetivo.

SEPTIEMBRE

DO	LU	MA	MI	JU	VI	SA
01	02	03	04	05	06	07
08	09	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	01	02	03	04	05

OCTUBRE

DO	LU	MA	MI	JU	VI	SA
		01	02	03	04	05
06	07	08	09	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

ACTIVIDADES

- Revisión del nivel 3 de visualización.
- Inicio en la solicitud de cotizaciones.
- Resultados de validación.
-
- Entrega del Módulo 3: Proceso de Nivel 2 y Nivel 3 de visualización.
- Elaboración de fundamentación, lineamientos de la puesta en práctica y presupuesto.
-
- Desarrollo de la síntesis del proceso de Identificación de aprendizajes,
- Conclusiones y recomendaciones.
- Redacción y diagramación de informe final.
-
- Entrega de material a sede.
- Entrega de Módulo 4: puntos finales del proyecto.
- Entrega informe final.

OCTUBRE

DO	LU	MA	MI	JU	VI	SA
		01	02	03	04	05
06	07	08	09	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	01	02

NOVIEMBRE

DO	LU	MA	MI	JU	VI	SA
					01	02
03	04	05	06	07	08	09
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30



MARCO TEÓRICO

La falta de interés en la cultura e historia y su impacto en el desarrollo de la humanidad.
La importancia y evolución en el uso del material multimedia en los medios de comunicación.

LA FALTA DE INTERÉS

en la cultura e historia y su impacto en el desarrollo de la humanidad

A lo largo del desarrollo de la humanidad como especie, siendo esta formada en diferentes puntos geográficos con cierta distancia entre sí, y siguiendo el instinto de supervivencia, creando y formando sociedades; cada una de ellas desarrolló a su ritmo características, costumbres, modos de vida, hábitos, creencias, arte, etc. aspectos que se definieron de forma constante. Partiendo de esto, a este grupo de características se le denominó cultura, a todo el conjunto complejo de ideas, conocimientos adquiridos que caracterizan a una sociedad y se transmite de generación en generación. En otras palabras, puede decirse que es la base o la esencia de la identidad, (Significados.com, 2018).

Si bien el concepto de cultura puede ir más allá que solo definir la identidad de una sociedad, la importancia está centrada precisamente en ese concepto de analogía de características que definen a cada una como única, en esas diferencias que enmarcan la diversidad del pensamiento colectivo.

Naturalmente, como todo en la existencia, el aspecto cultural es algo que se mantiene en constante cambio, se adoptan nuevas costumbres o se reforman creencias, y algo que es importante añadir es el desarrollo como sociedad, en donde puede encontrarse un abanico mucho más grande de campos de estudio tal y como lo es el filosófico, el tecnológico, el artístico o literario por mencionar algunos.

Como puede verse, la importancia no se encuentra solamente en la identidad sino incluso en el desarrollo como sociedad o como especie, se han creado registros escritos de todos estos avances o elaborando objetos con el fin de transmitirse a futuras generaciones y es por ello que con el tiempo surgieron instituciones que se dedican a preservar, estudiar y exponer cada posible pieza cultural e histórica que exista; este es el caso de los museos, instituciones dedicadas al estudio y conservación histórica.

Un museo es definido como: “lugar donde se guardan y exhiben colecciones de objetos de interés artístico, cultural, científico, histórico, etc. Suelen ser gestionados por instituciones sin ánimo de lucro que intentan difundir los conocimientos humanos.” (Pérez Porto y Merino, 2009).

Como resultado del desarrollo paralelo de muchas sociedades, existen museos para un sin fin de categorías y culturas específicas, y a medida que se avanza se evidencia la necesidad de más y más espacios para este tipo de exposiciones.

Definiendo la importancia general que poseen los museos y en referencia al caso específico de Guatemala, cabe indicar que se han fundado varios dedicados, por ejemplo, a preservar piezas históricas de culturas antiguas, tales como la Maya, o de carácter religioso como el Museo Arquidiocesano de Santiago de Guatemala, también a la conservación biológica como lo es el Museo de Historia Natural de la Universidad de San Carlos y el Jardín Botánico.

Entre los más recientes se encuentra un museo dedicado a la preservación y exposición de una temática más reciente, este es el Museo de la Tipografía Nacional. El cual se dedica a la conservación de piezas y maquinaria de imprenta, utilizadas años atrás en la producción de materiales impresos como la prensa en Guatemala. Contiene una gran variedad de piezas y maquinaria de producción en monotipo y linotipo, además de talleres de imprenta en offset y digital los cuales aún se encuentran en funcionamiento.

El grupo objetivo principal de esta institución es todo aquel que se encuentre relacionado con el diseño gráfico, la imprenta, la comunicación y prensa, etc. Bien sea estudiante o profesional en ejercicio.

Desde el punto de vista académico puede mencionarse como ejemplo el caso del famoso pintor Pablo Picasso, muy reconocido por sus obras con un nivel de abstracción muy eficaz.

Antes de experimentar y desarrollar una nueva técnica, que requería la reducción de detalles hasta lo esencial, debió aprender a dominar lo mejor que pudo el realismo en pintura, (Cultura Inquieta, 2018).

Lo anterior alude a la idea, por ejemplo, de que existen reglas en el desarrollo del diseño gráfico; aunque cabe señalar que estas reglas no son inquebrantables; sin embargo, para romper alguna regla específica, en primer lugar, ésta debe conocerse por completo y contar con una razón válida de por qué dicha regla se rompe.

Con esta idea en claro, cabe destacar que la importancia de la exposición de las piezas históricas de la imprenta no se encuentra solamente en la existencia de la institución, sino también, en las personas que se relacionan con ella. Radica precisamente, en que, para llevar a cabo investigaciones o experimentos con el fin de realizar avances tecnológicos, o solamente por comprender y realizar estudios sobre el tema, es necesario también estudiar la historia detrás de ello. Los registros de avances anteriores permiten un punto de partida para crear mejoras. Es de conocimiento general, que hoy en día es muy difícil crear algo completamente nuevo e innovador, empero, esto no quiere decir, que lo que exista no pueda mejorarse.

La falta de interés en la historia y la cultura, referida en el presente caso, a la situación del Museo de la Tipografía Nacional, afecta el desarrollo académico, tecnológico y científico de las diversas actividades profesionales que buscan el avance y evolución de la sociedad humana en el campo de la comunicación. Este desinterés por la historia y la cultura, menoscaban el desarrollo de medios más eficaces, la utilización de menos recursos, o incluso, alternativas desde un punto de vista de desarrollo sostenible; puntos críticos cuando se habla de las expectativas del futuro ecológico si el consumo de los recursos continúa al ritmo actual.

Para entender cómo elaborar dichas mejoras, debe estudiarse el pasado en los registros históricos, identificando de qué forma pueden plantearse ideas de mejoramiento en los mecanismos y técnicas que se utilizan actualmente en la producción de imprenta.

Por el contrario, el interés en la historia y la cultura pueden dar en el futuro, como resultado, por ejemplo, un mejor desempeño en la comunicación, utilizando medios más accesibles, más eficaces, así como más posibilidades utilizando menos recursos en favor de la sostenibilidad.

Desde una perspectiva objetiva, las previsiones del futuro no todas presentan muchas esperanzas alentadoras, es por ello que es importante realizar cambios y aportes desde las diferentes ramas profesionales, puede lograrse, en conjunto, un cambio en la dirección que pueda tomar la situación en el mundo.

En este contexto es imprescindible la labor educativa de instituciones tales como: universidades, museos, escuelas, academias, exposiciones en general, etc. Los conocimientos expuestos constituyen fundamentos que permitirán alcanzar avances, crear mejoras, establecer y enriquecer la cultura; fomentar valores, principios y convicciones que permitan vivir en plenitud lo que podría considerarse una utopía.

“La historia permite que conozcamos el pasado para entender el presente y proyectarnos al futuro”, (Vital, 2016).

Aunque con anterioridad se tenía la idea de que la historia servía para identificar y discriminar a las personas cultas de las que no lo eran, fue un concepto que evolucionó a una mejor y mayor comprensión.

La historia no se limita a crear un registro de los hechos, por lo que es necesario estudiarla desde una perspectiva actualizada, que permita evaluar objetivamente los hechos históricos, tratando de posicionarlos en la coyuntura del momento para comprender el ¿por qué? de determinada sucesión de eventos, qué fue lo positivo y qué lo negativo, qué puede aprenderse del pasado, para saber qué evitar o qué funcionó y debe replicarse.

La humanidad evoluciona constantemente, aprendiendo de sus errores.

“Todos los seres humanos somos historias vivas. Por mencionar algunos ejemplos que pueden parecer obvios: utilizamos tecnologías que no inventamos nosotros mismos y hablamos lenguas que son heredadas del pasado; vivimos en sociedades con culturas complejas, tradiciones y religiones que no han sido creadas en el momento.” (Bembibre, 2011).

La historia tanto como la cultura pueden definirse también como el conjunto de conocimientos y legados que pueden transmitirse y aprenderse incluso de otras sociedades y civilizaciones dife-

rentes a la propia, de las cuales puede obtenerse conocimiento y aprendizaje para aplicarlo y buscar mejoras.

Los estudios históricos, en determinado momento, pueden considerarse poco tangibles si se comparan con los resultados de disciplinas y estudios científicos orientados a investigaciones de temas relacionados con la salud, genética, ingenierías, construcción y otros. Sin embargo, los resultados de los hechos históricos, generan impacto a largo plazo, y en muchas ocasiones, aportan conocimiento a otras ramas científicas. Ejemplo de ello son los descubrimientos científicos basado en estudios previos, que brindan evidencias registradas para estudios posteriores.

Estudiar la historia contribuye a comprender a una determinada sociedad. El entorno, las coyunturas que repercutieron en ciertas áreas del desarrollo, cómo funciona, qué problemas experimentó en el pasado y qué resolución se obtuvo, en caso de haberse encontrado una. Es positivo comparar la evolución histórica con el presente, a fin de identificar posibles soluciones a las problemáticas actuales.

En conclusión, puede afirmarse que el estudio de la cultura y la historia tienen como finalidad la búsqueda del progreso y la innovación, trascienden en simple hecho de registrar y analizar el pasado.

LA IMPORTANCIA Y EVOLUCIÓN

en el uso del material multimedia en los medios de comunicación.

Para definir lo que es un material multimedia se parte del concepto de que es la integración de dos o más medios distintos a través de un dispositivo, es la idea que se utiliza actualmente, sin embargo, es un término que abarca mucho más y que ha ido reformándose, (Pérez Porto y Gardey, 2014).

Con el fin de contextualizar históricamente el concepto de “comunicación”, es importante indicar que su significado es tan antiguo como el inicio mismo del fenómeno comunicativo. Como se mencionó anteriormente, el término define el uso de varios medios de comunicación integrados. Si analizamos la historia, los primeros intentos de comunicación se remontan a la emisión de sonidos para tratar de identificar objetos o situaciones; la observación como medio de recepción de información, el uso de gestos y más tarde el uso de códigos escritos.

Es hasta en la Edad Moderna que el término “multimedia” se utiliza con más frecuencia, al inventarse dispositivos capaces de reproducir material en varios medios simultáneamente. La investigación y desarrollo tecnológico ha permitido alcanzar aún más niveles de comunicación. Además, se introdujo el concepto de interactividad, donde el usuario posee la capacidad de controlar la presentación de los contenidos, por ejemplo, a través de botones que dirigen a ciertas acciones, deslizadores que manipulan características, etc., (UNLP, 2005).

Actualmente, con las capacidades tecnológicas pueden combinarse medios como el texto, audio, imagen, animación, video o interacciones, aunque no se limita a estos, dado que es un campo en auge de investigación, se encuentra el desarrollo de otros medios como la realidad aumentada, realidad virtual, simulaciones, etc., (Capgemini, 2018)

Los seres humanos utilizamos, simultáneamente, varios medios de comunicación, de forma natural. Cuando un mensaje es transmitido desde medios multimedia, este consigue capturar una mayor

atención del destinatario, en vista de que utiliza varios sentidos como receptores. Utiliza métodos nativos de comunicación, esto sumado a que generalmente el material multimedia contiene movimiento o animación. Por naturaleza, el ser humano tiende a enfocar la atención en objetos en movimiento; lo cual sucede de manera inconsciente; responde a una especie de programación que parte de fundamentos de supervivencia, que se remontan a épocas primitivas en las que se encontraba como nómada, cazando y protegiéndose del peligro. Desarrolló una reacción de alerta de forma automática ante cualquier posible amenaza, que se presentaba ejecutando movimientos, quienes eran posiblemente acechadores o animales feroces.

Hoy en día estas capacidades aún se muestran en otros contextos, con el mismo fundamento, por ejemplo, cuando alguien se ve o se siente amenazado, estará atento a cada objeto en movimiento que se le presente, en búsqueda paranoica (hablando de forma exagerada) de cualquier peligro posible. Esta reacción, con el paso del tiempo no fue relacionada solamente con el peligro, o la sensación de amenaza. El ser humano se siente atraído al movimiento desde el momento en que sus sentidos comienzan a desarrollarse. Esto es comprobable fácilmente al observar a un bebé en sus primeras etapas de desarrollo de los sentidos como el de la vista, en donde procura perseguir cualquier forma colorida que se mueva frente a sus ojos, incluso en las primeras etapas donde solamente puede percibir manchas.

Toda esta función inconsciente del ser humano ha sido estudiada por siglos, y más recientemente aplicada en los medios de comunicación, realizando estudios más específicos y que contando con la tecnología suficiente que podría hacer posible la producción de materiales que contuviera objetos en movimiento, no se ha dudado en tomar la decisión de aplicar, (Aznar Casanova, s.f.).

Capturar la atención del ser humano para transmitirle un mensaje masivo ha sido una tarea difícil en las últimas décadas, esto a causa de la sobreexplotación de los medios y la saturación publicitaria de los miles de productos que las empresas ansían vender y que compiten entre sí. Tantos mensajes, proyectados de manera simultánea ha hecho que el público pierda el interés, transformándolo más bien en un receptor selectivo, quien solo aceptará aquellos mensajes que le provoquen algún tipo de interés.

Se dice que, la atención puede retenerse, hablando de material multimedia, aunque aplicable a otros medios, cuando el mensaje logra enlazarse con el espectador en el primer vistazo; que debe durar menos de un segundo, después de ello si logra capturar su atención el espectador se retendrá y tratará de ver y comprender el resto del mensaje. Es en esta etapa donde entra en labor la doctrina del diseño gráfico, (Afiliados top, 2015).

Se ha comprobado que, cuando se trata de transmitir un mensaje masivo, debe estudiarse que el contenido sea el correcto, desarrollado mediante una estructura que facilite al espectador comprenderlo, pero, además debe tomarse en cuenta también el aspecto visual, que es parte esencial de la etapa de captura de la atención del receptor.

Muchos y diversos fundamentos del diseño gráfico aportan métodos y técnicas para la retención de la atención, desde una anomalía o el seguimiento, líneas de tensión, recorrido visual, jerarquías, uso de colores, etc. Un sin fin de posibilidades que deben estudiarse lo más profundamente posible, si se desea lograr un fuerte impacto a la mayor cantidad de personas posible.

Las libertades que permite el uso del multimedia, van desde desarrollar un mensaje largo en una secuencia con menos espacio físico, hasta el uso de materiales adicionales de apoyo para dar un contexto más específico y hacer ver al espectador más inmersivo.

En los tiempos actuales, el uso del recurso multimedia está globalizado y podría llegar a decirse que ha formado parte necesaria en el desarrollo humano y su comunicación, donde bien podría tomarse un término que comienza a verse arcaico. Toda la población hablando de las nuevas generaciones ya han crecido acompañados de esta tecnología, y es por ende que cualquier innovación tecnológica, lleva consigo por defecto las capacidades para el uso multimedia, es lo menos que puede esperarse, (Importancia.org, 2014).

Casi cualquier aparato electrónico de entretenimiento posee multimedia, se habla de que uno de los pocos aparatos que aún utilizan un medio es por ejemplo la radio, que solo utiliza el canal auditivo, y como puede verse es un dispositivo que poco a poco también se vuelve obsoleto con dispositivos que son capaces de cumplir la misma función pero añadiendo una interfaz gráfica.

El desarrollo de estos dispositivos con capacidades multimedia es un gran avance tecnológico, que aún siendo el subterfugio de la comodidad, permitió otros avances tecnológicos en el plano de la comunicación, dota al usuario de medios más propios a su forma nativa de comunicación. Se logra además capturar mejor la atención, la comprensión y un mejor desarrollo del contenido, cualidades que alientan al uso de multimedia en una amplia variedad de campos que van después del uso como un medio de comunicación.

“En los últimos tiempos, ha cobrado también cierta importancia el uso de equipo multimedia para referirse a los equipos capaces de conectarse a internet, si bien esta analogía es incorrecta en el sentido estricto de la palabra. Los equipos capaces de navegar por internet son multimedia en su mayor parte, pero no por el hecho de hacerlo, sino por permitir la reproducción de los contenidos de la red.” (Importancia.org, 2014).

En el campo de la educación ha cobrado un auge inminente, dado que en el caso de la enseñanza a personas de corta edad, entiéndase niños, se ven más atraídos por contenidos que incluyan movimiento y otros canales de comunicación que por lo general son combinaciones de audio y video.

La necesidad de implementar la tecnología multimedia ha sido tal, que hoy en día puede verse en casi cualquier lugar, desde un restaurante con un menú interactivo, un museo, un colegio o universidad, un automóvil, etc., (Urbano Mateos, s.f.).

“Existen diferentes plataformas en las que las empresas pueden incluir todo tipo de contenido multimedia (videos, gifs, imágenes o audios) con objeto de tener una imagen más visual, atractiva y renovada de cara al buscador y a los usuarios. Estas plataformas pueden ser página web, redes sociales, blog, publicidad online.” (Rocha y Echaverría, s.f.).

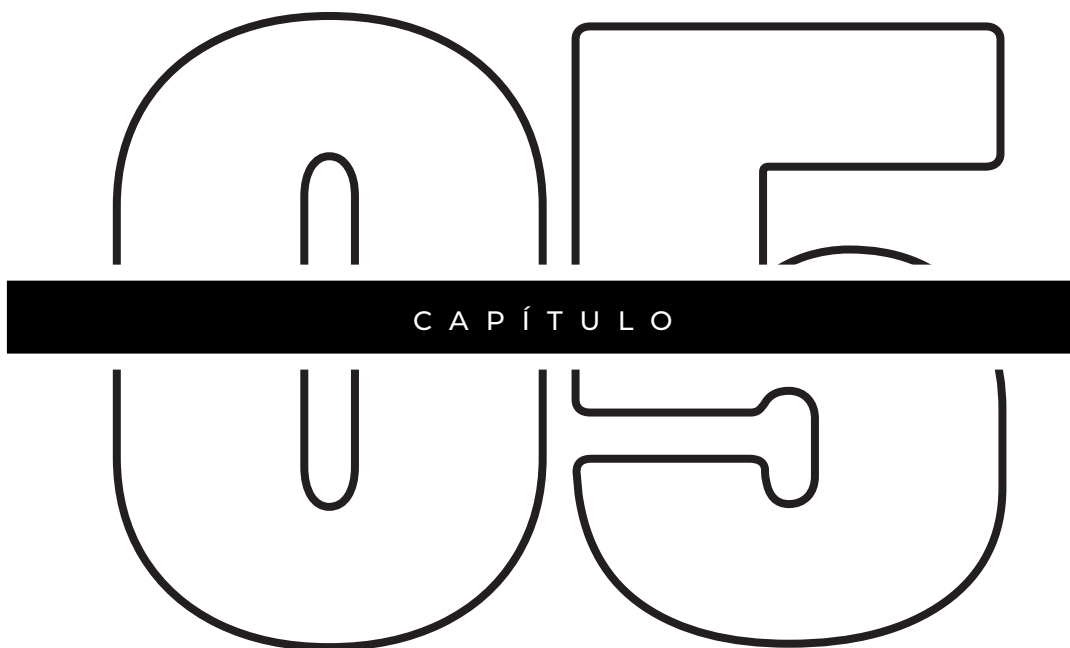
La capacidad del material multimedia de retener la atención, permite extender la misma en el observador, y por lo tanto, un impacto positivo del mensaje, asegurando que, al menos un mayor porcentaje del contenido informativo sea absorbido por el destinatario; aumentando también las posibilidades de recibir respuesta. Lo anterior, a diferencia de los medios convencionales, que podrían pasar desapercibidos.

El recurso multimedia también ha provocado un cambio revolucionario en la educación. Esto debido a su implementación en cursos, tutoriales, clases presenciales y virtuales, etc. Las instituciones, empresas o personas particulares crean contenido educativo en donde exponen la información de manera dinámica y con la ilusión de ser

personal (por ejemplo, en el caso de tutoriales, cursos o e-learning y otros). Los beneficios del multimedia se han acrecentado gracias al internet y almacenamiento digital. Además, los dispositivos electrónicos generalmente brindan al usuario la comodidad de acceder al contenido, en cualquier momento y casi desde cualquier lugar.

“Contar la historia de tu marca, presentar nuevos productos o sus packagings renovados, dar a conocer reformas o ampliaciones emprendidas en las instalaciones de la empresa o mostrar tu producto de alimentación como parte de una deliciosa receta que despierte el interés del usuario son solo algunas de las aplicaciones que la apuesta por lo multimedia puede aportar a tu estrategia corporativa.” (Landaluz, 2019).

En cuanto a las limitaciones de los recursos multimedia, es necesario señalar que requieren de electricidad para su funcionamiento. En el hipotético caso de una catástrofe global que inhabilite todos los medios de suministro de energía eléctrica, dichos recursos quedarían totalmente invalidados. Sin embargo, lo cierto es que el ser humano encontrará alternativas para su uso y funcionamiento. Además, cabe indicar que en la actualidad, la energía eléctrica es un recurso y servicio esencial para la humanidad, por lo que siempre se encontrará la forma de conseguirlo.



DEFINICIÓN CREATIVA

Briefing de diseño

Referentes visuales

Estrategia

Concepto creativo y premisas de diseño

B R I E F I N G

Se desarrollan preguntas que, en su respuesta de forma breve describen los posibles obstáculos del problema, respuesta y soluciones.

¿Qué obstáculos afectan al proyecto?

El presupuesto asignado a la institución fue reducido por reformas y decisiones de gobierno. Por lo tanto, la distribución de información por medios impresos para el museo se ve afectada.

¿Qué solución se dará al problema?

Distribución por medios alternativos, como el medio digital.

¿Qué se dirá y cómo?

Al ser un contenido de carácter científico, proporcionado por una institución pública, debe tratarse en tercera persona. En cuanto al contenido, se abordará información relacionada a las generaciones de la imprenta.

¿Cómo se transmitirán los mensajes?

Una serie de videos infográficos multimedia, los cuales se proyectarán en el recorrido que el Museo de la Tipografía Nacional ofrece a sus visitantes.

¿Qué acción se quiere que la audiencia realice después de recibir los mensajes?

Que el conocimiento que adquieran, sea de utilidad práctica en su desarrollo académico y profesional, que pueda permitirles explorar y experimentar de manera científica buscando progreso tecnológico.

¿Qué señales indicarán que se ha resuelto el problema del cliente?

El impacto se observará en su actividad durante y después del recorrido y cuando apliquen este conocimiento en sus respectivas áreas.

¿Qué aspectos son requerimientos del proyecto?

Actualmente, la institución cuenta con una identidad gráfica contenida en el Manual de Normas Gráficas. En el manual se especifican reglas y uso correcto de los elementos gráficos que se desarrollaron específicamente para la comunicación de la institución. Incluye elementos tales como: paleta de colores, isotipo y logotipo, retículas de diagramación, iconografía, etc.

REFERENTES VISUALES

A continuación se refieren proyectos con problemáticas similares, esto con el fin de recabar información de cómo se han desarrollado las soluciones al problema que se plantea y determinar posibilidades.

MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA



Imagen 1. Logotipo del Museo Nacional de Colombia. Museo Nacional de Colombia. Portal oficial. 2019. Acceso el 25 de 09 de 2019, <http://www.museonacional.gov.co/Paginas/default.aspx>



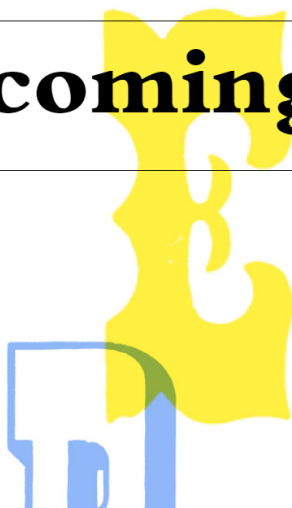
Imagen 2. Museo Nacional de Colombia. Así es la experiencia de los visitantes en la exposición Pedro Nel Gómez, relatos de nación. Video, 6 de junio 2019. Acceso el 25 de 09 de 2019, <https://youtu.be/f22crw54Zpc>

El museo produce recurrentemente material para publicar en plataformas de streaming de video, como por ejemplo Youtube, la mayor parte de ellos son producciones de video y entrevistas. El contenido se centra, principalmente, en evidenciar las experiencias de los visitantes, información y datos de interés.

TIPOTECA

TIPOTECA

Upcoming Events



Exhibition

Thursday 20 June at 8.30pm - Saturday 12
October at 6.00pm

**The graphic
revolution of
Campo Grafico.**

Imagen 3. Tipoteca italiana. *Portal oficial*. Acceso el 25 de 09 de 2019, <http://www.tipoteca.it/>



Imagen 4. Tipoteca Italiana. *Tipoteca Italiana*. Video, 27 de octubre 2015. Acceso el
25 de 09 de 2019, <https://vimeo.com/143753419>

La mayor parte del material audiovisual está centrado en las técnicas y el desarrollo de la imprenta, la maquinaria y las experiencias dentro del desarrollo.



Imagen 5. Museo Nacional del Prado. *Portal institucional*. Acceso el 25 de 09 de 2019, <https://www.museodelprado.es/>



Imagen 6. Museo Nacional del Prado. *Welcome. Museo Nacional del Prado*. Video, 12 de marzo del 2018. Acceso el 25 de 09 de 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=KdQRjgvqxwg&feature=youtu.be>

Debido su gran alcance, siendo uno de los museos más importantes del mundo en cuanto a arte pictórico de grandes maestros europeos se refiere; su presencia en medios se enfoca en exponer experiencias y opiniones de expertos o análisis de pinturas específicas.

MUSÉE DU LOUVRE



Imagen 7. Museo de Louvre. *Alone in the Louvre*. Video, 11 de septiembre 2019. Acceso el 25 de 09 de 2019, <https://youtu.be/z7tX9eeojZY>



Imagen 8. Museo de Louvre. *Alone in the Louvre*. Video, 11 de septiembre 2019. Acceso el 25 de 09 de 2019, <https://youtu.be/z7tX9eeojZY>

El museo con mayor visitas hasta la fecha (2019), el material audiovisual que realiza está basado en las obras que expone, recorridos y entrevistas relacionadas.

MUSEO INTERACTIVO MIRADOR



Imagen 9. Museo Interactivo Mirador. *Video institucional Museo Interactivo Mirador - MIM*. 15 de noviembre 2017. Acceso el 25 de 09 de 2019, https://youtu.be/bd_SPJonMgY



Imagen 10. Museo Interactivo Mirador. *Video institucional Museo Interactivo Mirador - MIM*. 15 de noviembre 2017. Acceso el 25 de 09 de 2019, https://youtu.be/bd_SPJonMgY

Museo de ciencia ubicado en Santiago, Chile, en sus instalaciones se encuentran espacios interactivos con elementos y mecanismos relacionados a temas científicos.

E S T R A T E G I A

A continuación, se plantean tipos de materiales y sus características que permitan determinar alternativas y soluciones para el óptimo y factible desarrollo del proyecto.

Material infográfico multimedia	
Ventajas	Desventajas
No requiere de impresión. Ecológico. Versátil / Adaptable. Reutilizable indefinidamente. Puede incluirse más información en menos espacio físico. Puede editarse sin requerir reimpresión. Captura mejor la atención. Inmersivo. Puede publicarse en otros medios de difusión.	Proyección en espacio limitado. El proceso lleva más tiempo que el material editorial. Requiere al menos 2 medios simultáneos para ser eficaz. Se proyecta a grupos de personas.
Material editorial	
Ventajas	Desventajas
Práctico. Puede venderse. No requiere de otros dispositivos para utilizarse. Presentación formal.	La reproducción es costosa. Limitaciones de recursos económicos. Los cambios requieren nuevas impresiones. Puede sufrir desgaste con el uso y el tiempo. Uso de recursos naturales.

ESTRATEGIA

Paneles informativos	
Ventajas	Desventajas
Requiere de menos impresiones. Pocas copias. Puede permanecer en un espacio durante más tiempo. Posición fija.	Información limitada. Corre el riesgo de ser ignorado. Requiere de espacios físicos dentro del recorrido. Cantidad de piezas limitadas. Tamaño excesivo por la cantidad de información. La actualización requiere de reimpresión.

Aplicación AR	
Ventajas	Desventajas
Reproducción en una variedad de dispositivos. Actualización y publicación en menos tiempo. Permite integrar interactividad. La interacción puede llamar la atención del visitante.	La codificación de la aplicación es compleja. Debe registrarse mucha más información lo que llevaría más tiempo completarla. Podría presentar limitaciones en cuanto a las capacidades de los dispositivos. Los cambios podrían requerir más tiempo del esperado.

Decisión

Considerando la factibilidad, el uso de recursos y las necesidades del cliente, se resuelve que la propuesta que cumple con mayor eficacia con los requerimientos es el **material infográfico multimedia**.

PROCESO DEL CONCEPTO CREATIVO

6 W ' S

Esta técnica se trabaja mediante 6 preguntas que se relacionan con la razón de ser del proyecto, busca definir y esclarecer de mejor manera las bases para desarrollar una solución creativa.

WHAT? (¿ QUÉ ?)

Una serie de infografías animadas sobre las generaciones de tecnologías de imprenta, las cuales serán monotipo, linotipo, offset y digital, en cada una de ellas se presentará parte de la historia, proceso o función de los mecanismos y su utilidad donde podrían colocarse algunos ejemplos.

WHY? (¿ POR QUÉ ?)

Para facilitar y comunicar la información a todos los visitantes, fomentando al progreso académico y profesional de los interesados.

WHERE? (¿ DÓNDE ?)

En el Museo de la Tipografía Nacional, a través de un medio de reproducción digital.

WHO? (¿ QUIÉN ?)

Para estudiantes de diseño gráfico en su mayoría, además de ciencias de la comunicación, publicidad, arquitectura y periodismo.

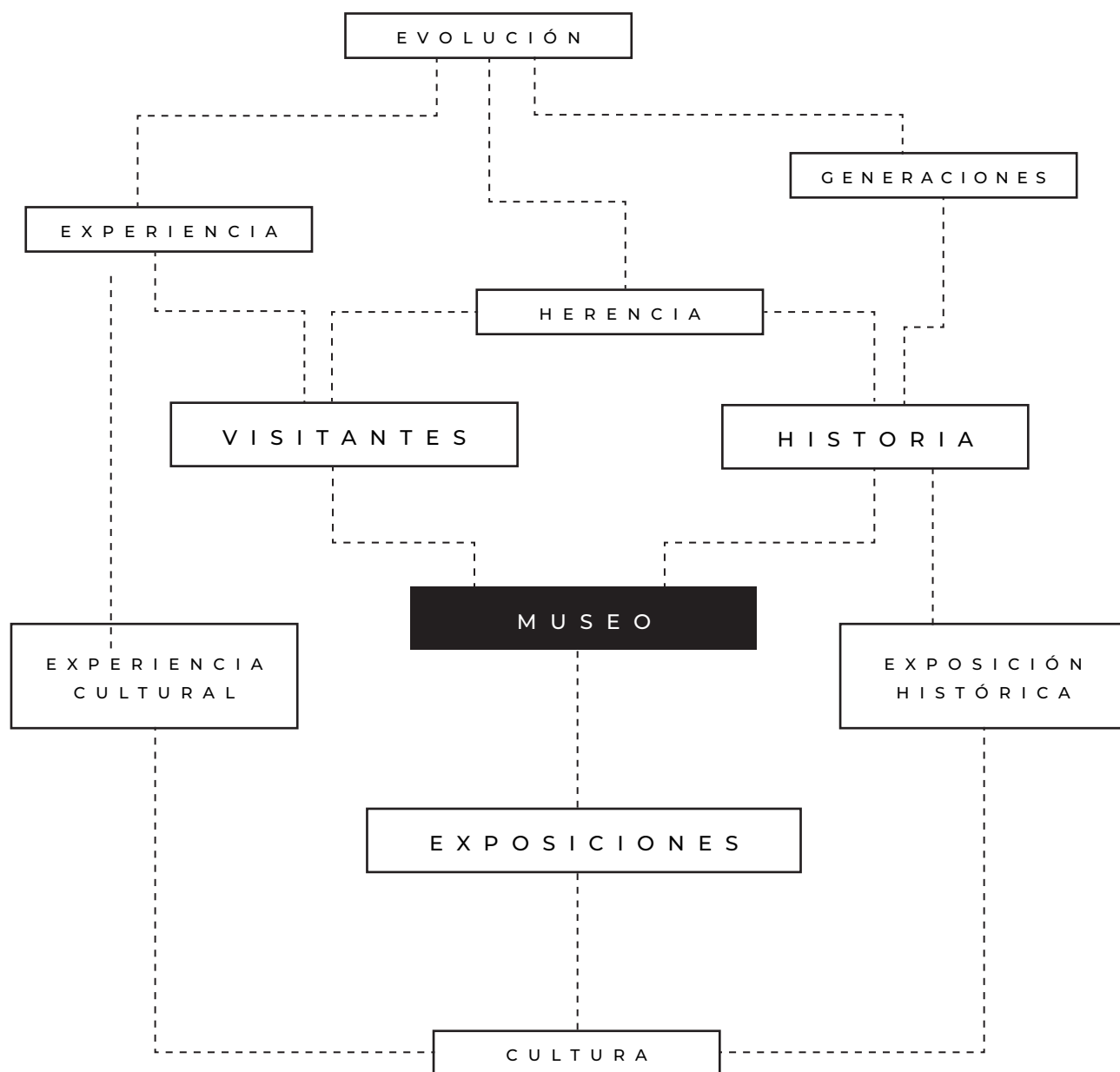
WHEN? (¿ CUÁNDO ?)

Durante o previo a los recorridos por el museo.

HOW? (¿ CÓMO ?)

Mediante pantallas que reproduzcan el material de manera recurrente, o bien, como introducción al recorrido.

Esta técnica se utiliza para organizar las ideas, desgregando el abanico de posibilidades en el que se puede enfocar un problema.



R E L A C I O N E S F O R Z A D A S

Por medio de esta técnica se busca una serie de palabras aleatorias y una serie de palabras que tengan relación con el problema o el proyecto. En el presente caso se realizó un paso extra en donde se buscaron palabras relacionadas con las palabras aleatorias elegidas, luego se busca forzar una relación entre una palabra por cada grupo.

Cemento - Unión - Dureza - Construcción - Material	Ayudante - Mano derecha - Apoyo - Ayuda	Surf - Mar - Olas - Dirección - Nadar	Gemelo - Personalidad - Copia - Similitud - Apariencias	Tipografía - Escrito - Código - Carácter - Comunicación	Deconstrucción de la tipografía Comunicación direccional Código espacial
Bandera - Identidad - Único - Representación - Sociedad	Film - Historia - Producción - Personajes - Escenarios	Barrer - Limpieza - Ordenar	Nervios - Ansiedad - Trastorno	Imprenta - Libros - Escritos - Publicaciones -	Fragmentos de identidad Fragmentación histórica Desfragmentación tipográfica
Singular - Único - Diferente -	Tráfico - Multitud - Recurrencia -	Lejos - Distante - Tiempo	Baño - Cambio - Purificar - Renovar	Maquinaria - Mecanismo	Mecanismos de cambio Renovación atemporal Renovación recurrente
Turbulencia - Ruido	Espectro - Ente - Invisible - Materia - Efímero	Anillo - Compromiso - Detalle - Adorno	Combate - Ataque - Defensa - Técnica	Exhibición - Arte - Evidencia - Registro	Registro mecánico Arte compreso Registro efímero
Filosofo - Cortante - Ligero - Fino - Preciso	Mapa - Ubicación - Guía - Recorrido	Espanja - Absorber - Comprimir - Contener	Cañón - Disparo - Lanzamiento - Ignición - Mecha - Detonante -	Museo - Exposición - Registro - Entidad - Organización -	Exposición efímera Registro artístico Mecanismo de transformación Absorción de Historia

Tomando como base los hallazgos relacionados al insight encontrado (ver pág. 56), se busca un concepto con relación al mismo. Partiendo de la variabilidad de las relaciones forzadas, se seleccionan términos relacionados a la experiencia del visitante con palabras aleatorias.

Metal Místico	Imaginación	Imaginación fundida Espíritu de imaginación
Mezcla	Curiosidad	Mixtura de conocimiento
Morfema	Exploración	Imagina tu exploración Exploración instintiva
Cápsula	Aprender	Amalgama imaginativa
Volcán	Singularidad	Detonante singular
Antártida	Instinto	Instinto de supervivencia moderna
Inmersión	Niño	Sumérgete en tu historia Vuelve a ser niño Curiosidad de niño
Cuna	Experiencia	Cuna de la imaginación Cuna de experiencias Viaje efímero

De los resultados se toman varias posibles combinaciones y se elije la más apta para ser materializada en el proyecto, en este caso se tomó “Curiosidad de niño” por ser el que mejor se adapta y forma un puente entre las necesidades del proyecto y el insight encontrado.

I N S I G H T

Se realizaron entrevistas a personas con características que los identificaban dentro del grupo objetivo establecido para el proyecto.

Las preguntas que se realizaron fueron:

- ¿Cuándo fue la última vez que visitaste un museo cuál y por qué?
- ¿Qué siente al estar en el museo?
- ¿Cómo se transportó hacia este lugar?
- ¿Qué busca al entrar en un museo?
- ¿Cómo mejorarías tu experiencia en un museo?
- ¿Para qué irías a un museo?
- ¿Qué te motivaría a ir a un museo?

Las respuestas obtenidas por medio de las entrevistas permitieron realizar un análisis para establecer coincidencias.

Es importante señalar, que las entrevistas permitieron conocer que el grupo objetivo realiza entre dos y cuatro visitas a museos durante la carrera, la mayor parte de estas visitas se deben a requerimientos académicos.

Una vez dentro de un museo se destaca la experiencia del visitante, donde la mayoría menciona que la motivación principal durante los recorridos que realizan es la curiosidad, acompañada de imaginación.

INSIGHT

“Los museos hacen que vuele mi imaginación.”

Se descubrió que una de las principales razones por las cuales, las personas deciden visitar un museo se debe a que despierta su curiosidad. Imaginar y discernir cómo funcionaba tal pieza, qué utilidad tenía esta herramienta, quién lo utilizó, qué había en el momento en que se realizó una determinada obra, en pocas palabras la historia que hay detrás.

La visita a un museo propicia la reflexión y el análisis, lo cual provoca el cuestionamiento, a sí mismo, de pensamientos tales como: ¿Qué es y qué hace?, podría decirse que fue la base de lo que hoy en día se conoce como la Filosofía.

Las personas tienden a tomar mayor interés por las situaciones, objetos u otras cosas que les motiven a realizarse estas preguntas, permanecer con la

incógnita puede provocar ansiedad o efectos emocionales que les pueden estimular a explorar las posibilidades, investigar hasta encontrar la respuesta o satisfacer su interés.

La curiosidad que se despierta como un instinto en el espectador al observar las exposiciones está relacionada con su capacidad imaginativa, donde se transporta a un espacio en su mente en el que busca visualizar y sumergirse en una experiencia única y propia de interconexión con el elemento detonante, que a su vez, le transmite información sobre su contexto, utilidad, función, historia, intercambio que resulta en un complejo efecto cognitivo que por un instante evoca la imaginación.

CONCEPTO CREATIVO

Curiosidad de niño

El concepto alude a las emociones o reacciones que sienten los niños al encontrarse con experiencias de curiosidad, esto no quiere decir infantil, más bien la imaginación que se desencadena al encontrarse con algo que es nuevo para ellos, y el instinto de indagación para descubrir y aprender más de ello, misma curiosidad que ha aportado al desarrollo evolutivo del ser humano.

No hay mejor representante de la curiosidad que un niño preguntando por todo “¿Qué es eso?; ¿Para qué sirve?; ¿Por qué es así?; mismas preguntas que toda persona adulta se plantea internamente cuando se encuentra en una situación similar, la diferencia con un niño, es que busca una respuesta a sus propias preguntas, al buscar la respuesta utiliza su imaginación y pensamiento lógico; aspectos importantes en la experiencia como espectador de exhibiciones de museo.

REQUERIMIENTOS

COLOUR :



La institución cuenta con una identidad gráfica, desarrollada por proyectos de Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) desarrollados con anterioridad. Posee un manual de normas gráficas, y entre los aspectos que se toman en cuenta, es el uso del color.

ELEMENTOS :



Se puede aplicar de forma opcional, el uso de ciertos elementos como separadores, patrones de fondo, etc.

TIPOGRAFÍA :

Rr Rr

El manual de normas gráficas incluye un apartado de uso tipográfico, que contiene los nombres de las familias que se utilizan, sus usos correctos e incorrectos, jerarquías, etc.

LOGO :



Cuenta con un logotipo e isotipo que lo identifica de los demás museos.

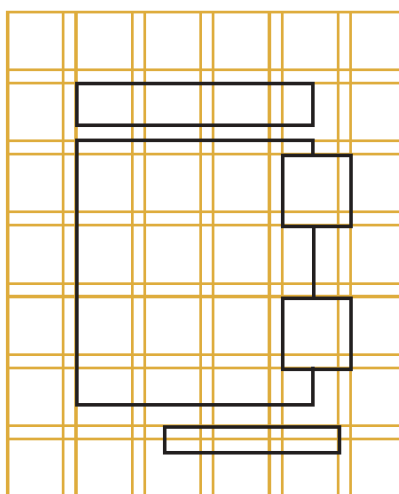
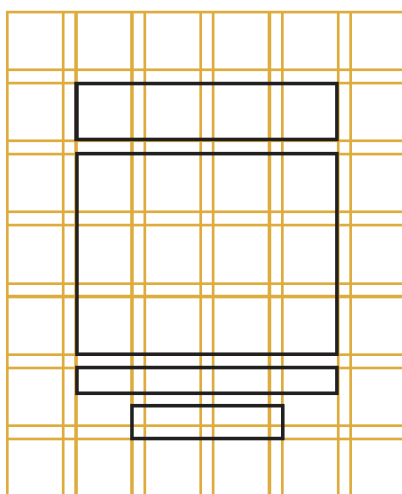
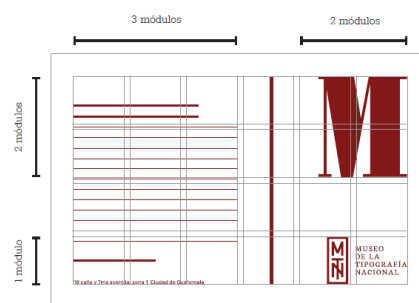
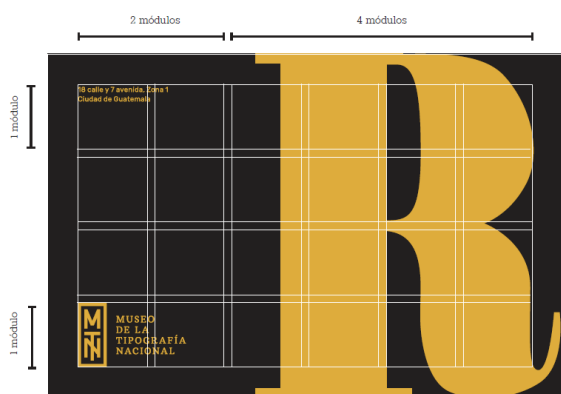
El mismo posee sus reglas de usos correctos e incorrectos, además de sus posibles aplicaciones, tamaños mínimos, etc.

PREMISAS

GRUPO 1

RETÍCULA

Se proponen varias composiciones en el uso de retícula incluidas en el manual de marca de la institución, en la cual se definen los espacios (denominados módulos) dentro de una cuadrícula.



PREMISAS

GRUPO 1

ILUSTRACIONES

Con el fin de proyectar un contraste entre los elementos tipográficos e ilustrativos, y facilitando su manipulación a nivel de animación (tomando en cuenta que son partes de máquina), es propuesto además el uso de elementos 3D.



P R E M I S A S

G R U P O 2

TIPOGRAFÍA

Aunque el manual de identidad establece el uso tipográfico, se sugiere implementar también la combinación de las siguientes tipografías.

Rr Aa

Rozha One

Montserrat

ELEMENTOS

En cuanto al uso de elementos, se añade la opción en el uso de líneas, iconografía de un solo color (preferiblemente en negro por legibilidad) y elementos fotográficos en tonalidades grises.



P R E M I S A S

G R U P O 2

C O L O R

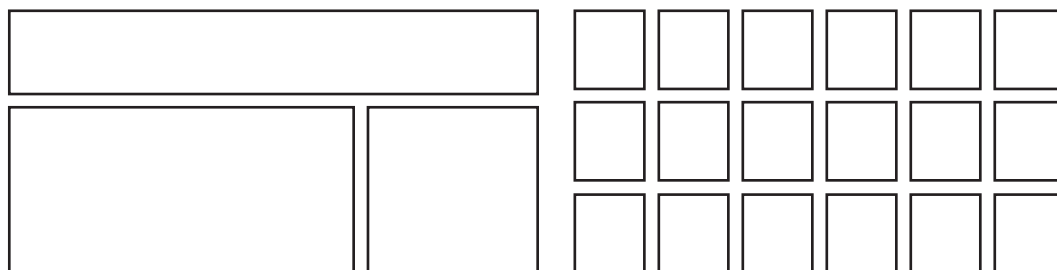
El manual establece el uso cromático, sin embargo, se sugiere la posibilidad de añadir no más de dos colores de la misma saturación y brillo o neutros como el gris.



Combinaciones de color

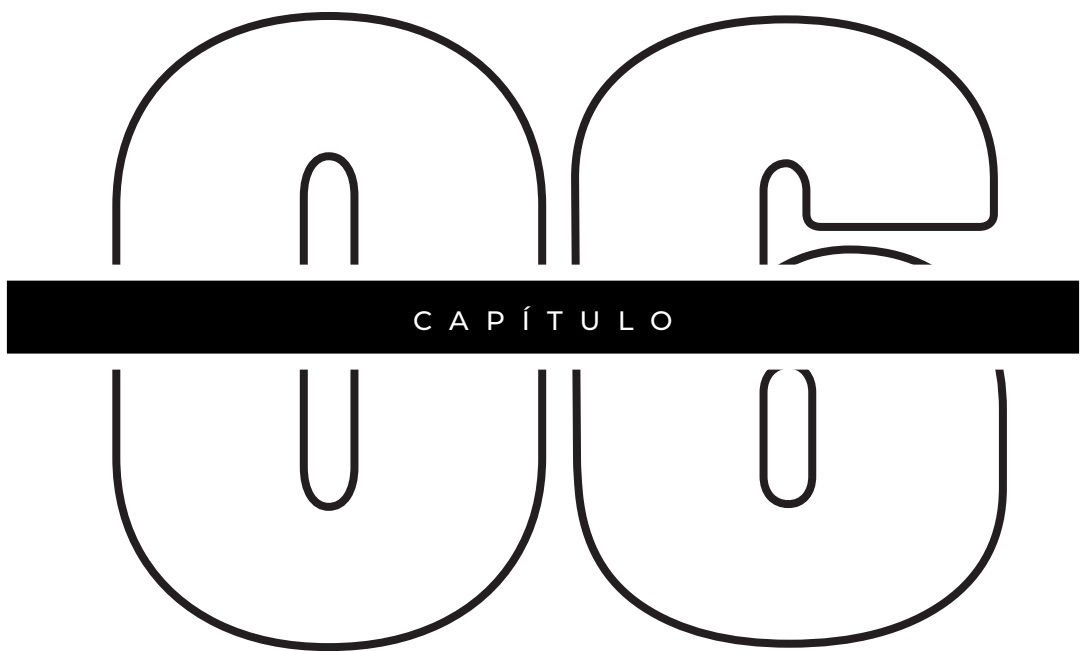
R E T Í C U L A

Como opciones adicionales se puede utilizar una retícula jerárquica basada en la retícula modular, esto con el fin de mantener una distribución ordenada de los elementos que permita al usuario una fácil lectura y mantener el hilo conductor del contenido tomando en cuenta que será una secuencia de imágenes o video.



Retícula jerárquica

Retícula modular



PRODUCCIÓN GRÁFICA Y VALIDACIÓN DE ALTERNATIVAS

Nivel 1 de visualización

Nivel 2 de visualización

Nivel 3 de visualización

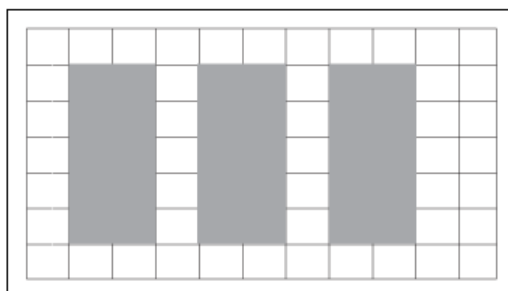
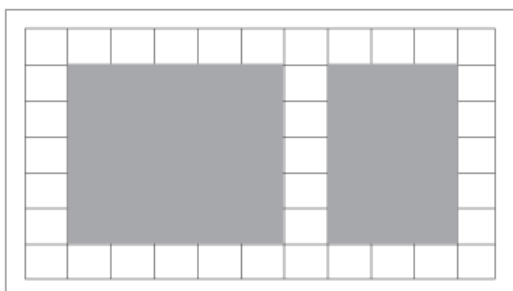
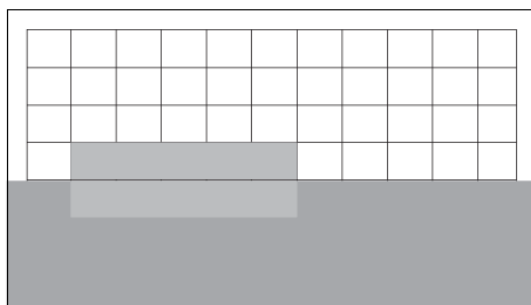
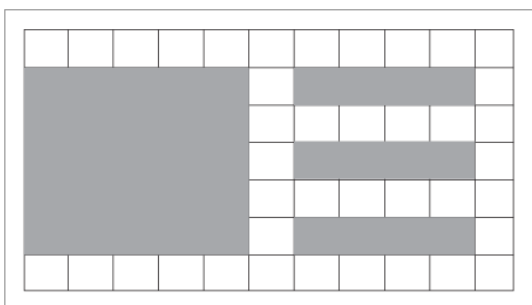
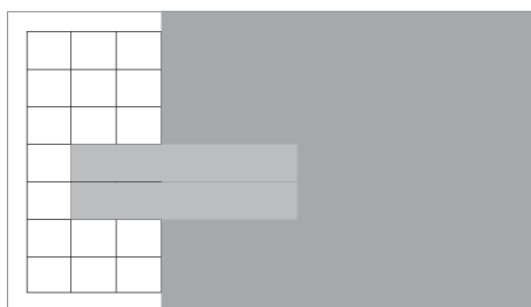
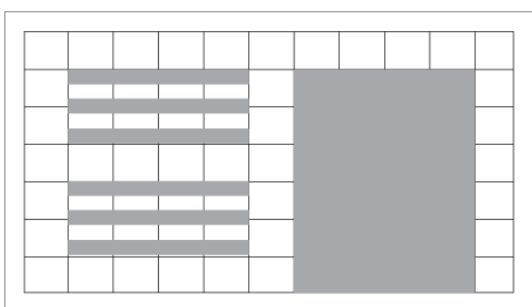
Fundamentación de la propuesta final

Lineamientos de puesta en práctica

NIVEL DE VISUALIZACIÓN 1

OBJETIVO

Iniciar el proceso de preproducción, realizando el bocetaje de la distribución de los elementos que compondrán las piezas gráficas. Además, elaborar los primeros script y storyboards que servirán como base para el desarrollo próximo del proyecto.



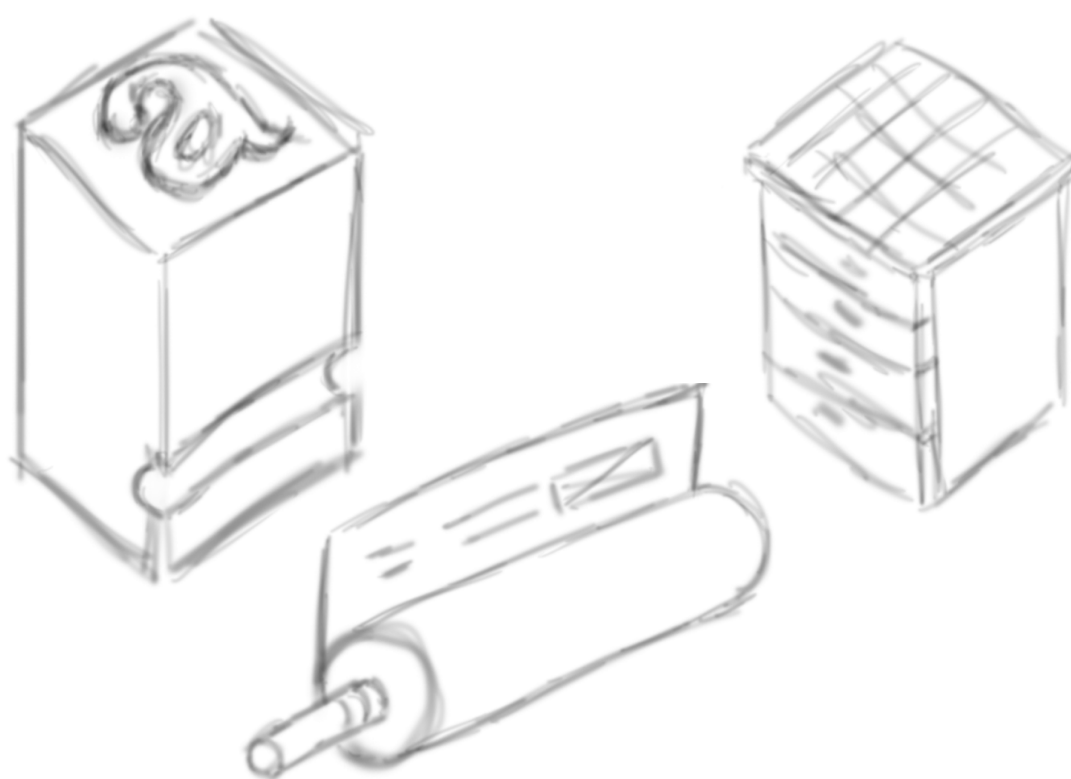
PROCESO

Utilizando herramientas de autoevaluación, se definieron y validaron diferentes aspectos de las diversas propuestas elaboradas las cuales se desarrollaron con base en diferentes combinaciones de las premisas planteadas anteriormente.

Se bocetaron diferentes diagramaciones para los objetos, en vista de que las piezas a elaborar son similares, el proceso se realizó en una de las piezas y una vez seleccionada y definida se aplicaría al resto de piezas.

Además, se planteó el uso de ilustraciones digitales y puesto que se representarán mecanismos y partes de maquinaria, para facilitar su posterior animación se decidió que también éstas fueran realizadas en modelado tridimensional.

Después de seleccionar la mejor propuesta, se llevaron a cabo los primeros procesos de preproducción, el cual consistió en elaborar un script para cada video con una duración aproximada de 120 segundos cada uno. Cada script fue validado, como un requerimiento previo a la elaboración de los storyboard ya que este también funcionaría como script de locución.



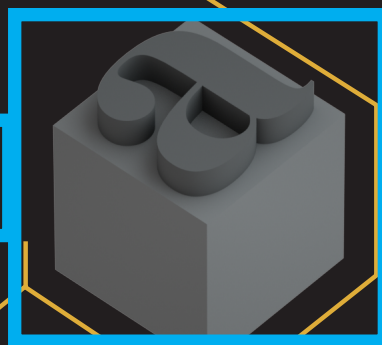
PROPUESTA 1

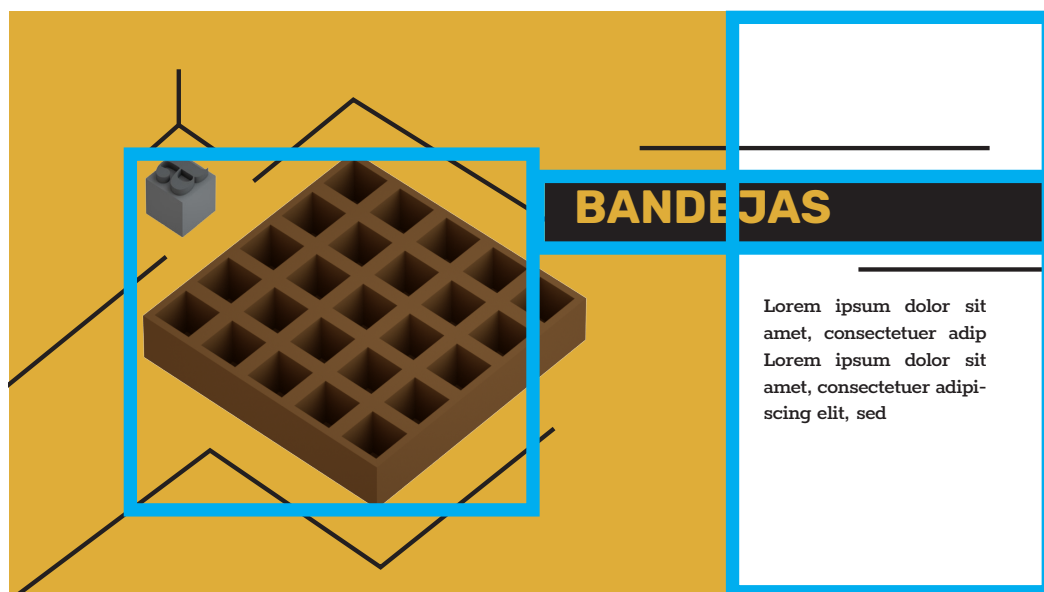
MONOTIPO



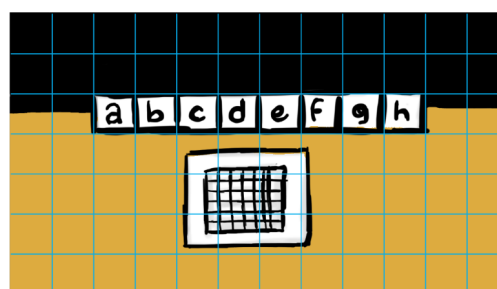
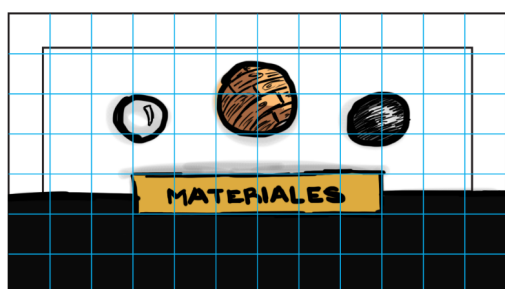
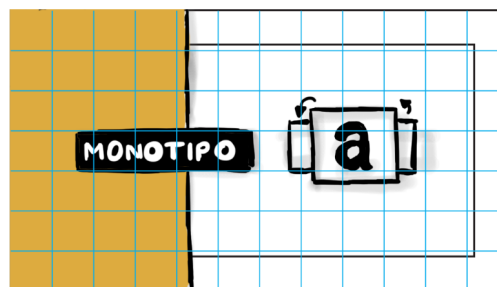
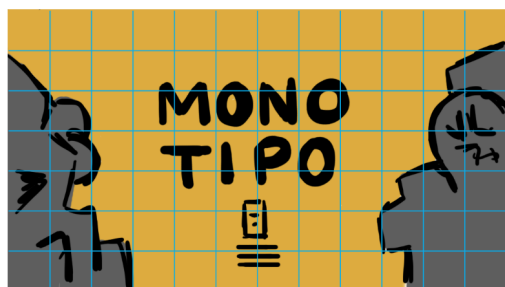
MUSEO
DE LA
TIPOGRAFÍA
NACIONAL

MONOTIPO



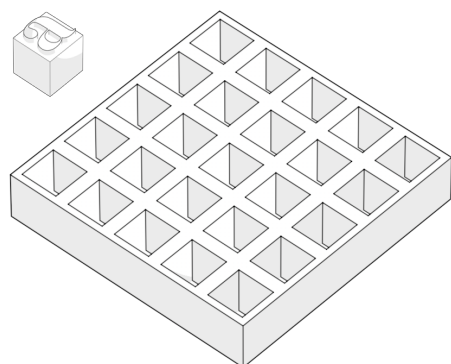


PROPUESTA 2



PROPUESTA 3

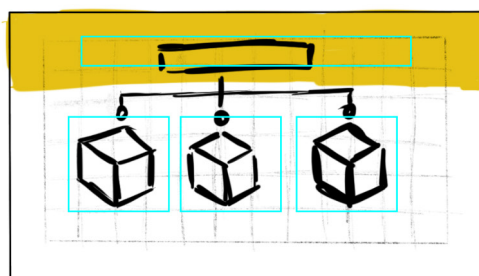
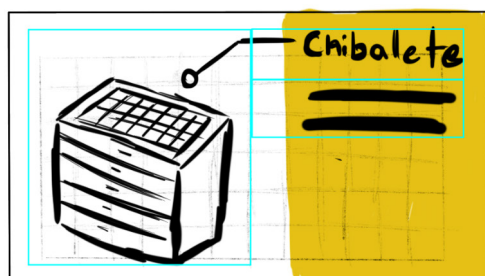




BANDEJAS

Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur adip
Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur adipi
scing elit, sed

PROPUESTA 4



A U T O E V A L U A C I Ó N

N I V E L D E V I S U A L I Z A C I Ó N 1

P R O P U E S T A 1

A S P E C T O	E F E C T I V I D A D									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recorrido visual.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐
Cantidad de elementos.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐
Equilibrio o balance.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐
Jerarquía.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐
Contenido.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐
Impacto visual.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐
Comunica correctamente.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐
Ruido.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐

C A L I F I C A C I Ó N : 8 . 2 5

P R O P U E S T A 2

A S P E C T O	E F E C T I V I D A D									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recorrido visual.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐
Cantidad de elementos.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐
Equilibrio o balance.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐
Jerarquía.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐
Contenido.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐
Impacto visual.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐
Comunica correctamente.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐
Ruido.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐

C A L I F I C A C I Ó N : 8 . 7 5

PROPUESTA 3										
ASPECTO	EFECTIVIDAD									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recorrido visual.	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐	☐
Cantidad de elementos.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐
Equilibrio o balance.	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐	☐
Jerarquía.	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐	☐
Contenido.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐
Impacto visual.	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Comunica correctamente.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐
Ruido.	☐	☐	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
CALIFICACIÓN: 5.75										

PROPUESTA 4										
ASPECTO	EFECTIVIDAD									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recorrido visual.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐
Cantidad de elementos.	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Equilibrio o balance.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐
Jerarquía.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐
Contenido.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐
Impacto visual.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐
Comunica correctamente.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐
Ruido.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐
CALIFICACIÓN: 7.75										

Se seleccionó la propuesta dos, la cual representa de mejor forma la secuencia de imágenes, presenta mayor versatilidad ante las demás en la distribución de los objetos utilizando una retícula jerárquica sobre una guía modular, mayor similitud en el aspecto visual con relación a la institución y mantiene la legibilidad.

Con la propuesta seleccionada se procede al bocetaje de script y storyboard.

M O N O T I P O

S C R I P T V E R S I Ó N 0 2

Fue la primera generación de la imprenta en la Tipografía Nacional. Etimológicamente mono – uno y tipo – letras.

Se les llaman también tipos sueltos, se almacenan en bandejas con divisiones que forman pequeñas cajitas las que a su vez se guardan en armarios de madera que se conocen como chibaletes (etimológicamente del francés chevalet, que significa caballete) (Gomez de las Heras, 2018).

Los tipos pueden ser de madera, plomo y plástico sintético.

Requerían de electricidad para su funcionamiento, mas no de altas temperaturas.

A las personas que trabajan en este oficio se les llama cajistas.

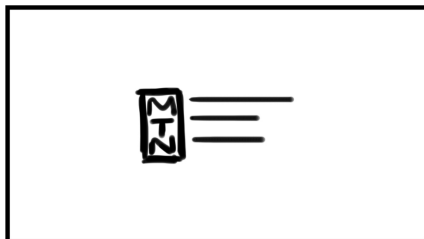
El levantado de los textos se hacía letra por letra y cuando estaba preparado se colocaba en una bandeja.

Se ajustaba fuertemente a la rama y el bastidor con una llave especial para evitar que se moviera.

El siguiente proceso era la impresión que se realizaba en las máquinas de prensa Chandler, su nombre “prensa” viene del verbo prensar, por eso la impresión era a base de presión y es por ello que puede llamársele también impresión tipográfica, en el proceso intervenían tres elementos: la tinta, los tipos y la prensa.

MONOTIPO

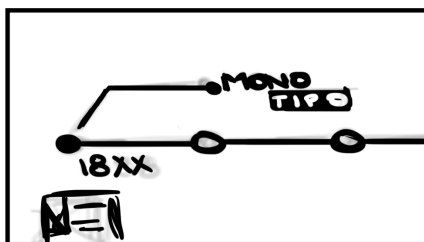
GUION GRÁFICO O STORYBOARD VERSIÓN 01



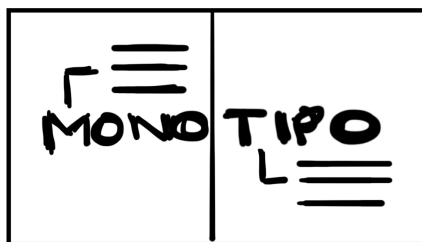
Intro.



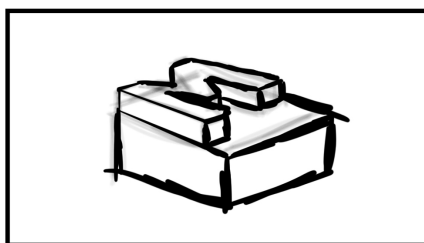
Título Monotipo



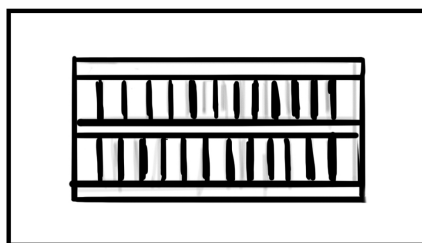
Fue la primera generación de la imprenta en la Tipografía Nacional.



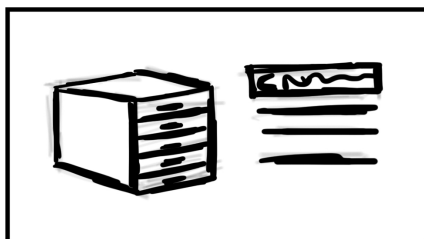
Etimológicamente mono - uno y tipo - letras.



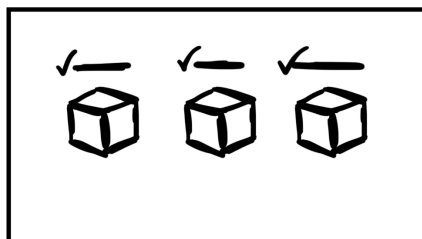
Se les llaman también tipos sueltos.



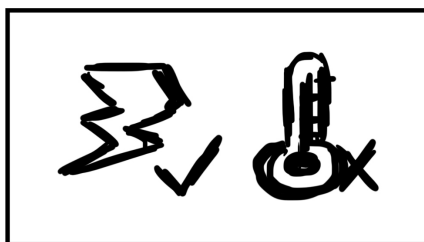
se almacenan en bandejas las que tienen divisiones que forman pequeñas cajitas



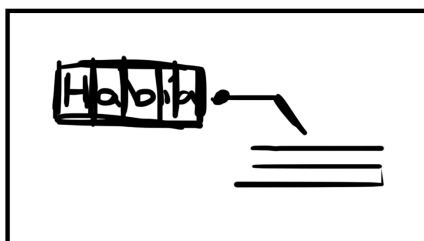
las que a su vez se guardan en armarios de madera que se conocen como chibaletes (etimología del francés chevalet, que significa caballete).



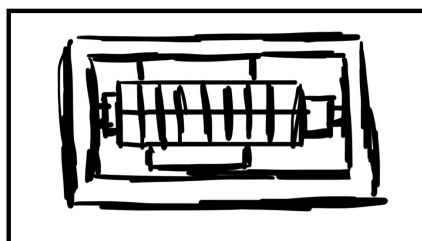
Los tipos pueden ser de madera, plomo y plástico sintético.



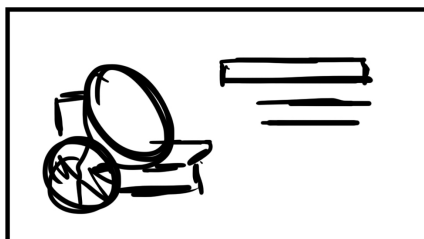
Requerían de electricidad para su funcionamiento mas no de altas temperaturas.



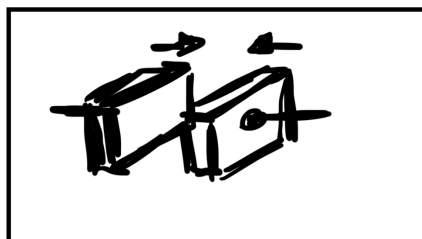
El levantado de los textos se hacía letra por letra y cuando ya estaba preparado se colocaba en una bandeja.



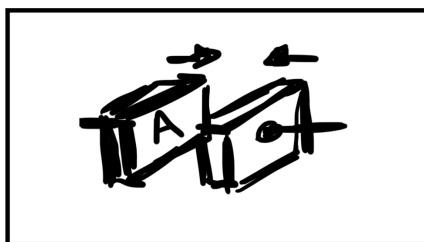
La rama y bastidor era donde se ajustaba muy bien con una llave especial para evitar que se moviera.



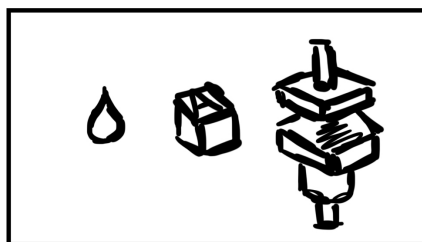
El siguiente proceso era la impresión que se realizaba en las máquinas de prensa Chandler,



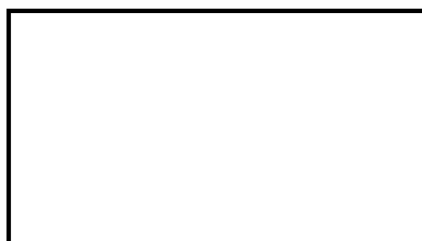
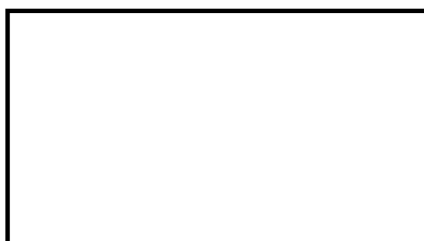
su nombre "prensa" viene del verbo prensar, por eso la impresión era a base de presión



y es por ello que es la única que puede llamarse impresión tipográfica,



en el proceso intervenían los tres elementos que son la tinta, los tipos y la prensa.



L I N O T I P O

S C R I P T V E R S I Ó N 0 2

Esta es la segunda generación de la imprenta en la Tipografía Nacional.

Significa “tipos en línea”.

Este sistema innovó totalmente el mundo de la imprenta pues cambió significativamente la forma del levantado de los textos ya que la máquina de linotipos lleva en su interior todas las fuentes o tipos que se armaban utilizando un teclado parecido a la máquina de escribir donde se iban escribiendo los textos línea por línea y la máquina las fundía en plomo en un pequeño crisol que poseen.

La máquina tenía un dispositivo que generaba un calor de aproximadamente 500 °C para derretir lingotes de plomo (punto de fusión 327.5 °C).

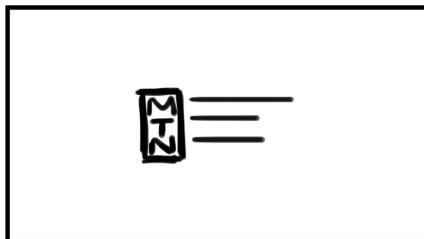
Los tipos que ahora funcionaban como moldes estaban fabricados en bronce dado su punto de fusión es muy superior, siendo este entre los 830° a 1020 °C.

Iba produciendo al instante las líneas en plomo para ir formando los textos, los que al igual que los monotipos se colocaban en bastidores o ramas una especie de marco donde se colocaba el texto a imprimir sujetado, acuñado y muy bien apretado utilizándose también las prensas Chandler, esta también era una impresión a presión.

Los chibaletes de linotipo ya son de metal, y las gavetas tanto como la forma del armario es en diagonal para facilitar al acceso de los tipos.

L I N O T I P O

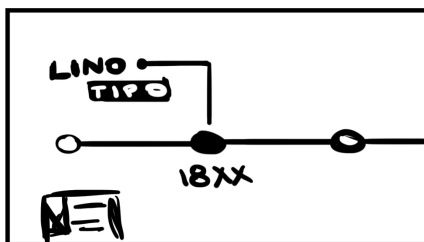
G U I O N G R Á F I C O O S T O R Y B O A R D V E R S I Ó N 0 1



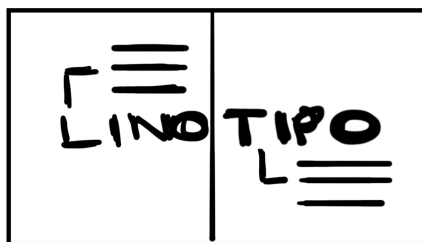
Intro.



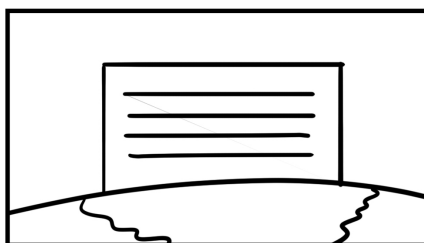
Título Linotipo



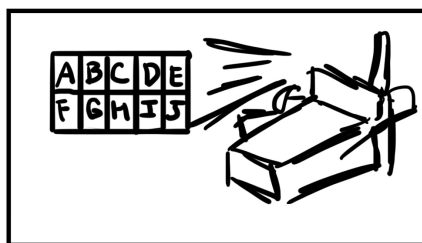
Esta es la segunda generación de la imprenta en la Tipografía Nacional.



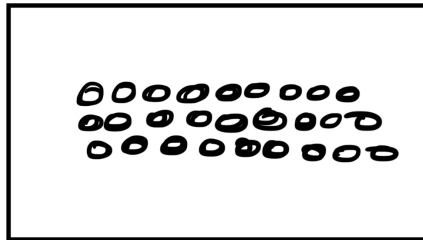
Significa "tipos en línea".



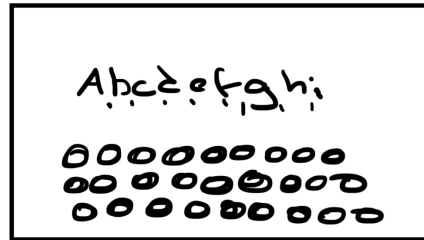
Este sistema vino a innovar totalmente el mundo de la imprenta pues cambió significativamente la forma del levantado de los textos



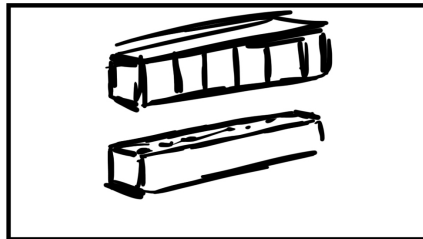
ya que la máquina de linotipos lleva en su interior todas las fuentes o tipos



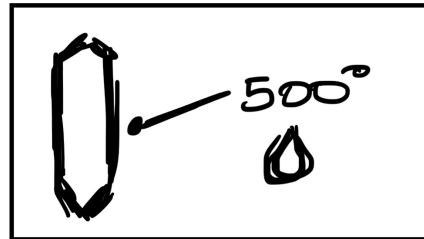
que se armaban utilizando un teclado parecido a la máquina de escribir



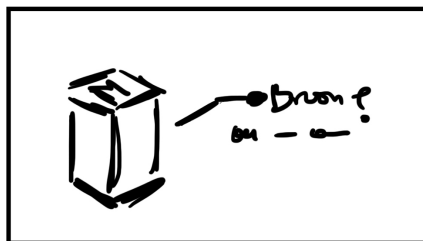
donde se iban escribiendo los textos línea por línea



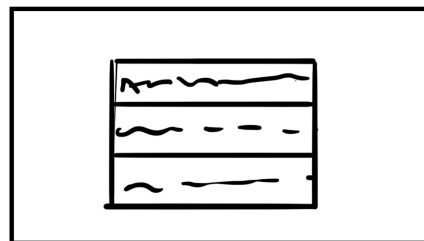
y la máquina las iba fundiendo en plomo en un pequeño crisol que poseen.



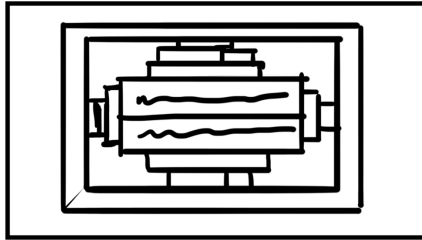
La máquina tenía un dispositivo que generaba un calor de aproximadamente 500 °C para derretir lingotes de plomo (punto de fusión 327.5 °C).



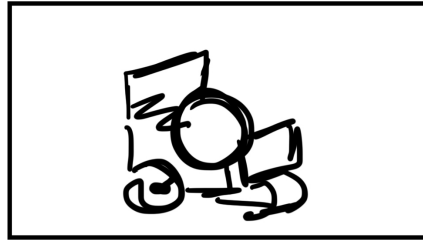
Los tipos que ahora funcionaban como moldes estaban fabricados en bronce dado su punto de fusión es muy superior, siendo este entre los 830° a 1020 °C.



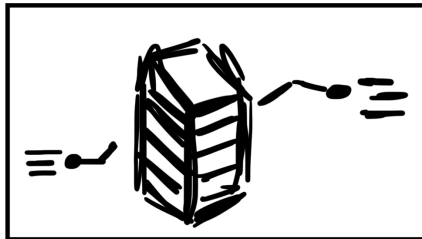
Iba produciendo al instante las líneas en plomo para ir formando los textos.



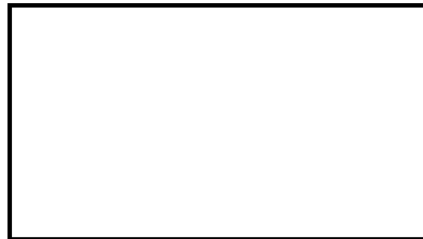
los que al igual que los monotipos se colocaban en bastidores o ramas una especie de marco donde se colocaba el texto a imprimir sujetado,



acufado y muy bien apretado utilizándose también las prensas Chandler, esta también era una impresión a presión.



Los chibaletes de linotipo ya son de metal, y las gavetas tanto como la forma del armario es en diagonal para facilitar al acceso de los tipos.



O F F S E T

S C R I P T V E R S I Ó N 0 2

Luego de la impresión linotipo, aparece en Guatemala la impresión offset, aunque esta era más moderna, no reemplazó a las anteriores.

La historia comienza en el siglo XIX cuando Robert Barclay inventó la primera prensa offset litográfica en Inglaterra en 1875. Este método utiliza dos cilindros principalmente, uno de metal o piedra y otro de goma que tira del artículo que se está imprimiendo.

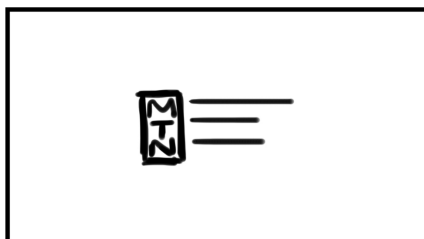
La impresión offset se realiza mediante planchas monocromáticas, de modo que debe crearse una plancha por cada color, las cuales serían, cian, magenta, amarillo y negro el quinto color sería el blanco del papel. Utilizando cantidades diferentes es esos cinco colores, se puede reproducir casi cualquier color, con la excepción de colores metálicos como el dorado o plateado.

A nivel mundial, fue hasta la década de 1960 que la impresión offset superó la impresión tipográfica en términos de popularidad.

Aunque existen nuevas tecnologías, la impresión offset a nivel nacional sigue siendo el método de impresión preferido cuando se habla de grandes volúmenes, debido a que ha sabido evolucionar, siendo capaz de mantener una alta calidad y un precio relativamente bajo en comparación con otros métodos de impresión.

OFFSET

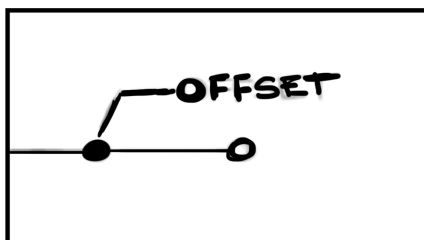
GUION GRÁFICO O STORYBOARD VERSIÓN 01



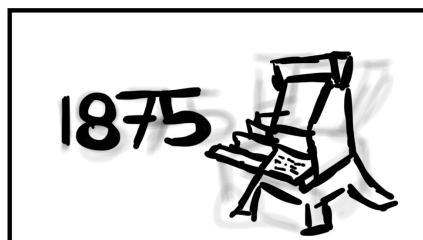
Intro.



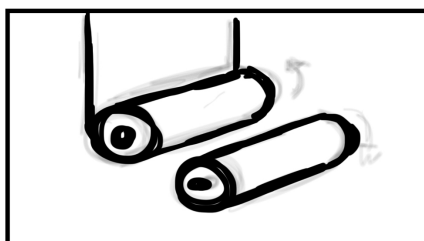
Título Offset



Luego de la impresión linotipo, aparece en Guatemala la impresión offset, aunque esta era más moderna, no reemplazó a las anteriores.



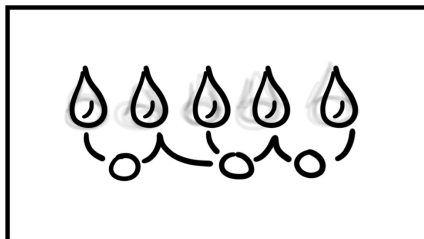
La historia de la impresión offset comienza en el siglo XIX cuando Robert Barclay inventó la primera prensa offset litográfica en Inglaterra en 1875.



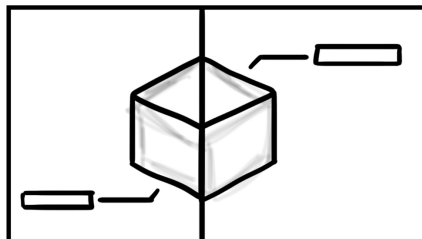
Este método utiliza dos cilindros, uno de metal o piedra y otro de goma que tira del artículo que se está imprimiendo.



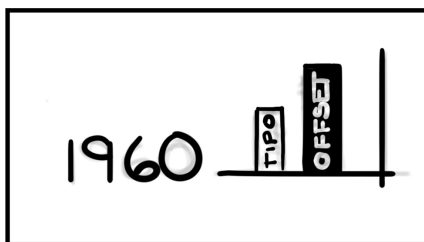
La impresión offset se realiza mediante planchas monocromáticas, de modo que debe crearse una plancha por cada color, las cuales serían, cian, magenta, amarillo y negro (CMYK por sus siglas en inglés) el quinto color sería el blanco del papel.



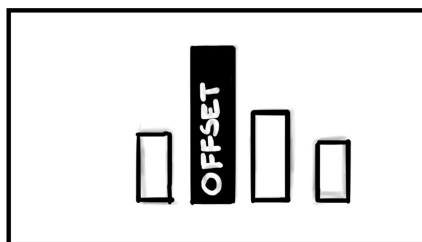
Utilizando cantidades diferentes de esos cinco colores, se puede reproducir casi cualquier color.



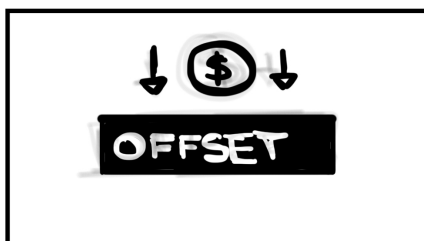
con la excepción de colores metálicos como el dorado o plateado, por sus propiedades reflectivas.



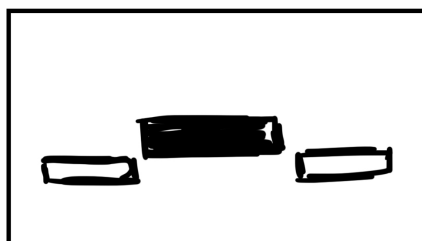
A nivel mundial, fue hasta la década de 1960 que la impresión offset superó la impresión tipográfica en términos de popularidad.



Aunque existen nuevas tecnologías, la impresión offset a nivel nacional sigue siendo el método de impresión preferido cuando se habla de grandes volúmenes.



debido a que ha sabido evolucionar, siendo capaz de mantener una alta calidad y un precio relativamente bajo en comparación con otros métodos de impresión.



D I G I T A L

S C R I P T V E R S I Ó N 0 2

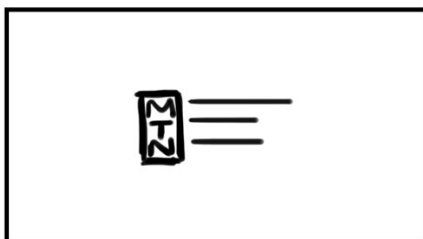
Su origen se remonta a finales de 1990 por la compañía Xerox llamada en aquel entonces DocuTech, con una tecnología que combinaba las características de las copiadoras y de la prensa, logrando producir impresiones en cantidades exactas, con calidad fotográfica, a cualquier tamaño y a todo color, creando una nueva categoría de imprentas, las Digitales.

La más grande diferencia que existe entre la impresión offset y la digital, es que esta última va directamente del archivo de la computadora a la impresión digital, ahorrando todos los pasos que implica la impresión offset, pudiendo pedir hasta por unidad la impresión, lo que significa que los clientes pueden comprar solamente lo que necesitan, contribuyendo a economizar dinero y suministros.

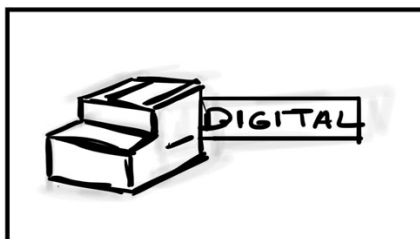
La impresión digital simplificó el proceso de impresión, logrando que cualquier persona con conocimientos básicos puede generar un archivo para impresión y enviarlo a las impresoras digitales para su producción, democratizando la impresión a las masas, aumentando en gran número la demanda de impresiones.

D I G I T A L

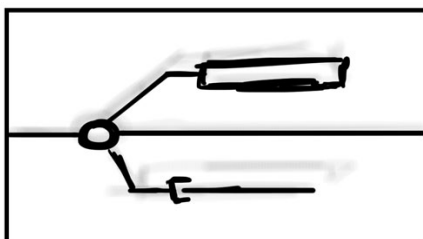
G U I O N G R Á F I C O O S T O R Y B O A R D V E R S I Ó N 0 1



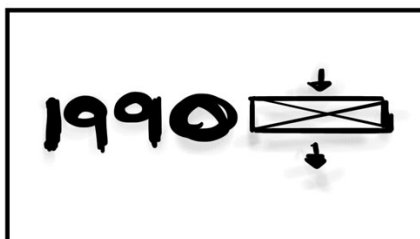
Intro.



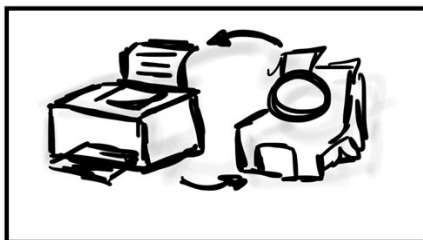
Titulo Digital



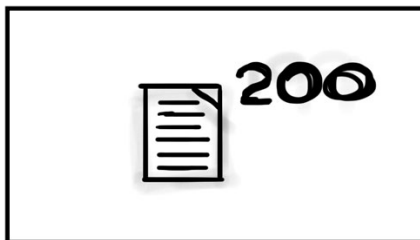
Es la cuarta generación tecnológica de la Tipografía Nacional.



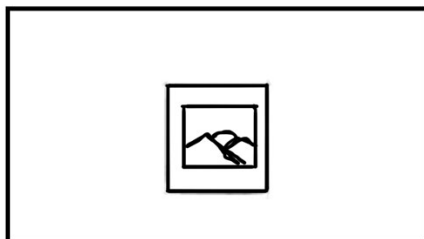
Su origen se remonta a finales de 1990 por la compañía Xerox llamada en aquel entonces DocuTech,



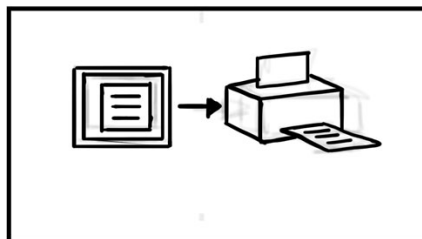
con una tecnología que combinaba las características de las copiadoras y de la prensa.



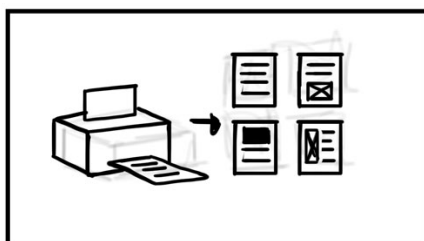
logrando producir impresiones en cantidades exactas,



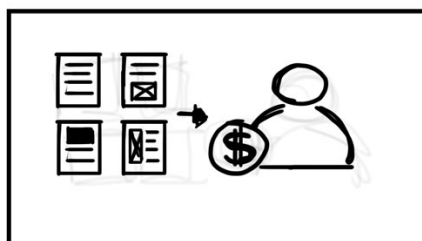
con calidad fotográfica, a cualquier tamaño y a todo color, creando una nueva categoría de imprentas, las Digitales.



La más grande diferencia que existe entre la impresión offset y la digital, es que esta última va directamente del archivo de la computadora a la impresión digital.



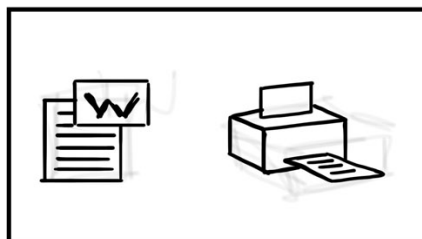
ahorrando todos los pasos que implica la impresión offset, pudiendo pedir hasta por unidad la impresión.



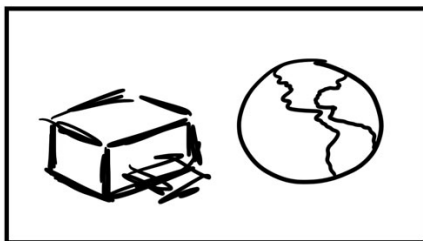
lo que significa que los clientes pueden comprar solamente lo que necesitan, ayudando a ahorrar dinero y suministros.



La impresión digital simplificó el proceso de impresión, logrando que cualquier persona con conocimientos básicos



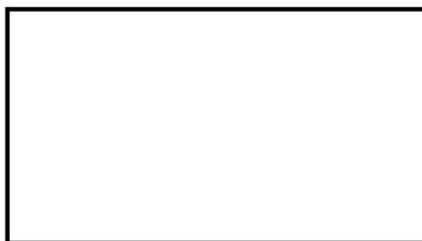
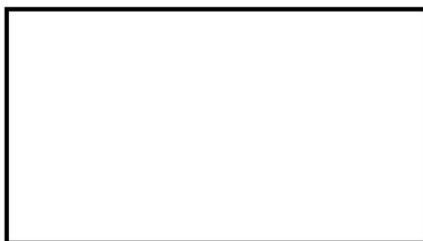
puede generar un archivo para impresión y enviarlo a las impresoras digitales para su producción.



democratizando la impresión a las masas,



aumentando en gran número la demanda de impresiones.



NIVEL DE VISUALIZACIÓN 2

OBJETIVO

Se procede a iniciar la etapa de producción, se elaborarán los materiales necesarios para las diferentes piezas entre estos se incluyen las ilustraciones, diagramaciones, composiciones, elementos, etc.

PROCESO

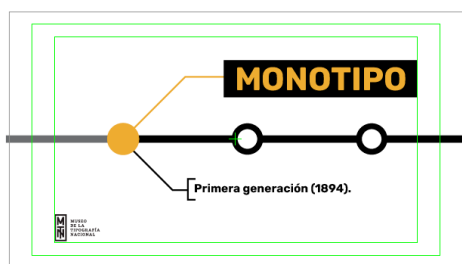
Tomando el guion gráfico o storyboard como referencia, se elaboran todos los elementos y materiales necesarios previo a iniciar el proceso de animación, estos se separan por cada escena, luego se realiza un animatic o animático, el cual contendrá la secuencia de imágenes sin animar en conjunto con la locución (si se requiere) con la finalidad de medir los tiempos entre cada escena el cual debe ser suficiente para la locución de fondo y la lectura del usuario.



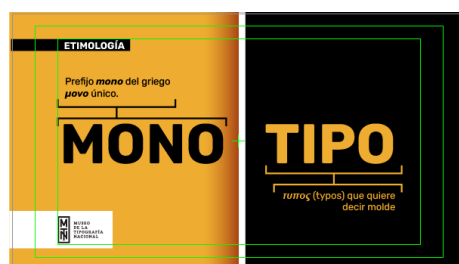
Intro.



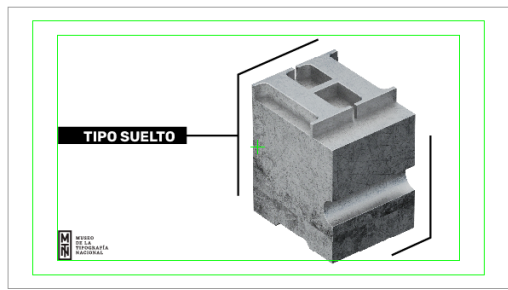
Título Monotipo



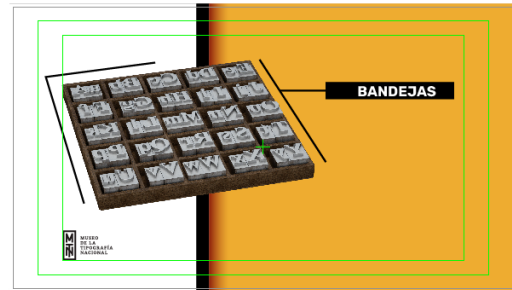
Fue la primera generación de la imprenta en la Tipografía Nacional.



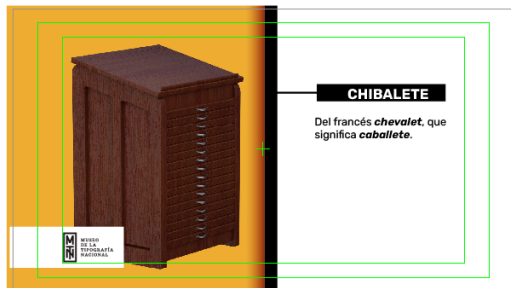
Etimologicamente mono - uno y tipo - letras.



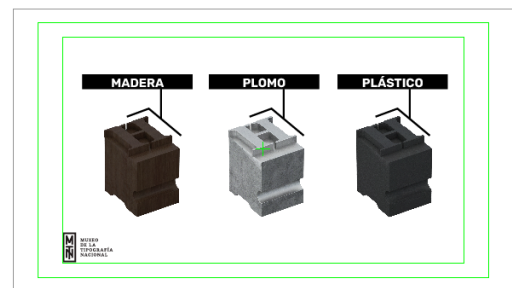
Se les llaman también tipos sueltos,



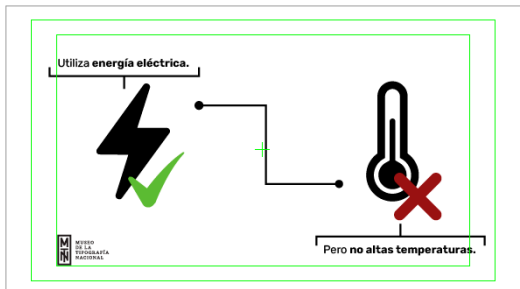
se almacenan en bandejas las que tienen divisiones que forman pequeñas cañitas



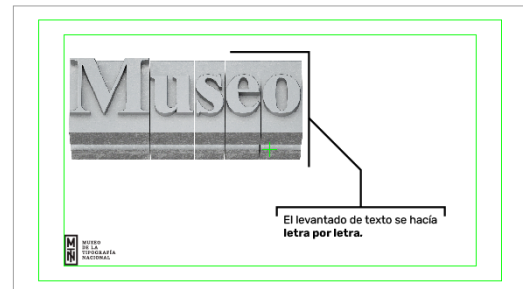
las que a su vez se guardan en armarios de madera que se conocen como chibaletes (etimología del francés *chevalet*, que significa *caballete*).



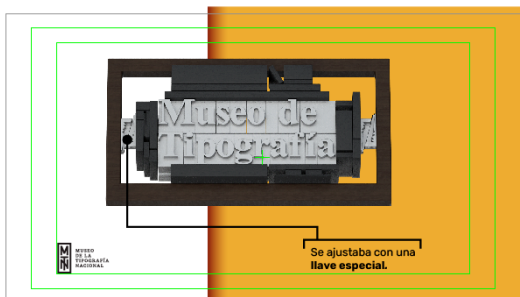
Los tipos pueden ser de madera, plomo y plástico sintético.



Requerían de electricidad para su funcionamiento mas no de altas temperaturas.



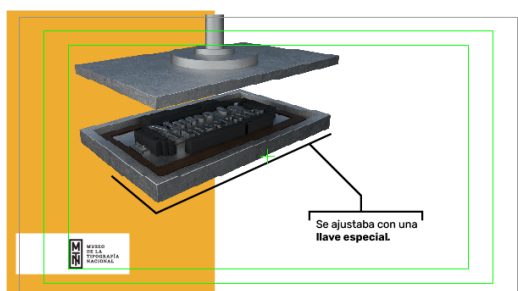
El levantado de los textos se hacía letra por letra y cuando ya estaba preparado se colocaba en una bandeja.



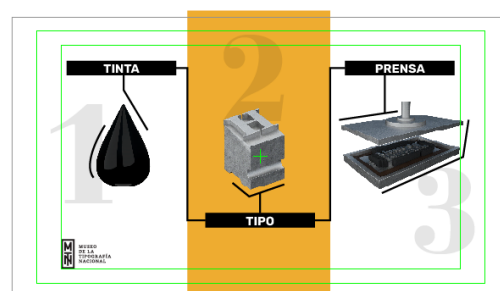
La rama y bastidor era donde se ajustaba muy bien con una llave especial para evitar que se moviera.



El siguiente proceso era la impresión que se realizaba en las máquinas de prensa Chandler,



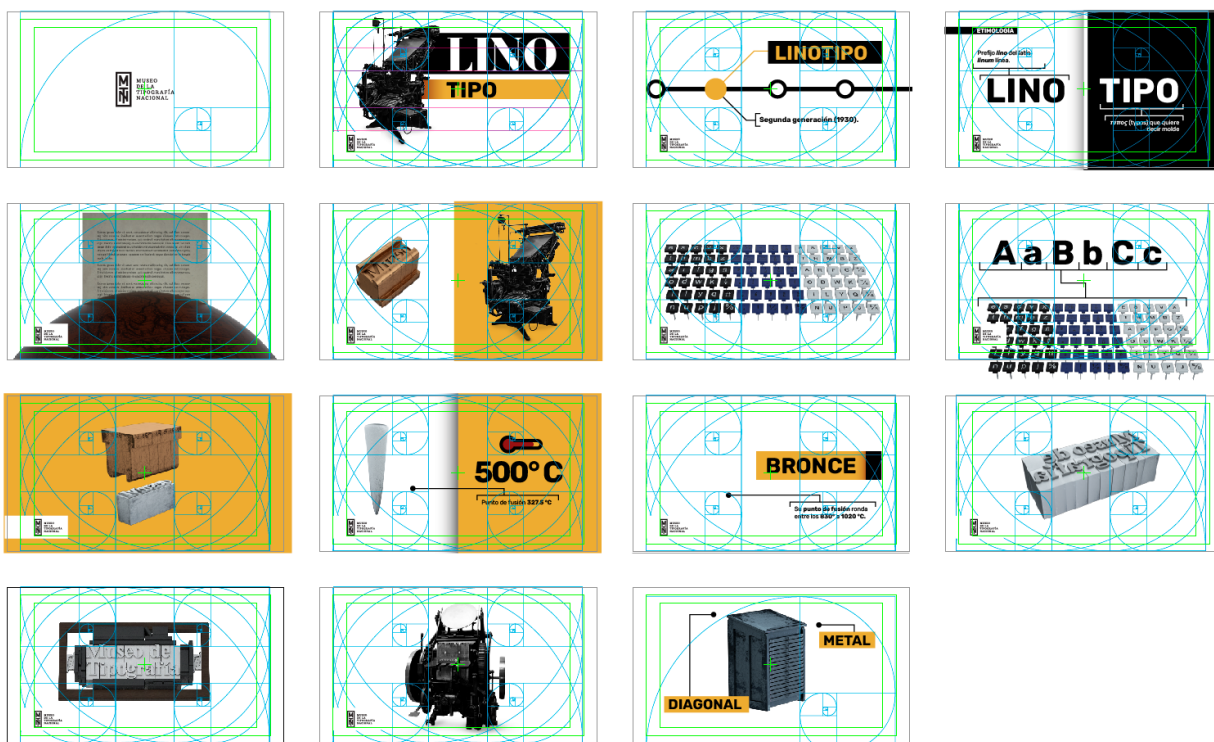
su nombre "prensa" viene del verbo prensar, por eso la impresión era a base de presión



en el proceso intervenían los tres elementos que son la tinta, los tipos y la prensa.



Intro.

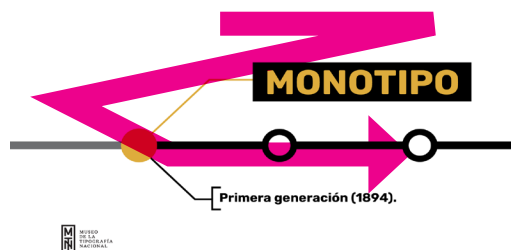
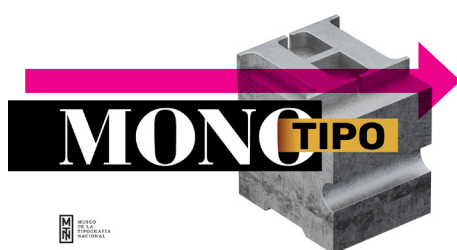




VALIDACIÓN CON EXPERTOS

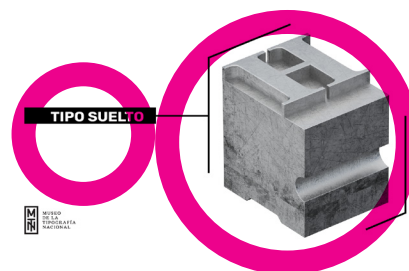
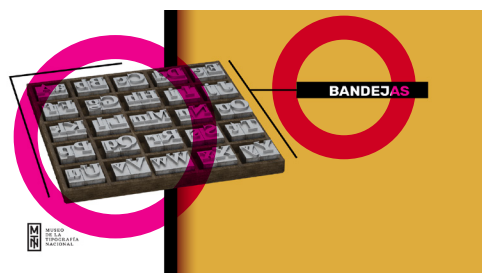
RECORRIDO VISUAL

Se define de mejor manera el recorrido visual en función de la utilidad del material, comodidad de lectura y retención de la atención. Se procura mantener un seguimiento en el punto de vista del observador, preservando la dirección común de lectura de izquierda a derecha, arriba hacia abajo.



CANTIDAD DE ELEMENTOS

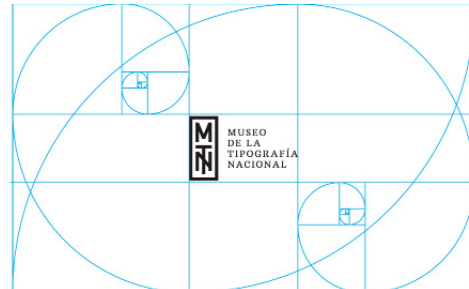
Se procura mantener la menor cantidad de elementos posible, esto debido a que la función de la pieza es presentar la información de la forma más práctica posible, para mantener la atención del visitante, y a su vez, por la forma en que se presenta, a cierta distancia, no debe incluirse demasiada información por escena.



i Ver Anexo 2 - 5.

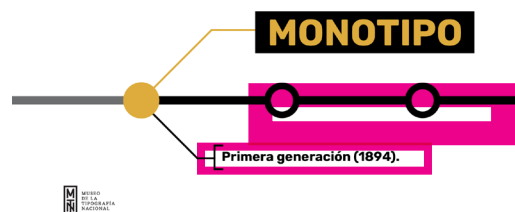
EQUILIBRIO

Para mantener un equilibrio natural, a la retícula jerárquica se le añadió la propiedad de la sección áurea, para definir áreas visuales de interés, dirección del recorrido visual, regiones, etc.



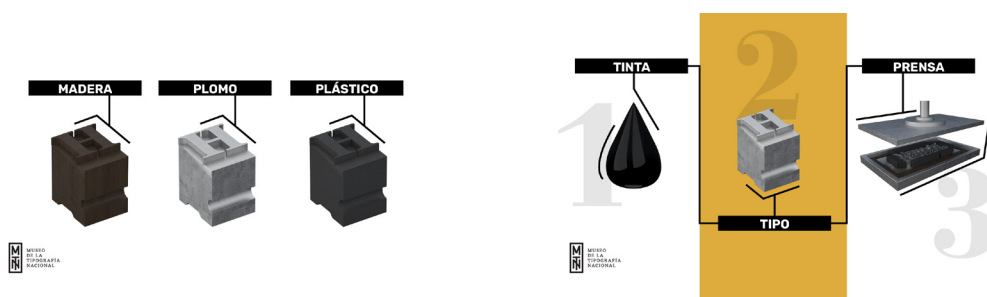
JERARQUÍA

Considerando que el concepto se fundamenta en la curiosidad; y con el objetivo de estimular dicho instinto, se utilizó el recurso de jerarquías contrastantes. Además, aprovechando el instinto de cazador-supervivencia del ser humano, que provoca estar atento al movimiento, también se utilizó el recurso de animación con movimiento, que abarcaron la mayor parte de la pantalla; además de cambios de color, dirección, etc.



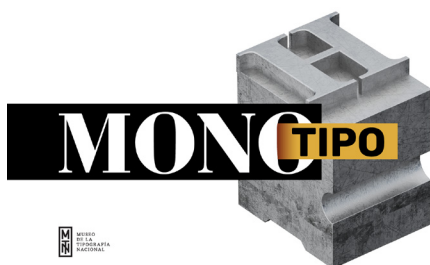
CONTENIDO

En cuanto al contenido, y con el objetivo de sintetizar el nivel de determinada información, se modificó ligeramente el script, direccionando los temas de manera puntual, hacia el contenido que el espectador espera.



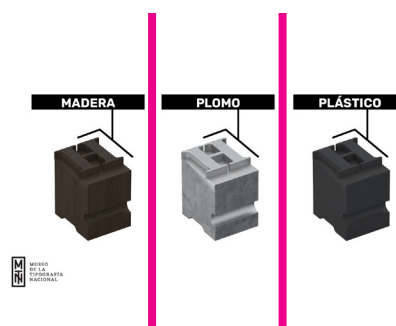
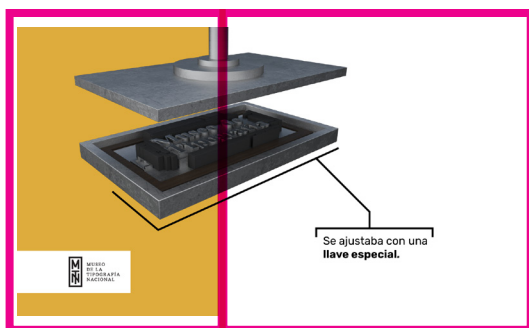
IMPACTO VISUAL

Con el fin de motivar la observación del visitante y para capturar su atención, nuevamente se utilizaron altos contrastes de colores, elementos y tipografía. Se consideró que el uso de la sección áurea, y definir cierta cantidad de elementos por pantalla era óptimo para la comodidad visual.



R U I D O

Se simplificó la estructura visual para preservar la dirección de lectura, presentar la información de forma precisa y direccionar el contenido para optimizar la experiencia del visitante.



CONTENIDO

El contenido fue percibido de forma favorable, por lo que solo se realizaron mínimos ajustes (cambio de algunas palabras) en el script de locución de Monotipo y Linotipo.

Script Monotipo Rev 2.0

Fue la primera generación de la imprenta en la, Tipografía Nacional.

Proviene etimológicamente del griego mono que significa uno, y tipo, molde.

Se les llaman también tipos sueltos, se almacenan en bandejas las que tienen divisiones, que forman pequeñas cajitas, las que a su vez se guardan en armarios de madera que se conocen como chibaletes, palabra que proviene del francés chevalet, que significa caballete.

Los tipos pueden ser de madera, plomo y plástico sintético.

Requerían de electricidad para su funcionamiento mas no de altas temperaturas.

El levantado de los textos se hacía letra por letra y cuando ya estaba preparado se colocaba en una bandeja.

La rama y bastidor era donde se ajustaba muy bien con una llave especial para evitar que se moviera.

El siguiente proceso era la impresión que se realizaba en las máquinas de prensa Chandler, su nombre "prensa" viene del verbo prensar, por eso la impresión era a base de presión y es por ello que es la única que puede llamarsele **impresión tipográfica**, en el proceso intervenían los tres elementos que son la tinta, los tipos y la prensa.

Script Linotipos Rev 2.0

Esta es la segunda generación de la imprenta en la Tipografía Nacional.

Proviene del prefijo lino del latín linum, línea, y del griego tipos, molde.

Este sistema vino a innovar totalmente el mundo de la imprenta, pues cambió significativamente la forma del levantado de los textos, ya que la máquina de linotipos lleva en su interior todas las fuentes o tipos que se armaban, utilizando un teclado parecido a la máquina de escribir, donde se iban escribiendo los textos línea por línea, y la máquina las iba fundiendo en plomo en un pequeño crisol que poseen.

La máquina tenía un dispositivo que generaba un calor de aproximadamente 500 °C para derretir lingotes de plomo.

Los tipos que ahora funcionaban como moldes, estaban fabricados en bronce, dado su punto de fusión que es muy superior, siendo este entre los 830° a 1020 °C.

Iba produciendo al instante las líneas en plomo para ir formando los textos, los que al igual que los monotipos se colocaban en bastidores o ramas, una especie de marco donde se colocaba el texto a imprimir sujetado, acuñado y muy bien apretado utilizándose también las prensas Chandler, esta también era una impresión a presión.

Los chibaletes de linotipo ya son de metal, y las gavetas tanto como la forma del armario es en diagonal, para facilitar al acceso de los tipos.

EXPERIENCIA DE USUARIO

En vista de que una de las funciones del material es provocar el instinto de curiosidad (tanto por el concepto creativo como por la función), en la validación se detectó que aunque es perceptible, se identifica más como informativo, por lo que se decidió añadir elementos que estimularán más la curiosidad. Estos elementos fueron: patrones animados en fondos, datos curiosos, líneas de acento.



T I E M P O

La mayoría coincidió en que el *timing* (la sincronización en cuanto a ritmo, velocidad y pausas) es aceptable; sin embargo, algunas escenas resultaban monótonas, por ser prolongadas y sin movimiento. Por lo anterior, se añadió movimiento constante a algunos elementos (3D en su mayoría) y a los patrones de fondo, además de usar igualmente como apoyo los datos curiosos con animaciones constantes.



C O N C L U S I Ó N E N L A T O M A D E D E C I S I O N E S

Aunque de forma general, las validaciones resultaron en una aceptación positiva del material, el cual cumplió con la mayor parte de las funciones para las cuales se realizó, se aplicaron algunos ajustes para complementar y ejecutar correctamente el material.

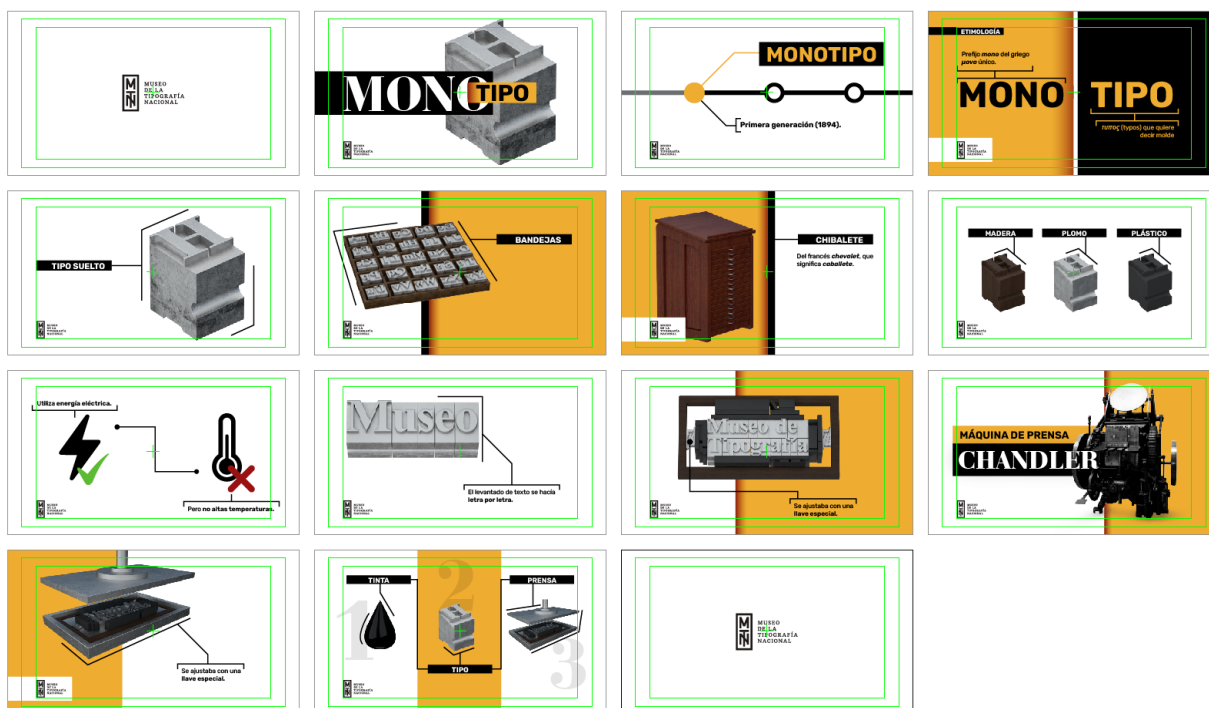
NIVEL DE VISUALIZACIÓN 3

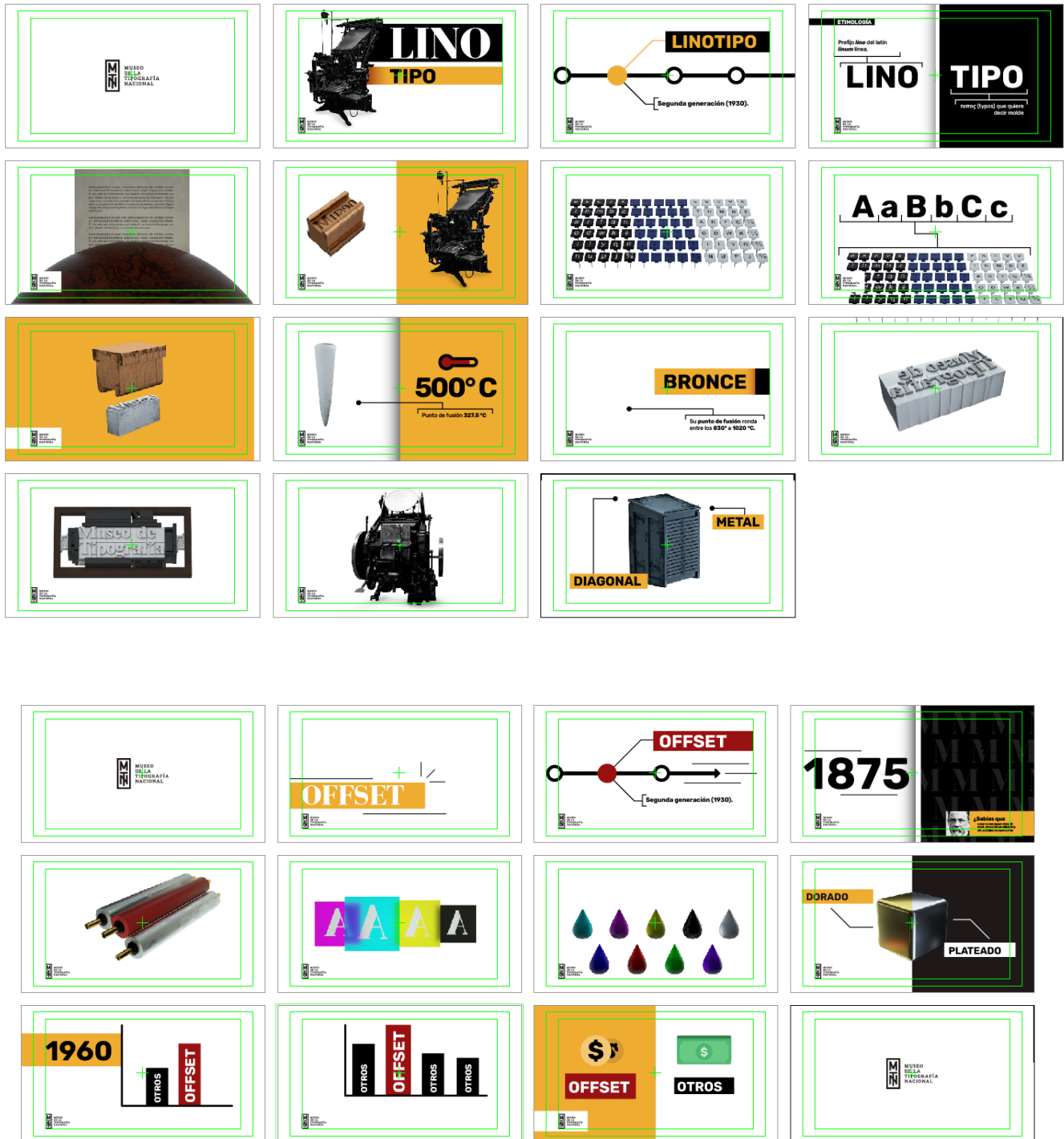
OBJETIVO

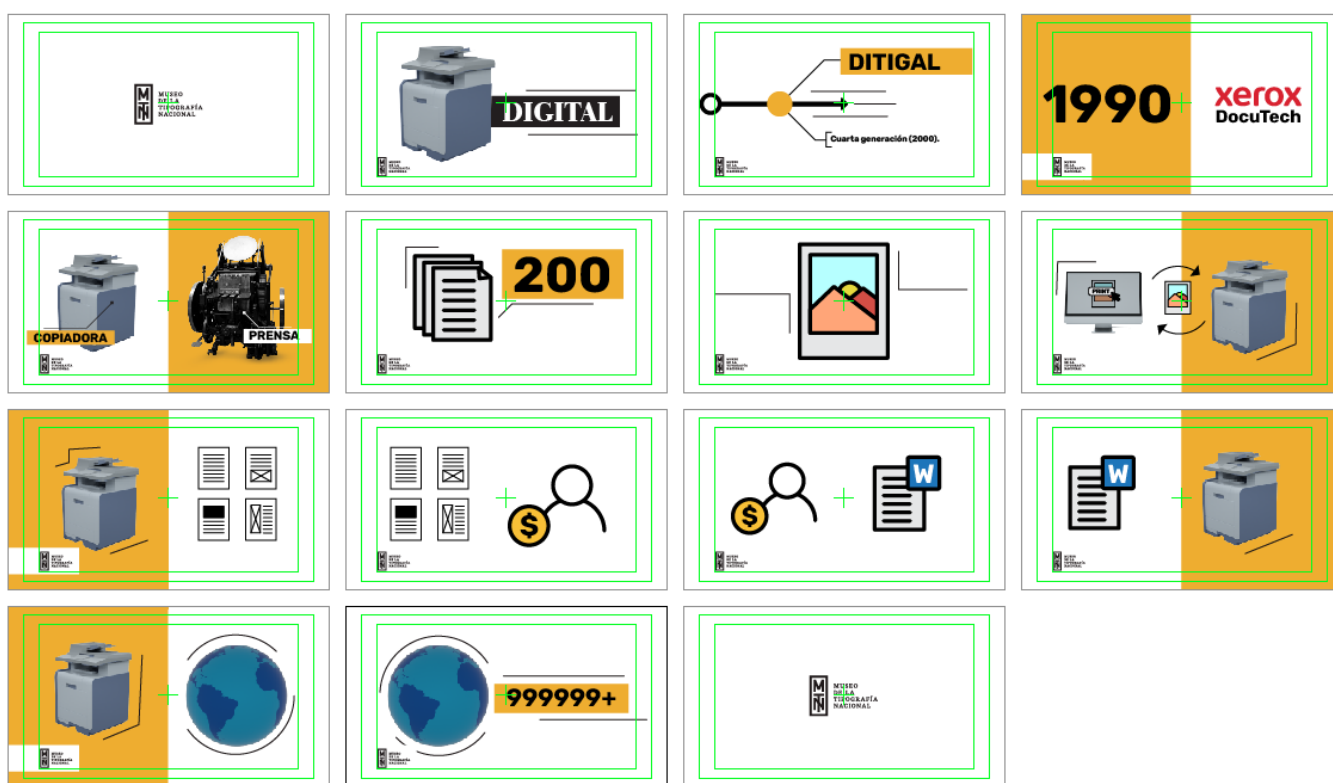
Finalizar el proyecto a nivel de producción y post producción para validarlo con el grupo objetivo.

PROCESO

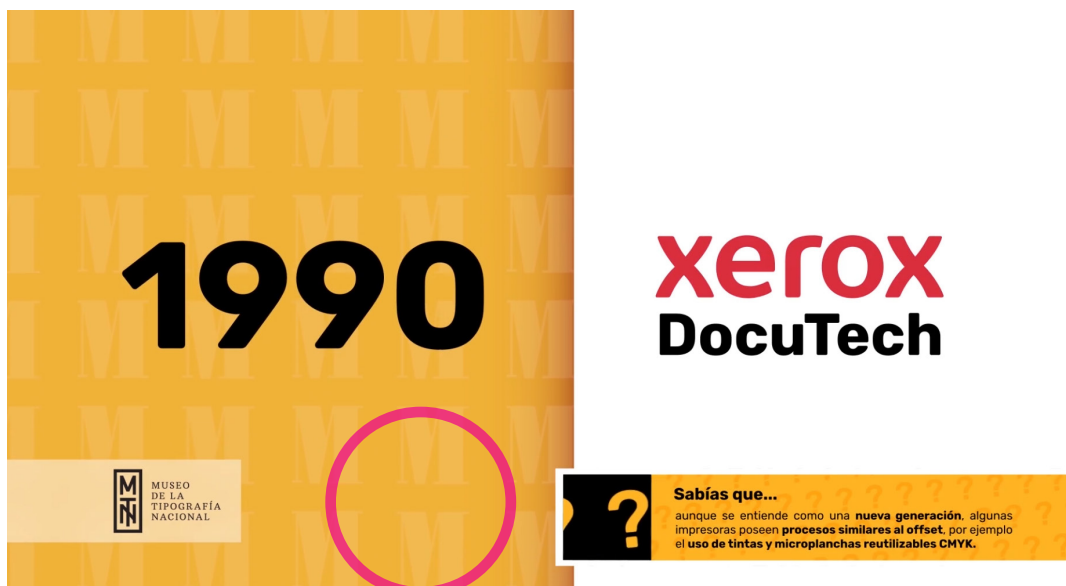
Se inició el proceso de animación correspondiente basado en: el animatic, storyboard, script y la locución. A nivel de postproducción, se realizaron algunos ajustes en donde se consideró que se requería, por ejemplo en temas de color, tiempo, etc.







VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO



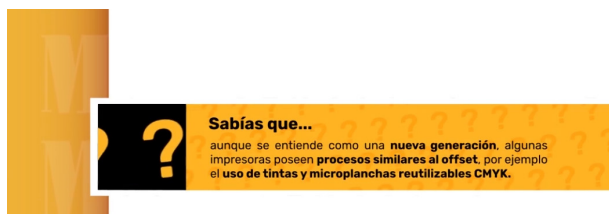
ELEMENTOS

Se evaluó en distintos dispositivos el uso de los elementos de fondo para determinar la opacidad visible sin que esta interfiera directamente provocando ruido visual. Se añadieron más líneas de detalle, elementos o ilustraciones con movimiento constante.

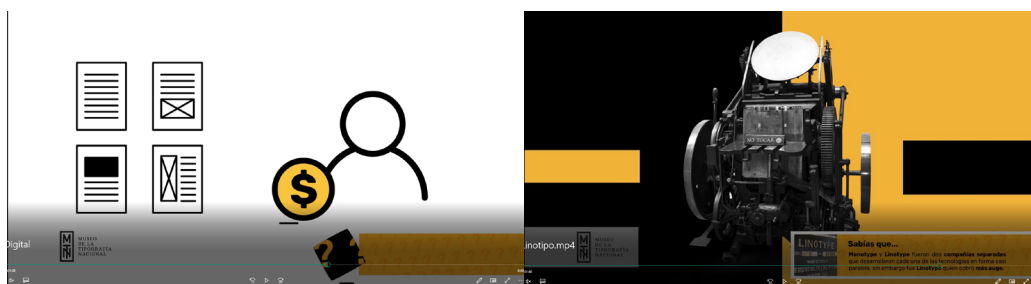


INFORMACIÓN

Se añadieron pequeños bloques durante el video con información acerca de curiosidades del tema, con el fin de ampliar el contenido, sin sobrecargar la pieza gráfica o alargar más su tiempo.



[i](#) Ver Anexo 6 - 7.



TIMING

De acuerdo a las validaciones, se realizaron ajustes en el timing de la animación con relación a la locución, con el fin de mantener un tiempo suficiente para comprender el contenido sin extender la duración del video.



DISEÑO VISUAL

En cuanto al uso del color, la institución cuenta con colores definidos para su identidad visual, de los cuales se seleccionaron el blanco, negro y amarillo para denotar formalidad, historia y aportar carácter científico a la información.

En cuanto al uso tipográfico, durante el proceso de bocetaje, se definieron las familias tipográficas Rubik, como primordiales, siendo la principal de la institución y Bedini como complementaria, utilizada en productos de diseño anteriores.

En el uso de ilustraciones se combinaron fotografías para representar maquinaria compleja y render de objetos 3D para presentar algunos elementos de los que no se cuenta con fotografía. El uso de 3D facilita en gran medida el proceso de animación, sin embargo a coste de tiempo en render.

FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA FINAL

TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica seleccionada es Rubik, la cual es utilizada por la institución. Como complementaria para los titulares se añadió la tipografía Bedini, utilizada en la elaboración de piezas anteriores.

Aa Bb Cc Dd Ee

Aa Bb Cc Dd Ee

Aa Bb Cc Dd Ee

Aa Bb Cc Dd Ee

Aa Bb Cc Dd Ee

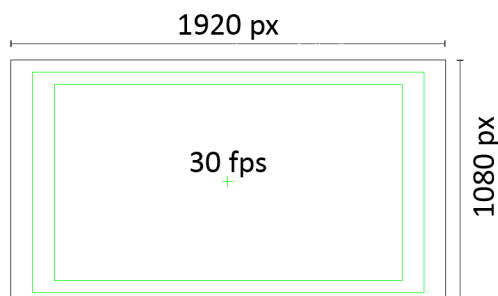
COLOR

La paleta de colores utilizada comprende el blanco, negro y amarillo dorado de los colores institucionales. La paleta persiste en las diferentes piezas para mantener unidad visual entre ellas con el predominante amarillo dorado.



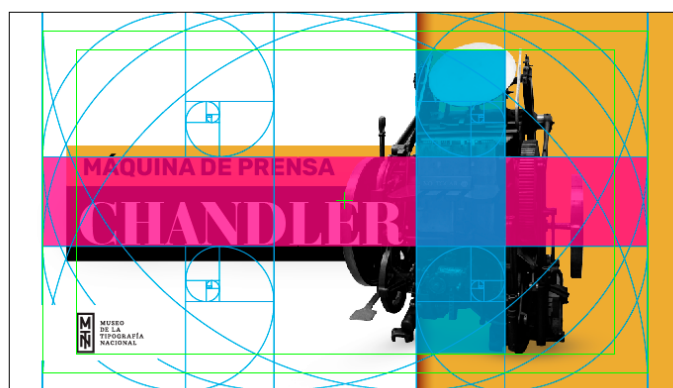
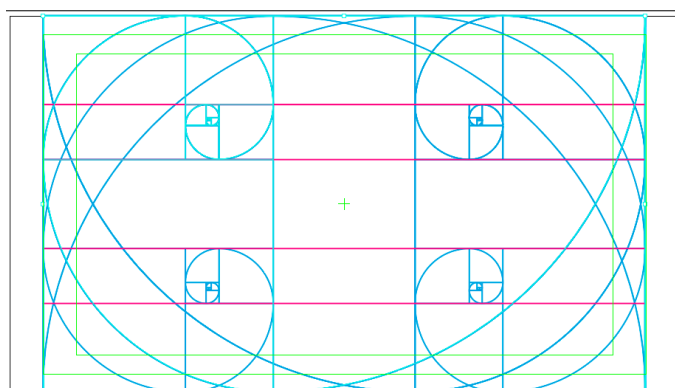
ASPECTOS TÉCNICOS

El tamaño de cada pieza es de 1920x1080 pixeles con 30 cuadros por segundo como una forma de mantener la relación entre calidad, definición y tamaño de archivo.



R E T Í C U L A

Para proyectar una armonía visual y definir una jerarquía orgánica entre los elementos se estableció el uso de la sección áurea, se colocó cuatro veces con relación al eje vertical y horizontal, luego la diagramación y distribución de los elementos se colocaron de acuerdo a las áreas de intersección.



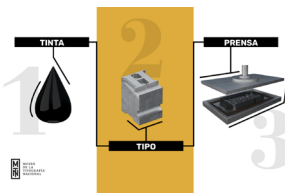
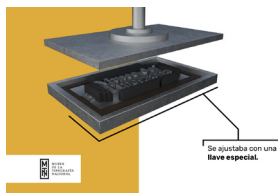
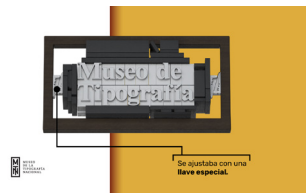
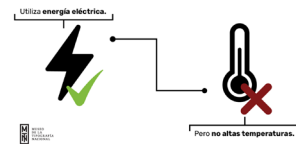
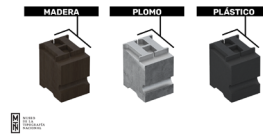
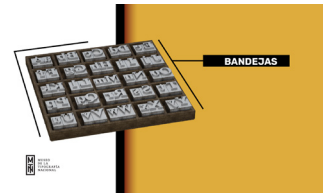
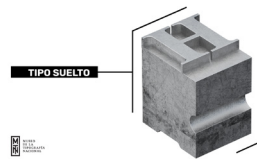
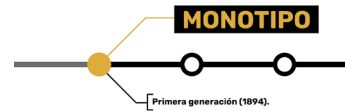
E L E M E N T O S I L U S T R A T I V O S

Se definieron dos tipos de ilustración, elementos fotográficos para máquinas complejas para representar las piezas en exposición que existen en el museo y render de ilustraciones 3D para representar partes de máquinas y otros elementos característicos con los que se podría interactuar de forma más efectiva en el proceso de animación.



PIEZAS FINALES

MONOTIPO

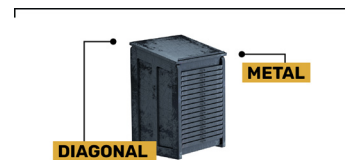
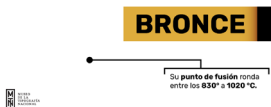
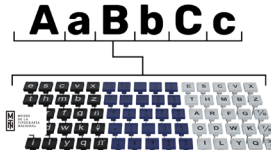
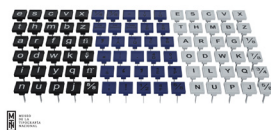
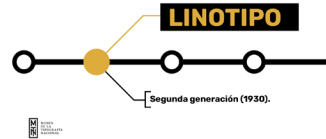


Hecho by: www.berron.com

La información contenida en este documento es de carácter informativo y no constituye una recomendación ni una garantía de resultados. El uso de esta información es a riesgo propio del usuario. El Museo de la Tipografía Nacional no se hace responsable de los daños o perjuicios que puedan derivarse del uso de esta información.



LINOTIPO



Made by www.bensound.com

La producción de linotipo es un proceso artesanal que requiere de mucha paciencia y precisión. El linotipo es un tipo de letra que se produce en bloques de metal que se usan para imprimir en prensa. El linotipo es un tipo de letra que se produce en bloques de metal que se usan para imprimir en prensa. El linotipo es un tipo de letra que se produce en bloques de metal que se usan para imprimir en prensa.



OFFSET

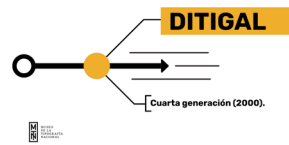


Manila baculum *hemipendulum* *novae*

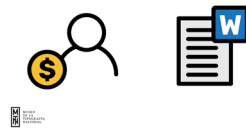
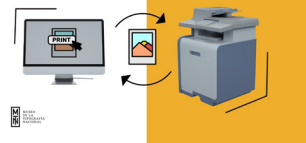
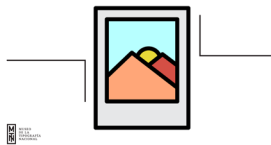
La creatividad, diseño, diagramación, ilustración, producción audiovisual, medios gráficos y procesos metodológicos para la realización de una producción multimedia fue llevado a cabo por el estudiante Víctor Hugo Argente-González como parte de los asignaturas de Proyecto de Gradación y Ejercicio Profesional Supervisado del decimo ciclo del año 2019 de la Licenciatura en Diseño Gráfico a Escuelas de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala para el



D I G I T A L



xerox
DocuTech



Made by www.berrisand.com

La información, diseño, diagramación, ilustración, producción editorial, edición gráfica y proceso editorial para la realización de este producto cultural fue financiada por el gobierno de México, a través del Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y de la Artes (FONCA), el cual es un organismo dependiente del Poder Judicial de la Federación. El diseño gráfico fue realizado por el equipo de diseño del Museo de la Tipografía Nacional.



LINEAMIENTOS

PUESTA EN PRÁCTICA

ESPECIFICACIONES

Medio: Digital Multimedia
 Color: RGB
 Tamaño: 1920x1080 px
 Formato: MP4
 Duración: 2 min. approx. c/u

MEDIOS PRINCIPALES

Es un material que puede utilizarse en una variedad de plataformas, su uso principal es en los pasillos que comprenden el recorrido por el museo, se plantea que esto sea a través de pantallas que lo reproducirán de forma continua, para que cualquier espectador pueda visualizar y comprender la información que se presente.

Suponiendo la inversión de 2 o 4 pantallas de 50 pulgadas , se obtienen los siguientes costos:

Producto	Precio	Cantidad	Subtotal	
 TCL TCL Televisor LED 50" / 50P8MI / 4K Ultra HD	Q2,997.00	4   	Q11,988.00	
Producto	Precio	Cantidad	Subtotal	
 TCL TCL Televisor LED 50" / 50P8MI / 4K Ultra HD	Q2,997.00	2   	Q5,994.00	

CONSUMO

Sumado a la inversión se añade el costo en electricidad de la siguiente forma: El consumo por pantalla, con un uso de 10 horas al día consumiría un total de 1kWh aproximadamente. Esto daría como resultado un consumo diario de 2-4 kWh por día dependiendo la cantidad de pantallas a utilizarse.

En un consumo anual, contando días hábiles solamente, se desglosaría de la siguiente forma:

2 Pantallas		4 Pantallas	
2 kWh / Día	Q 5.00	4 kWh / Día	Q 10.00
10 kWh / Sem.	Q 25.00	20 kWh / Sem.	Q 50.00
40 kWh / Mes	Q 100.00	80 kWh / Mes	Q 200.00
480 kWh / Año	Q 1,200.00	960 kWh / Año	Q 2,400.00

*El cálculo presentado toma como base un precio aproximado de Q 2.50 por kWh, los precios pueden variar así como cargos extra por gestión, potencia contratada, potencia en punta, etc, dependiendo de la entidad encargada del suministro de energía y los acuerdos o legislaturas que existan entre la Tipografía Nacional y el proveedor de energía.

OTROS MEDIOS

Otros medios de reproducción posibles pueden ser: sitios web, redes sociales, plataformas web, etc. Una de las ventajas de dicho material es su flexibilidad para ser reproducido en una gran variedad de dispositivos, prácticamente casi cualquier aparato capaz de reproducir un archivo multimedia será capaz de permitir visualizar el material. Pueden colocarse códigos QR en algunas partes del recorrido para que el visitante pueda acceder a un link donde podrá visualizar el material desde un dispositivo propio.

PRESUPUESTO

Proyecto:

Infografías animadas

Descripción	Precio / U	Cantidad	Subtotal
Definición Creativa / Horas	Q 100.00	10	Q 1,000.00
Diseño, diagramación, ilustraciones 3D / Unidad	Q 800.00	4	Q 3,200.00
Animación / Segundo	Q 125.00	500	Q 62,500.00
Locución / Segundo	Q 30.00	500	Q 15,000.00

Total**Q 81, 700.00**
PROPUESTA
 AUDIOS TIPOGRAFÍA N.
**AUDIOS PARA APOYO A: MUSEO DE LA TIPOGRAFÍA N.**

Se contratan mis servicios en locución para la grabación de audios como apoyo a las animaciones realizadas para el Museo de la Tipografía Nacional; a continuación detallo la cotización para la realización de los mismos.

- Costo por segundo = 1 seg. / Q30.00

- segundos solicitados (500seg.)

500seg. * Q30.00

Total - Q15,000.00

CAPÍTULO

SÍNTESIS DEL PROCESO

Lecciones aprendidas

Conclusiones

LECCIONES APRENDIDAS

- Definir concretamente y desde el inicio del proyecto el problema de comunicación visual a resolver, permitirá desarrollar un diagnóstico específico que facilite plantear soluciones funcionales.
- Aplicar métodos y procedimientos claramente definidos durante el desarrollo del proyecto permitirá establecer procesos lógicos y ordenados.
- Elaborar una cronología y previsión de eventos, para previsualizar la ejecución y desarrollo del proyecto, es fundamental para lograr los objetivos planteados; sin embargo, debe considerarse cierto grado de flexibilidad, en vista de que los eventos no siempre ocurrirán en el tiempo, orden y espacio programados.
- Investigar exhaustivamente, para contar con fundamentos sólidos que apoyen las razones de las soluciones propuestas en el proyecto de grado.

CONCLUSIONES

- Con el objetivo de contribuir a la divulgación de la información del Museo de la Tipografía Nacional, el material multimedia fue diseñado en función de apoyar la comunicación visual de la institución. Se aprovechó la estructura infográfica utilizando elementos que estimulen la atención de los visitantes y que, además, obtengan información comprensible para la mejor apreciación de las piezas en exhibición.
- Para adaptar el contenido a la comprensión del grupo objetivo, en la información técnica se medió la terminología técnica, utilizando vocabulario y expresiones cotidianas. Lo anterior se logró mediante la utilización de palabras comunes y asequibles al grupo objetivo.
- Para comunicar la información relacionada con las generaciones tecnológicas de la imprenta, los materiales multimedia se desarrollaron utilizando elementos, tales como: colores contrastantes, movimientos naturales, jerarquía y composiciones geométricas. Todo lo anterior con la intención de captar y retener la atención de los visitantes. La información se expuso ordenadamente, propiciando la autonomía del visitante durante los recorridos, con el fin de que puedan comprender, a su propio ritmo, la exposición.

RECOMENDACIONES

A los estudiantes:

- El aprendizaje académico permite formar las bases de un profesional en determinada actividad; sin embargo, el verdadero reto a enfrentar se encuentra en el desarrollo de proyectos reales, en donde se probarán constantemente las habilidades adquiridas, por ejemplo, sobre de gestión de tiempo y recursos.

A la Escuela de Diseño Gráfico:

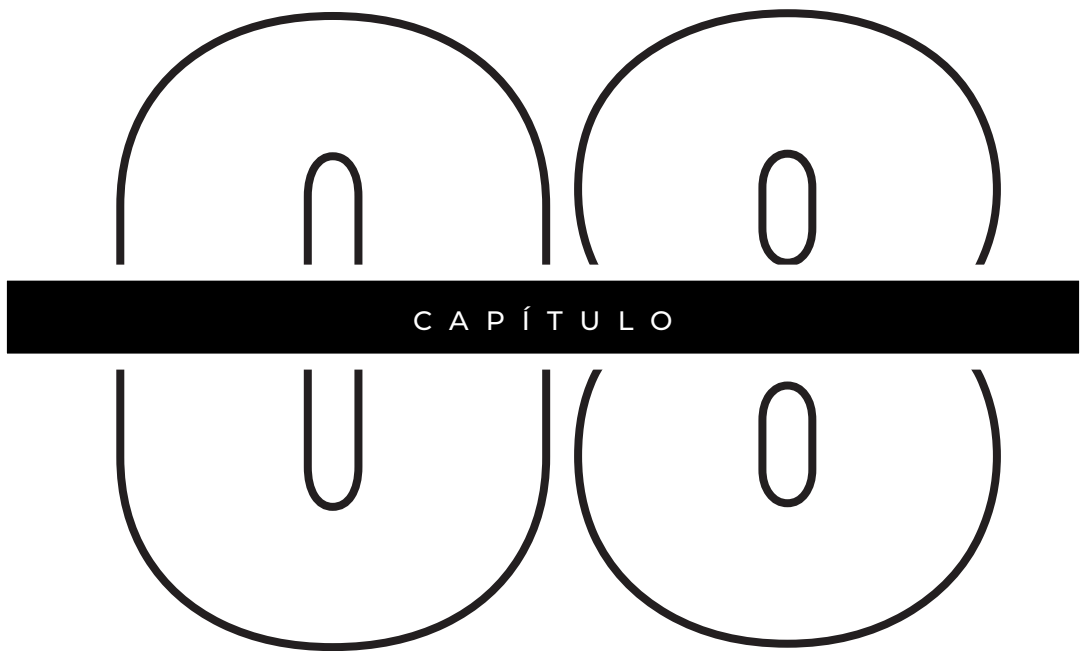
- El Diseño Gráfico evoluciona permanentemente, lo que provoca el surgimiento de nuevas ramas en las cuales los estudiantes se interesan, por lo que se sugiere implementar una guía que incluya un abanico más amplio de temática de Diseño Gráfico; más allá de los temas de: publicidad, editorial y branding, en donde los estudiantes se orienten de mejor manera para la selección de un proyecto de graduación.
- Desarrollar procesos de enseñanza-aprendizaje con mayor grado de especialización con respecto a la investigación y definición creativa, con el fin de desarrollar fundamentos más sólidos en cada proyecto.
- Implementar contenido relacionado con el tema de validaciones, en vista de ser procesos de suma importancia para la propuesta y funcionalidad de materiales de diseño gráfico.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala:

- La profesión de diseñador gráfico se expande y crece cada día más, a su vez, se añaden otras profesiones relacionadas que actualmente no tienen cobertura a nivel universitario. Por lo anterior, es necesario crear nuevas carreras que amplíen las posibilidades y a las que las nuevas generaciones de estudiantes accedan, ampliando también el conocimiento en cuanto a desarrollo tecnológico.

A la institución Museo de la Tipografía Nacional

- Es destacable que, siendo el museo, uno de los de más reciente incorporación al ámbito cultural de la ciudad de Guatemala, demuestra constante crecimiento; por lo que se sugiere aumentar los medios con los cuales se comunica y conecta con su grupo objetivo, para atraerlo e incrementar, cada vez más, el número de visitantes y estimularlos a regresar. Por ejemplo, podrían desarrollarse interacciones con los usuarios, promociones, campañas, productos coleccionables, etc.



Recomendaciones

Anexos

REFERENCIAS

- Afiliadostop. *Neuromarketing para atraer y retener la atención del usuario*. 8 de enero del 2015. Acceso el 17 de octubre de 2019, <http://afiliadostop.net/copywriting-y-marketing/neuromarketing-para-atraer-y-retener-la-atencion-del-usuario/>.
- Aznar Casanova, J. *Psicología de la percepción visual*. s.f. Acceso el 17 de octubre de 2019. <http://www.ub.edu/pa1/node/86>.
- Bembibre, Cecilia. *Importancia de la cultura*. 29 de diciembre 2011. Acceso el 25 de octubre de 2019, <https://www.importancia.org/cultura.php>
- _____. *Importancia de la Historia*. 28 de julio 2011. Acceso el 25 de octubre de 2019. <https://www.importancia.org/historia.php>.
- Capgemini. *La tecnología inmersiva ha llegado: AR y VR serán dominantes en las operaciones de negocio en los próximos tres años*. 12 de septiembre 2018. Acceso el 15 de octubre de 2019, <https://www.capgemini.com/mx-es/news/la-tecnologia-inmersiva-ha-llegado-ar-y-vr-seran-dominantes-en-las-operaciones-de-negocio-en-los-proximos-tres-años/>.
- Chajón Villatoro, Carmen María. *Diseño de material gráfico editorial para el fortalecimiento de la identidad del Museo de la Tipografía Nacional*. Tesis de licenciada en Diseño Gráfico. Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura. USAC, 2018.
- Congreso de la República de Guatemala. *Constitución Política de la República de Guatemala*. 1985. Acceso el 15 de abril de 2019 http://ww2.oj.gob.gt/files/Sistema%20de%20Integridad/Constitucion_Politica_de_la_Republica.pdf
- Cotto Strems, Rene. «SlideShare.» 17 de marzo de 2015. *Nivel Socio Económico Urbano de Guatemala*. Acceso el 15 de abril de 2019, <https://es.slideshare.net/rstremsnse-del-guatemalteco-urbano>
- Cultura Inquieta. *Una diferente faceta de Picasso en sus increíbles pinturas juveniles*. 9 de septiembre 2018. Acceso el 18 de agosto de 2019. <https://culturainquieta.com/es/arte/pintura/item/14390-una-diferente-faceta-de-picasso-en-sus-increibles-pinturas-juveniles.html>
- EVE Museos e Innovación. *Museos e impacto Social*. 12 de junio de 2017. Acceso el 30 de abril de 2019, <https://evemuseografia.com/2017/06/12/museos-e-impacto-social/>
- Gómez de las Heras. *Chibalete*. 5 de julio del 2018. Acceso el 25 de octubre de 2019, <http://www.ub.edu/artsgrafiques/node/133>
- Guerra Angel, Elli Joane. *Diseño de material gráfico editorial como apoyo a los procesos de comunicación y registro de la obra expuesta en el Museo de la Tipografía Nacional*. Tesis de licenciada en Diseño Gráfico. Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura. USAC, 2019.

- Importancia.org. *Importancia de los museos*. 7 de marzo del 2014. Acceso el 25 de octubre de 2019, <https://www.importancia.org/museos.php>
- _____. *Multimedia*. 14 de octubre 2014. Acceso el 25 de octubre de 2019, <https://www.importancia.org/multimedia.php>
- Instituto Vasco de Administración Pública (IVAP). *Indicadores de importancia y gravedad de los problemas sociales*. 8 de septiembre de 2016. Acceso el 26 de abril de 2019, <http://www.ivap.euskadi.eus/informacion/indicadores-de-importancia-y-gravedad-de-los-problemas-sociales/r61-vedeusk/es/>
- Landaluz. *La importancia del contenido multimedia: fotos y vídeos de nuestro producto*. 20 de mayo 2019. Acceso el 25 de octubre de 2019, <https://landaluz.es/2019/05/20/importancia-contenido-multimedia/>.
- Mireles, J. *La importancia de preservar nuestra cultura*. En: Ruiz-Healy Times. 21 de agosto de 2015. Acceso el 27 de abril de 2019, <https://www.ruizhealytimes.com/cultura-para-todos/la-importancia-de-preservar-nuestra-cultura>
- Morales Saldarriaga, J. 2014. *Importancia del uso de la multimedia en un curso e-Learning*. 6 de junio. Acceso el 25 de octubre de 2019. <https://juanca.e-lexia.com/2014/06/importancia-del-uso-multimedia-en-un-curso-e-learning/>.
- Museo de Louvre. *Alone in the Louvre*. Video, 11 de septiembre 2019. Acceso el 14 de octubre de 2019, <https://youtu.be/z7tX9eeojZY>
- Museo Interactivo Mirador. *Video institucional Museo Interactivo Mirador - MIM*. 15 de noviembre 2017. Acceso el 14 de octubre de 2019, https://youtu.be/bd_SPJonMgY
- Museo Nacional de Colombia. *Así es la experiencia de los visitantes en la exposición Pedro Nel Gómez, relatos de nación*. Video, 6 de junio 2019. Acceso el 14 de octubre de 2019, <https://youtu.be/f22crw54Zpc>
- _____. *Portal oficial*. 2021. Acceso el 14 de octubre de 2019, <http://www.museo-nacional.gov.co/Paginas/default.aspx>
- Museo Nacional del Prado. *Portal institucional*. Acceso el 14 de octubre de 2019, <https://www.museodelprado.es/>
- _____. *Welcome. Museo Nacional del Prado*. Video, 12 de marzo del 2018. Acceso el 14 de octubre de 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=KdQRjgvqxw-g&feature=youtu.be>
- Pérez Porto, J. y Merino, M. 2009. *Museo*. Acceso el 18 de agosto de 2019. <https://definicion.de/museo/>.

Rocha Velandia, J. y Echavarría Suarez, S. s.f. *Importancia de las T.I.C.s en el ambiente empresarial*. Acceso el 18 de agosto de 2019. https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2482&context=administracion_de_empresas.

Significados.com. *Cultura*. 20 de octubre 2018. Acceso el 18 de agosto de 2019. <https://www.significados.com/cultura/>.

Tipografía Nacional. *Manual de Identidad del Museo de Tipografía Nacional*. Fecha. Editorial.

Tipoteca italiana. *Portal oficial*. Acceso el 14 de octubre de 2019, <http://www.tipoteca.it/>

Universidad Nacional de la Plata (UNLP). Facultad de Trabajo Social. *Tecnologías para los Sistemas Multimedia*. Curso 2004/2005. Introducción a la Multimedia y Conceptos Básicos. Buenos Aires. Acceso el 25 de octubre de 2019, <http://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/multimedia.pdf>

Urbano Mateos, S. *La importancia de añadir contenido multimedia*. s.f. Acceso el 25 de octubre de 2019, <https://www.actualidadecommerce.com/la-importancia-de-anadir-contenido-multimedia/>.

Virguez, María de los Ángeles. *Los 10 problemas sociales de Guatemala más graves*. s.f. En lifeder.com. Acceso el 28 de abril de 2019, <https://www.lifeder.com/problemas-sociales-guatemala/>

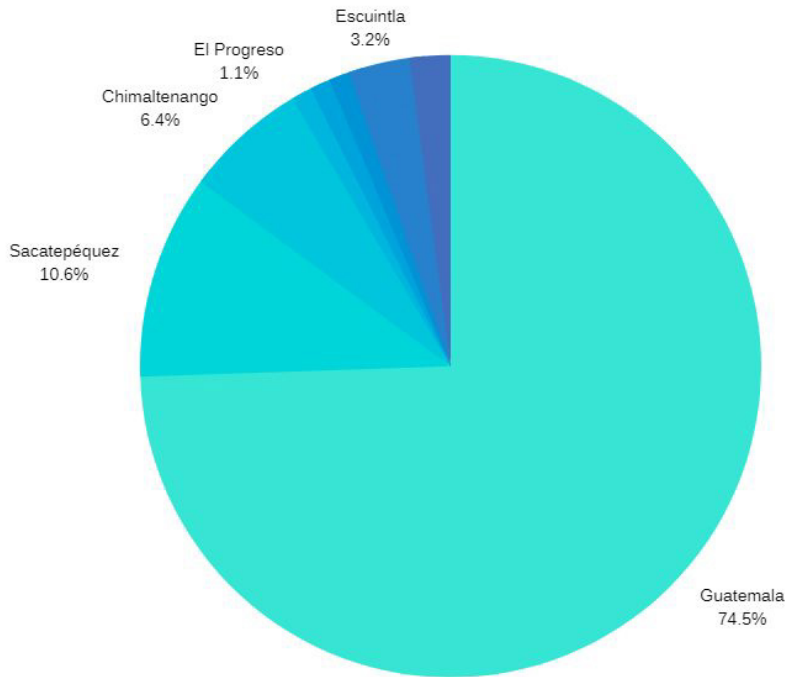
Vital. *La importancia de estudiar historia*. 16 de junio 2016. Acceso el 25 de octubre de 2019. <https://vital.rpp.pe/vivir-bien/la-importancia-de>

A N E X O S

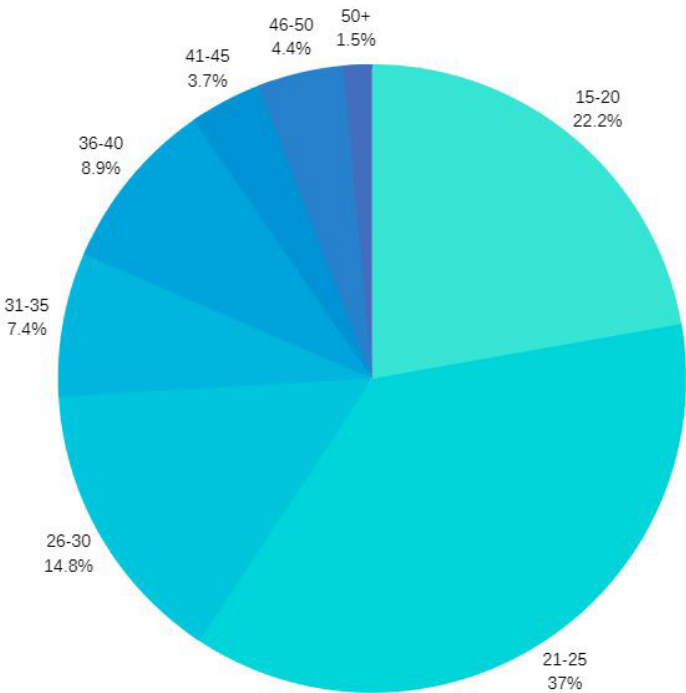
A N E X O 1

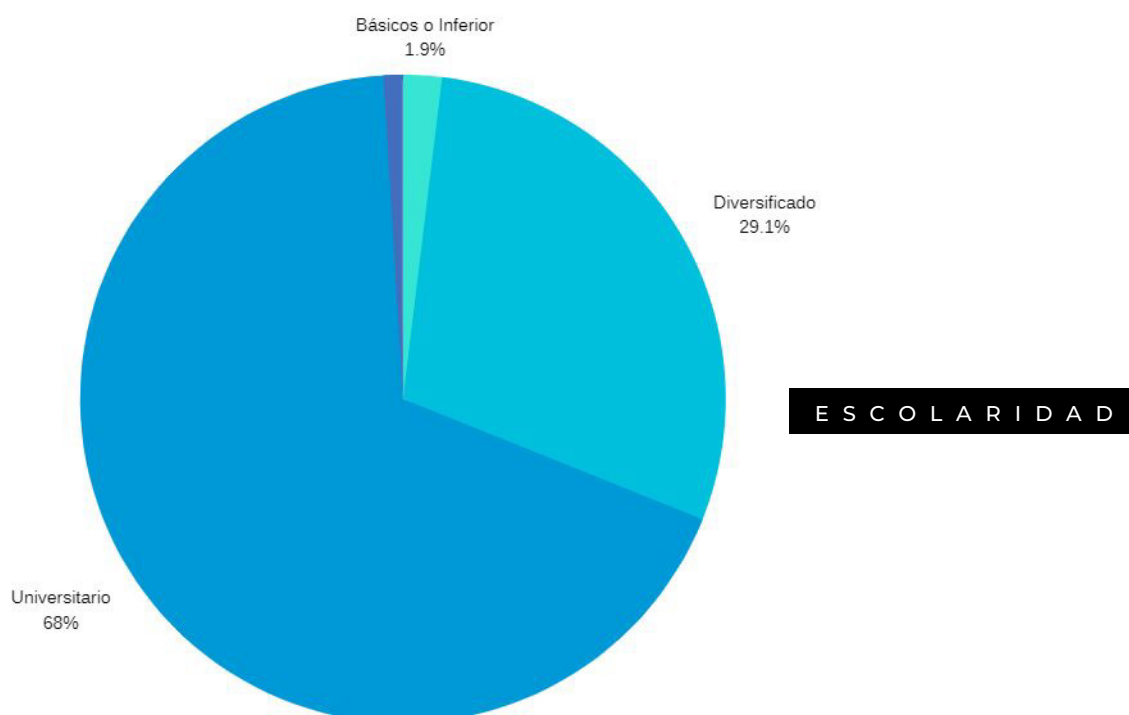
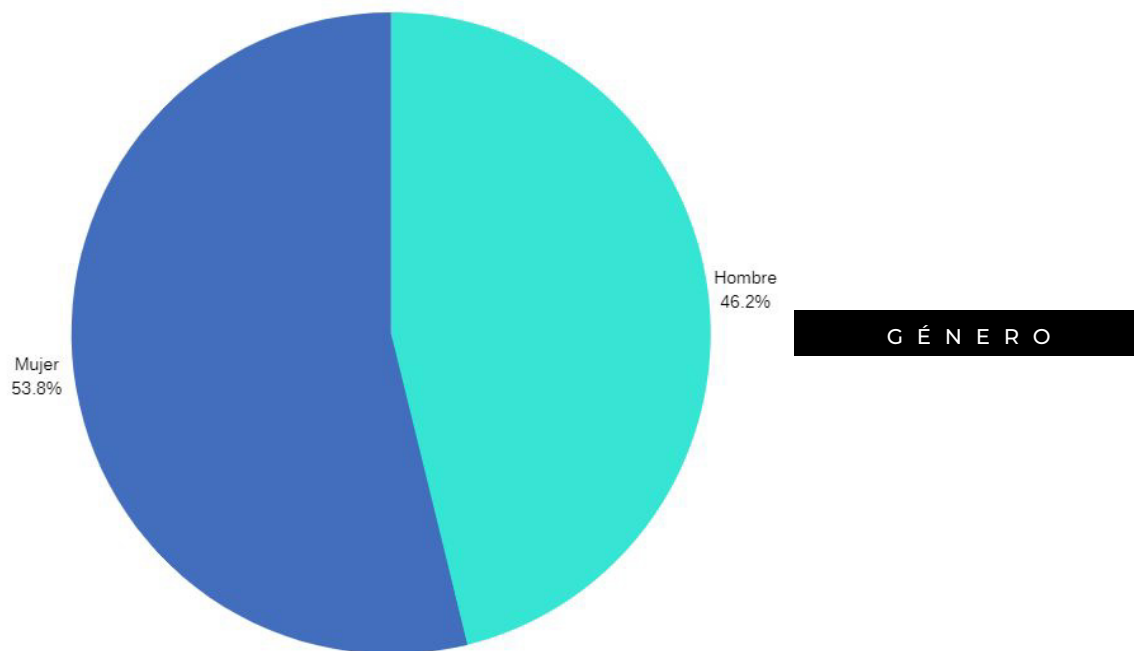
Caracterización del grupo objetivo.

PROCEDENCIA

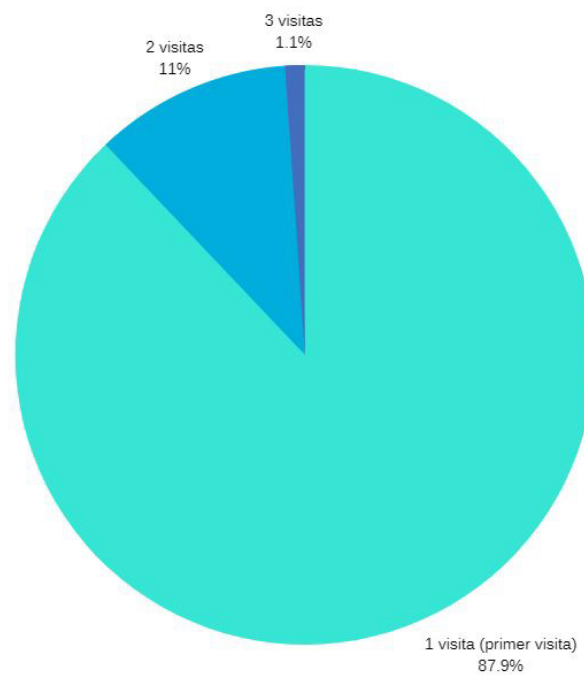


EDADES

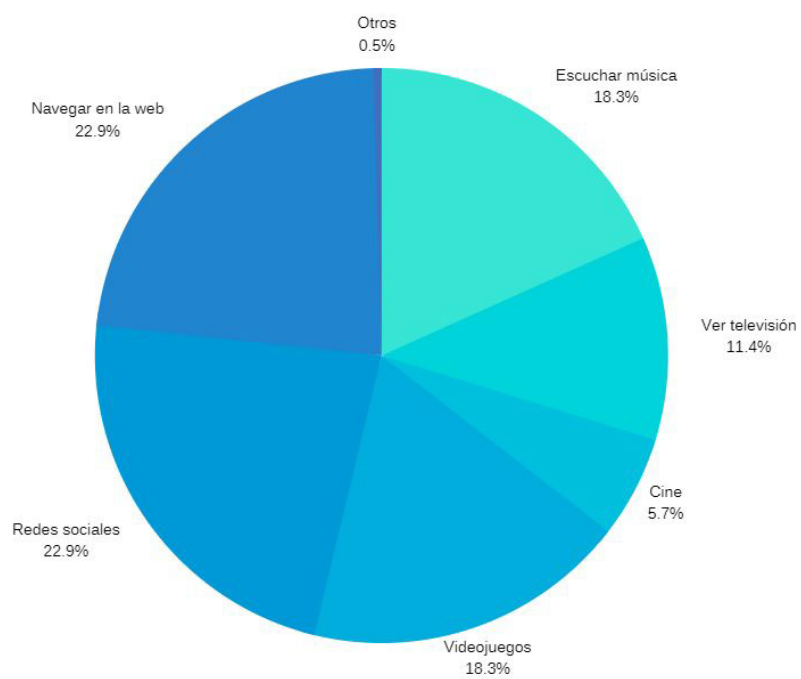




CONSUMO



HÁBITOS



A N E X O 2

Instrumento de validación con expertos en diseño gráfico.

Validación Diseño

Las siguientes preguntas se formulan para validar aspectos gráficos del material que se le presentará a continuación. Es una serie de videos infográficos que tratarán las cuatro generaciones tecnológicas de la imprenta en la Tipografía Nacional.

*Obligatorio

Monotipos v1.2 - MTN



1. ¿Qué término representa mejor su experiencia al visualizar el material? *

- ☐ Aburrido
- ☐ Curioso
- ☐ Informativo
- ☐ Otro: _____

1. Observaciones *

Tu respuesta _____

2. ¿Logra identificar una jerarquía en los elementos de las composiciones? *

- ☐ Sí, completamente.
- ☐ No
- ☐ Solo en algunos cuadros.

2. Observaciones *

Tu respuesta

3. Los márgenes en la composición son: *

- ☐ Muy estrechos
- ☐ Muy anchos
- ☐ Aceptables

3. Observaciones *

Tu respuesta

4. La velocidad y el tiempo en el que se le presenta la información es: *

- ☐ Muy rápido
- ☐ Muy lento
- ☐ Aceptable

4. Observaciones *

Tu respuesta

5. La cantidad de elementos por escena es: *

- ☐ Demasiados
- ☐ Muy pocos
- ☐ Los necesarios

5. Observaciones *

Tu respuesta

ENVIAR

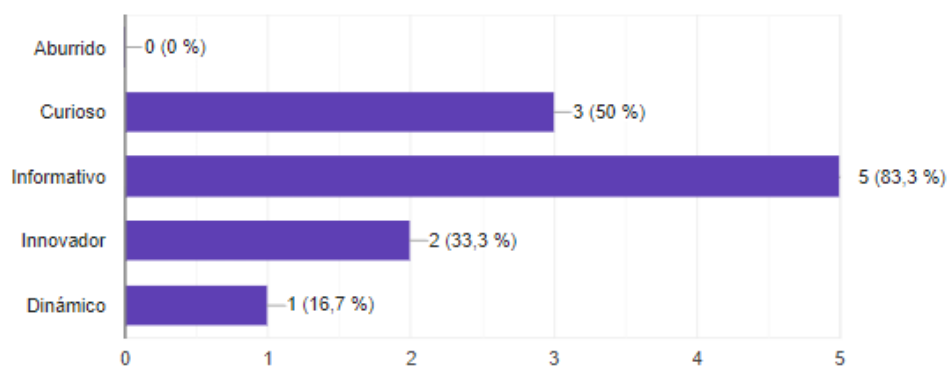
Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

A N E X O 3

Resultados de validación con expertos en diseño gráfico.

1. ¿Qué término representa mejor su experiencia al visualizar el material?

6 respuestas



1. Observaciones

6 respuestas

Es el tipo de material que me gustaría ver en los museos.

Sería bueno tener todo el vídeo musicalizado

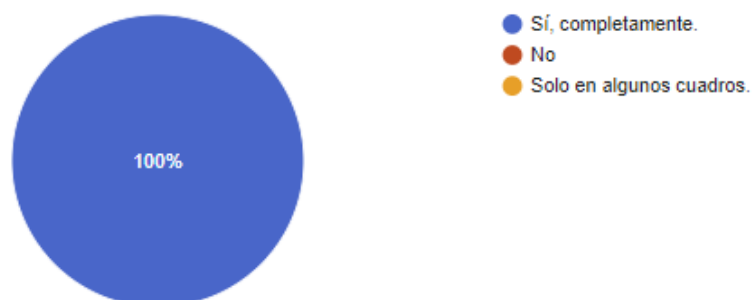
Se ve bastante profesional!

Agregar música al inicio

Paleta de color ideal

2. ¿Logra identificar una jerarquía en los elementos de las composiciones?

6 respuestas



2. Observaciones

6 respuestas

Sí puede verse bien un recorrido visual.

Los elementos como las líneas ayudan a direccionar al ojo

El audio no coincide con los tiempos en los que aparece el texto

Nel

Ideal

3. Los márgenes en la composición son:

6 respuestas



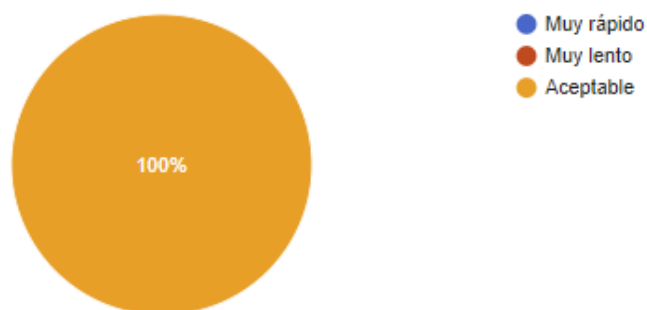
3. Observaciones

6 respuestas

Todo se ve bien dentro del espacio.
Todo Ok
No se corta el contenido y el espacio se ve muy bien utilizado
Ninguna
No son molestos

4. La velocidad y el tiempo en el que se le presenta la información es:

6 respuestas



4. Observaciones

6 respuestas

Puede entenderse bien con la ayuda de la locución aunque podría tener música de fondo para que no sea tan monótono.

Puedo leer y observar los gráficos perfectamente

Me parece bien :)

Todo cool

Puede ser más dinámico

5. La cantida de elementos por escena es:

6 respuestas



5. Observaciones

6 respuestas

La cantidad de elementos esta bien aunque en algunas escenas podrían agregarse animaciones o elementos secundarios para que no se mantenga estático por mucho tiempo.

Todo ok, el audio ayuda mucho a fijarse en lo necesario

No se sobrecarga y sí te atrapa el contenido visual!, está genial:)

Solo el cuadro de la esquina superior derecha a veces tapa algunas cosas

Aceptable

A N E X O 4

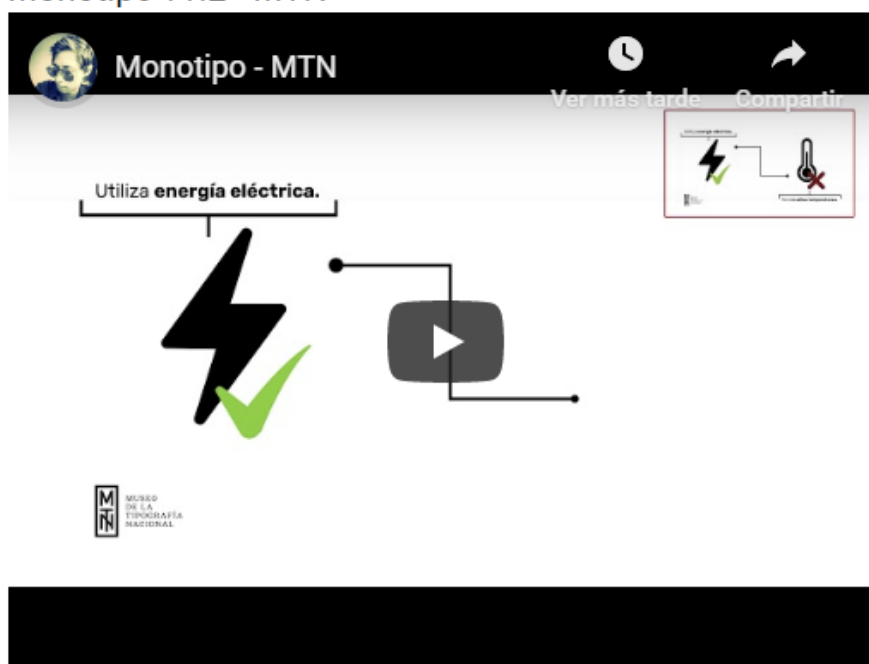
Instrumento de validación de expertos con relación a la información expuesta.

Validación expertos

El siguiente material tiene como fin exponer información relacionada a las generaciones tecnológicas de la imprenta en la Tipografía Nacional, se encuentra en proceso de producción por lo que es posible que no se muestre el resultado final (en la esquina superior derecha hay una miniatura del contenido gráfico sin animar). Se le realizará una serie de preguntas para evaluar y validar la estructura y función del contenido informativo.

*Obligatorio

Monotipo v1.2 - MTN



1. ¿Logra comprender el contenido informativo? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Parcialmente

1. Observaciones *

Tu respuesta

2. ¿Es definible una continuidad en el orden de la información? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Parcialmente

2. Observaciones *

Tu respuesta

3. ¿Considera que la información es suficiente para exponer de forma breve el tema? *

- ☐ Sí, por supuesto
- ☐ No (puede indicar sugerencias).

3. Observaciones *

Tu respuesta

4. ¿Considera que el material comunica correctamente el contenido? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No completamente

4. Observaciones *

Tu respuesta

5. ¿Cree el material expuesto, es apto para colocarse en el Museo de Tipografía Nacional? *

- ☐ Sí
- ☐ No

5. Observaciones *

Tu respuesta

ENVIAR

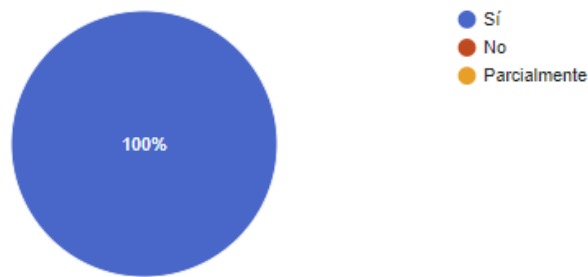
Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

A N E X O 5

Resultados de validación de expertos con relación a la información expuesta.

1. ¿Logra comprender el contenido informativo?

3 respuestas



1. Observaciones

3 respuestas

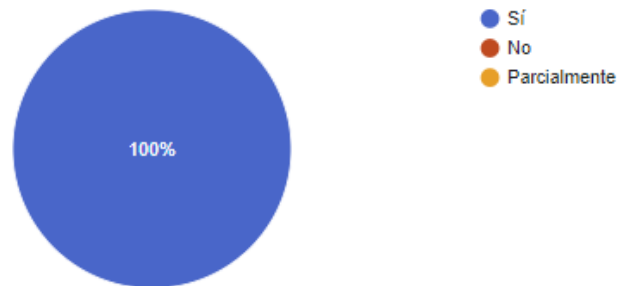
Pienso q antes de empezar con la maquina, haya un mini intro de "máquina" porque después de explicar los monotipos de un solo empieza la maquina. Tal vez sea bueno cerrar un punto y después empezar otro punto. Para que la persona q lo vea haga el cambio de tema (pero yo se q es del mismo tema) es como en redacción hablas de algo y haces un punto y seguido.

Los elementos en 3D ayudan a comprender significativamente la información.

El contenido reforzado con texto hace que el mensaje sea más claro y memorable.

2. ¿Es definible una continuidad en el orden de la información?

3 respuestas



2. Observaciones

3 respuestas

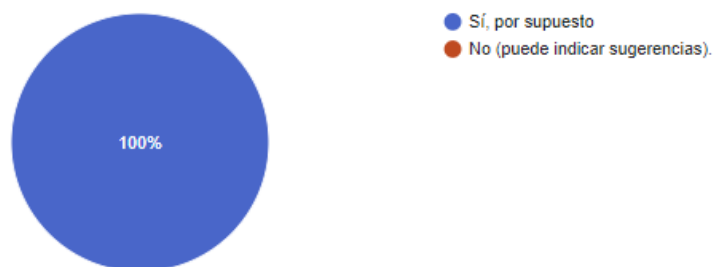
Si me parece correcta

El uso de números y la entrada de cada elemento ayuda a comprender el orden de cada cosa.

Si se comprende la continuidad sin embargo las transiciones aún no son tan amigables.

3. ¿Considera que la información es suficiente para exponer de forma breve el tema?

3 respuestas



3. Observaciones

3 respuestas

Pienso q si, un video q tarda mucho, la gente ya no pone atención. Esta bien el tema con lo esencial

Me gusta que es simple y con textos cortos, porque es fácil de leer y ayuda a no perder la atención.

La cantidad de información es la adecuada ya que el contenido es interesante y el tiempo adecuado.

4. ¿Considera que el material comunica correctamente el contenido?

3 respuestas



4. Observaciones

3 respuestas

Sí

Sí, es funcional.

Creo que el contenido está muy bien distribuido por lo que el mensaje me quedo muy claro.

5. ¿Cree el material expuesto, es apto para colocarse en el Museo de Tipografía Nacional?

3 respuestas



5. Observaciones

3 respuestas

Por supuesto, es un tema para museo. Además es interactivo y coloca al museo más moderno y atractivo.

Debería de colocarse tanto en el museo como en sus redes, si tuviera, pues ayuda a comprender fácil y rápidamente la información e historia de la tipografía en Guatemala.

Creo que tiene el tiempo exacto y un mensaje claro y conciso por lo que me parece apto para estar en el museo.

A N E X O 6

Instrumento de validación con grupo objetivo.

PREGUNTAS

RESPUESTAS

10

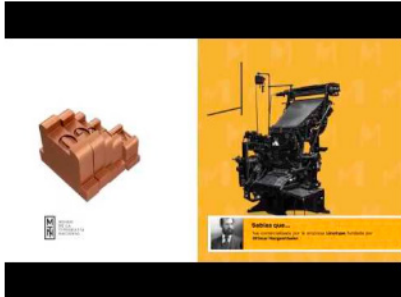
Validación con G.O.

A continuación se le presenta una serie de videos infográficos que tratarán el tema de las generaciones tecnológicas de la imprenta, material que se exhibirá en el Museo de Tipografía Nacional. Se le realizará una serie de preguntas para evaluar la funcionalidad del mismo.

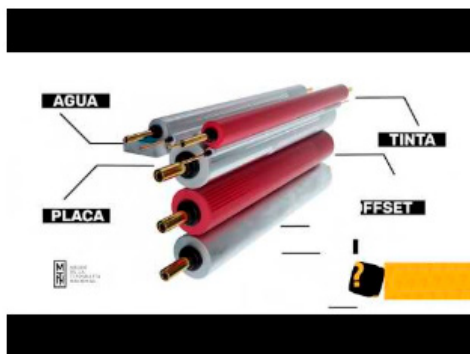
Monotipos



Linotipos



Offset



Digital



¿Cree que la secuencia del contenido mantiene el hilo conductor? *

- ☐ Totalmente
- ☐ Es confuso
- ☐ Incoherente completamente

2. La velocidad en que se presenta cada contenido es: *

El número 3 se interpreta como aceptable.

	1	2	3	4	5	
Muy lento	☐	☐	☐	☐	☐	Muy rápido

3. Visualmente ¿Logra percibir alguno de los siguientes elementos como representante de un tema histórico? *

- ☐ Color
- ☐ Tipografía
- ☐ Ilustraciones e imágenes

4. El uso tipográfico es: *

- ☐ Totalmente legible
- ☐ Confuso
- ☐ Totalmente ilegible

5. El volumen de la música de fondo: *

- ☐ Muy alto (no se escucha la locución)
- ☐ Adecuado
- ☐ Muy bajo

6. Observaciones o comentarios: *

Tu respuesta

ENVIAR

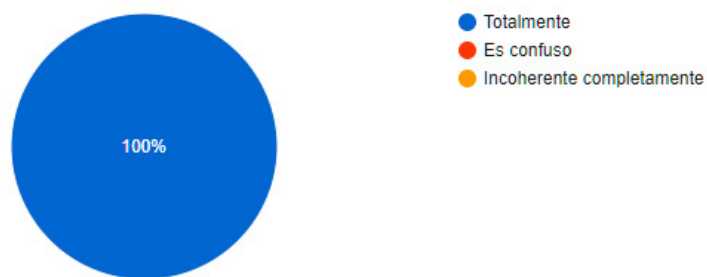
Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

A N E X O 7

Resultados de validación con grupo objetivo.

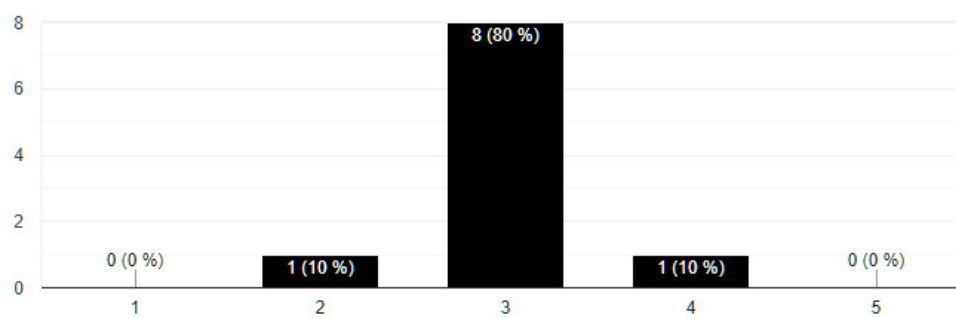
¿Cree que la secuencia del contenido mantiene el hilo conductor?

10 respuestas



2. La velocidad en que se presenta cada contenido es:

10 respuestas



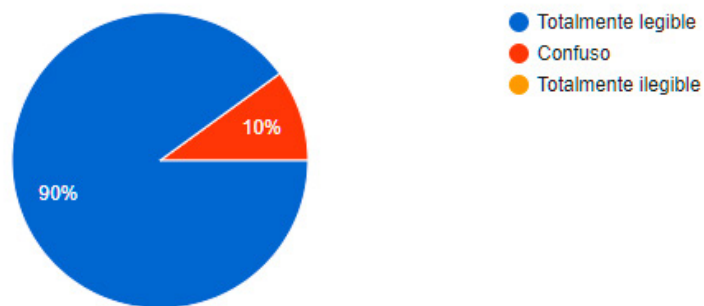
3. Visualmente ¿Logra percibir alguno de los siguientes elementos como representante de un tema histórico?

10 respuestas



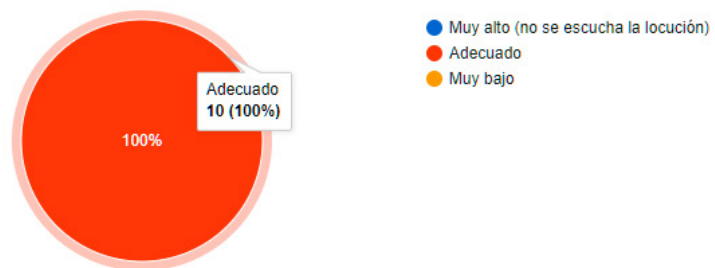
4. El uso tipográfico es:

10 respuestas



5. El volúmen de la música de fondo:

10 respuestas



6. Observaciones o comentarios:

10 respuestas

El uso de color le da dinamismo y hace que el video sea llamativo

En el vídeo: MTN - Offset en el minuto 1:13 la palabra década se repite como de de década jaja pero de ahí todo lo demás esta hermoso ♥ ¡felicidades!

Pienso que en los primeros videos si es necesario decir el título del tema ya que si la persona tiene discapacidad visual, no comprendería al principio lo que se está narrando. Por lo demás me parece un excelente trabajo!, ¡Felicitaciones!

Muy atractivo

Que bonito te quedó :)

Me parece vídeos muy claros en el mensaje

Muy bonitos e interesante

Muy buenos, son claros y directos, pero, considero que en ciertos momentos se torna el material algo lento. Aparte de eso todo esta muy bien

Solo me quedó duda si el narrador dijo bien el nombre de DocuTech, recuerda que es contenido informativo y educativo y esos detallitos pueden confundir a la gente

Considero que es una manera muy atractiva de abordar el tema. No es confuso y mucho menos cansado. Se traslada la información de forma rápida y concreta.

GRUPO OBJETIVO

ANEXO 8

Proceso para determinar el tamaño de muestra.

El grupo objetivo del Museo de Tipografía Nacional, aunque la institución promueva la información al público en general sin restringirse edad, género, cultura, nacionalidad, etc; se ha identificado que se centra de forma más específica en estudiantes universitarios de carreras relacionadas al diseño gráfico, artes gráficas, arquitectura, publicidad y comunicación, y a su vez se ha detectado que la mayor parte de ellos provienen de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Tamaño de la Muestra

Población:

1217 Estudiantes inscritos Licenciatura en Diseño Gráfico USAC.
 3862 Estudiantes inscritos Ciencias de la Comunicación.
 168 Estudiantes inscritos en Licenciatura en Artes Visuales.
 1500 Estudiantes inscritos (approx.) de carreras similares en otras universidades.
 = 5247 Total.

= 67 Tamaño de muestra.

Nivel de confianza: 90%

Margen de error: 10%

Fórmula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.65^2 * 0.5 * 0.5 * 5247}{(10^2 * (5247-1)) + 1.65^2 * 0.5 * 0.5}$$

n = 67

Para la detección de la muestra, se tomó como base la información sobre las cantidades del grupo objetivo, y para obtener un tamaño de muestra aceptable y factible se utilizó un nivel de confianza de 90% más un margen de error del 10%, manteniendo un tamaño de muestra aceptable y suficiente para recabar la información necesaria.

A N E X O 9

Instrumento para medir la presencia de la institución en el grupo objetivo.

Encuesta digital

¿Estudia/estudió alguna de las siguientes carreras?

- Diseño Gráfico
- Publicidad
- Locución
- Periodismo
- Arquitectura
- Ninguna de las anteriores

¿Cuáles de los siguientes museos conoce?

- Museo de Ciencia y Arte
- Museo del Ferrocarril
- Museo de Tipografía
- Ninguno

¿Cuáles de los siguientes museos ha visitado?

- Museo de Ciencia y Arte
- Museo del Ferrocarril
- Museo de Tipografía
- Ninguno

En el último año ¿Con qué frecuencia ha visitado un museo?

¿Conoce el Museo de Tipografía?

- Sí
- No

¿Ha visitado el Museo de Tipografía?

- Sí
- No

Si no lo ha visitado ¿Por qué motivo?

- Horarios
- Precios
- Ubicación
- Ninguna

¿Sabe de la ubicación del Museo de Tipografía?

- Sí
- No

¿Cómo se enteró del Museo de Tipografía?

- Por recomendación
- Publicidad
- Redes sociales
- Universidad

¿Estaría interesado en conocer el Museo de Tipografía?

- Sí
- No

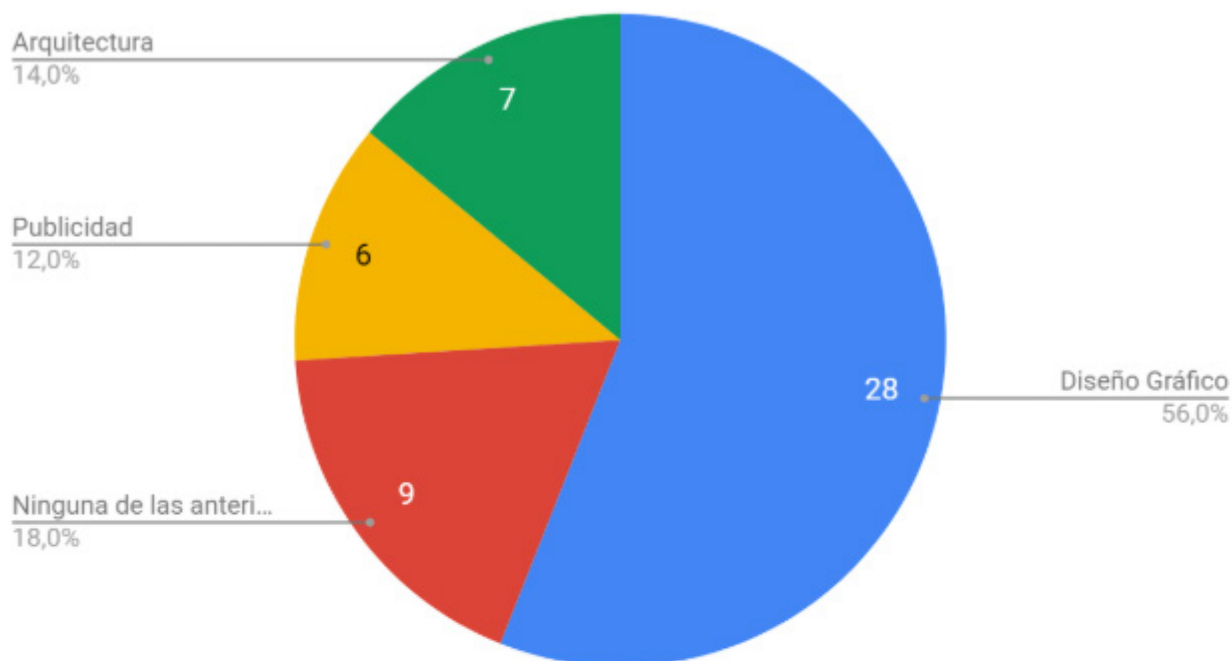
¿Sabe qué se exhibe en el Museo de Tipografía?

- Figuras artísticas
- Pinturas
- Maquinaria de imprenta

A N E X O 10

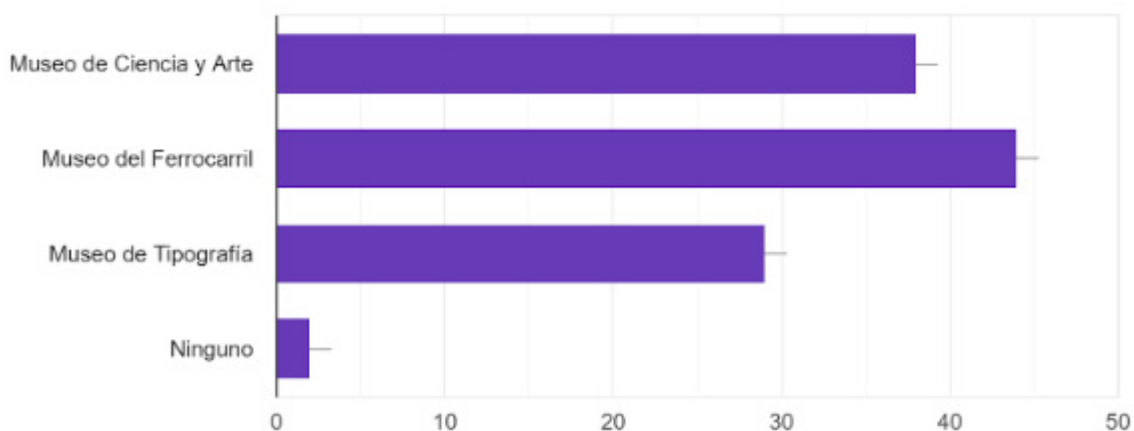
Resultados del instrumento para medir la presencia de la institución en el grupo objetivo.

¿Estudia/estudió alguna de las siguientes carreras?



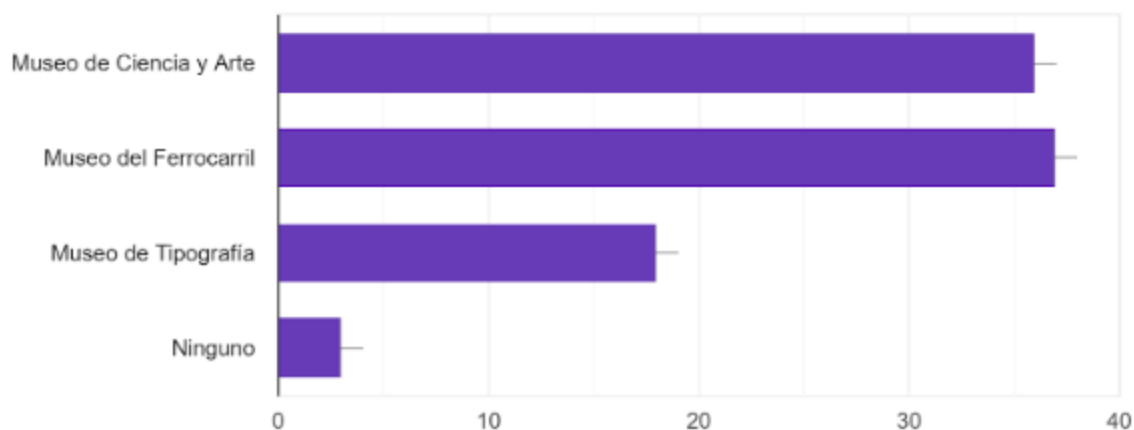
¿Cuáles de los siguientes museos conoce?

50 respuestas

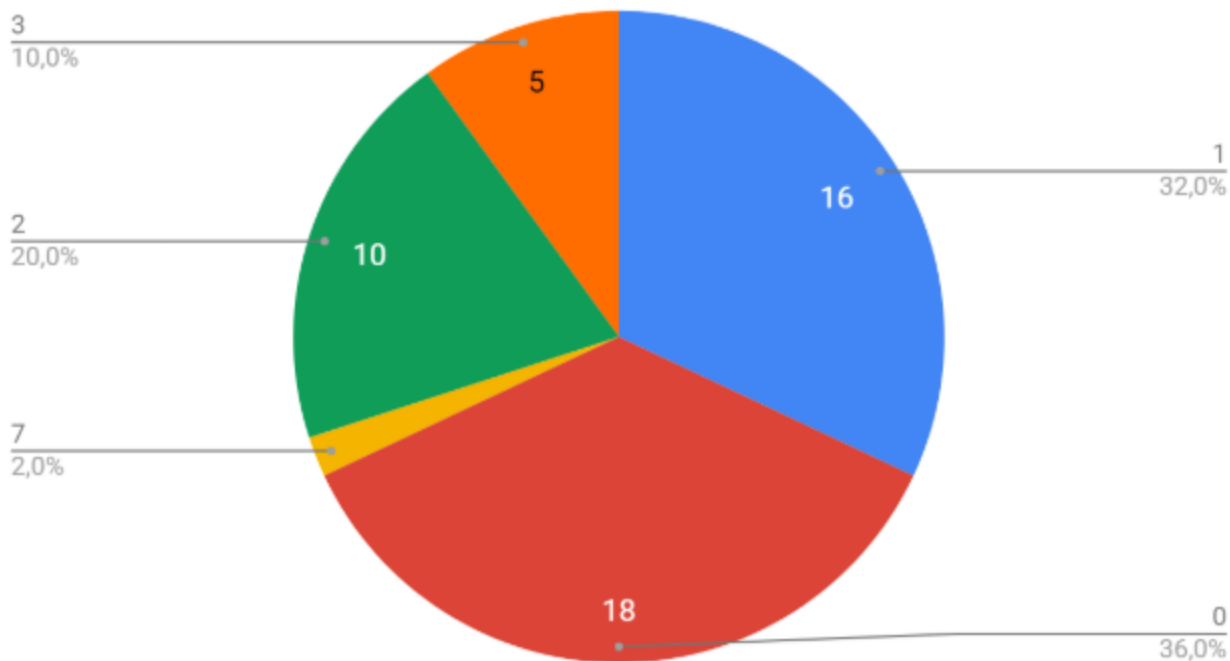


¿Cuáles de los siguientes museos ha visitado?

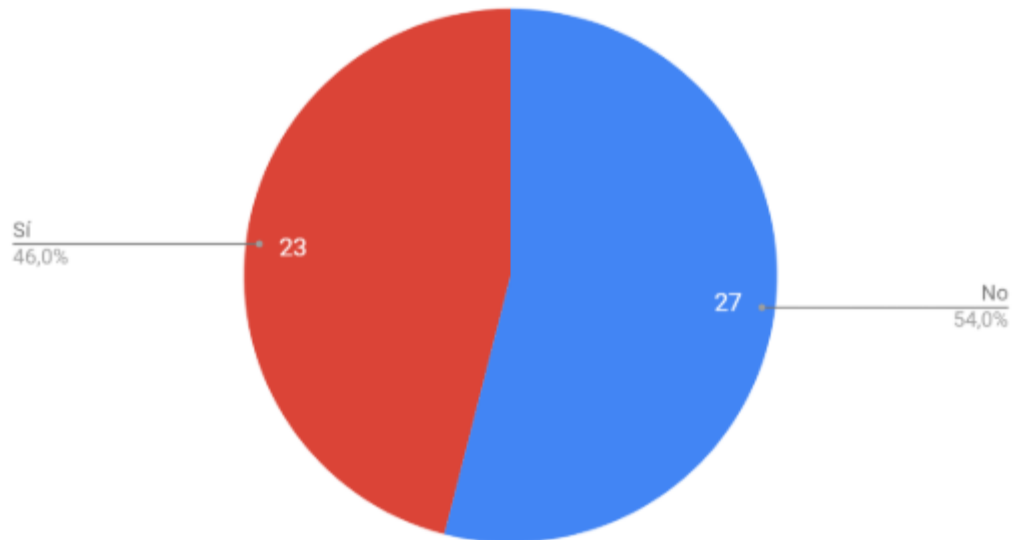
50 respuestas



En el último año ¿Con qué frecuencia ha visitado un museo?

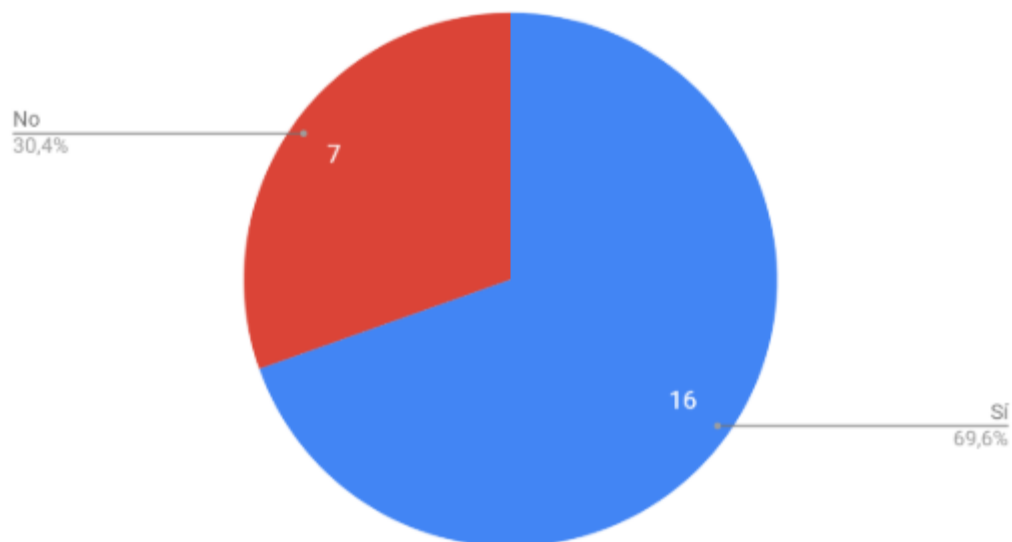


¿Conoce el Museo de Tipografía?

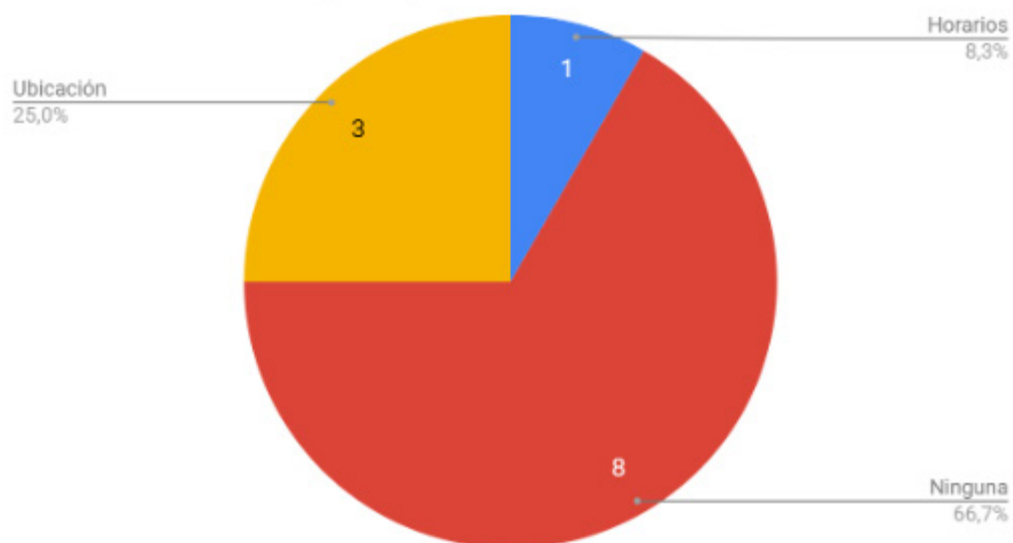


A partir de esta sección de la encuesta, únicamente a los que responden que sí, se les muestra la siguiente sección de preguntas, por razones de lógica de datos para que el instrumento se ejecute de forma óptima.

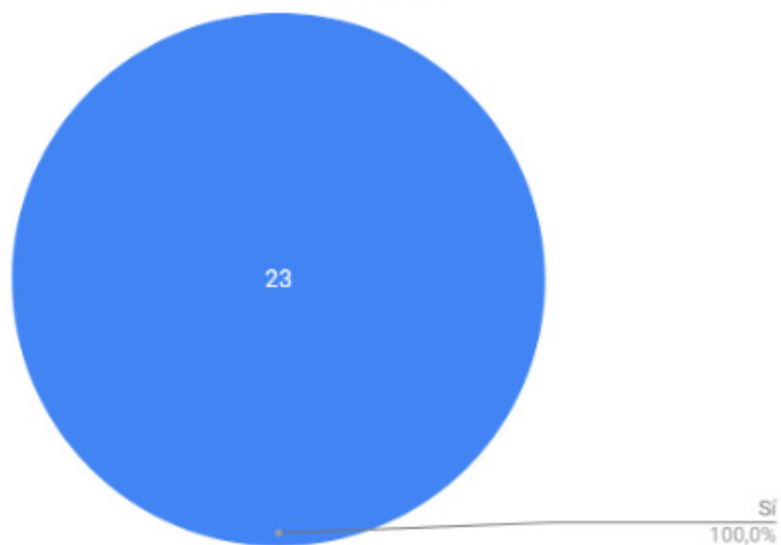
¿Ha visitado el Museo de Tipografía?



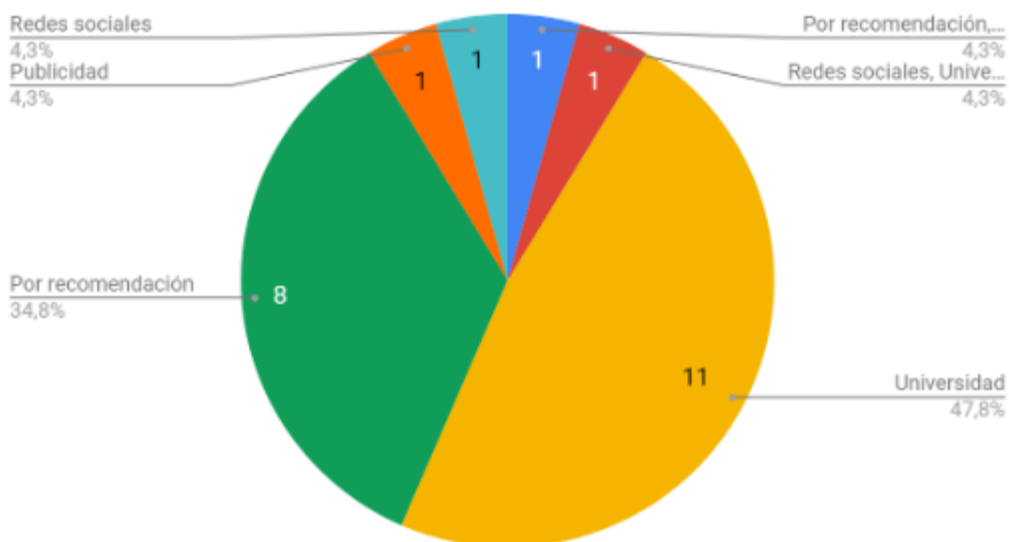
Si no lo ha visitado ¿Por qué motivo?



¿Sabe de la ubicación del Museo de Tipografía?

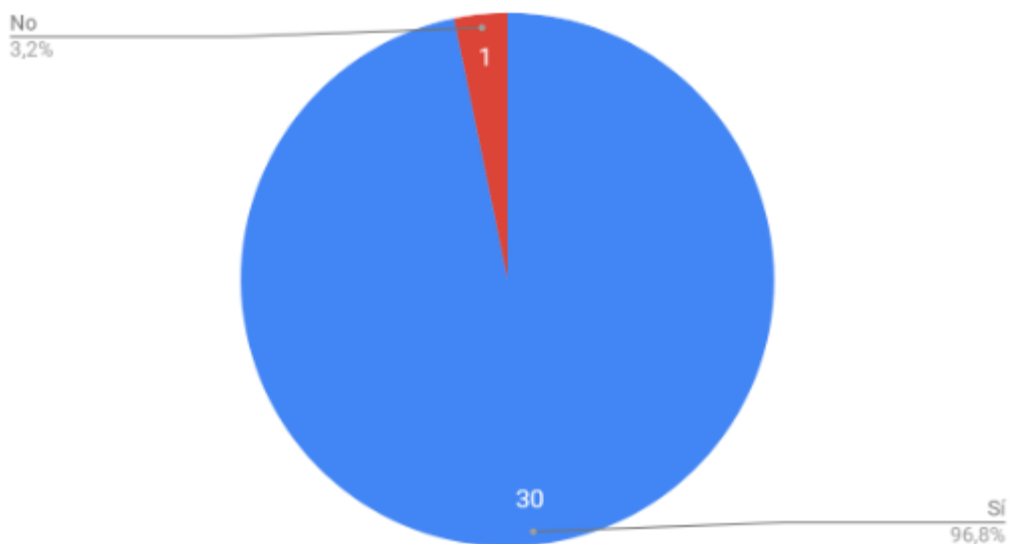


¿Cómo se enteró del Museo de Tipografía?

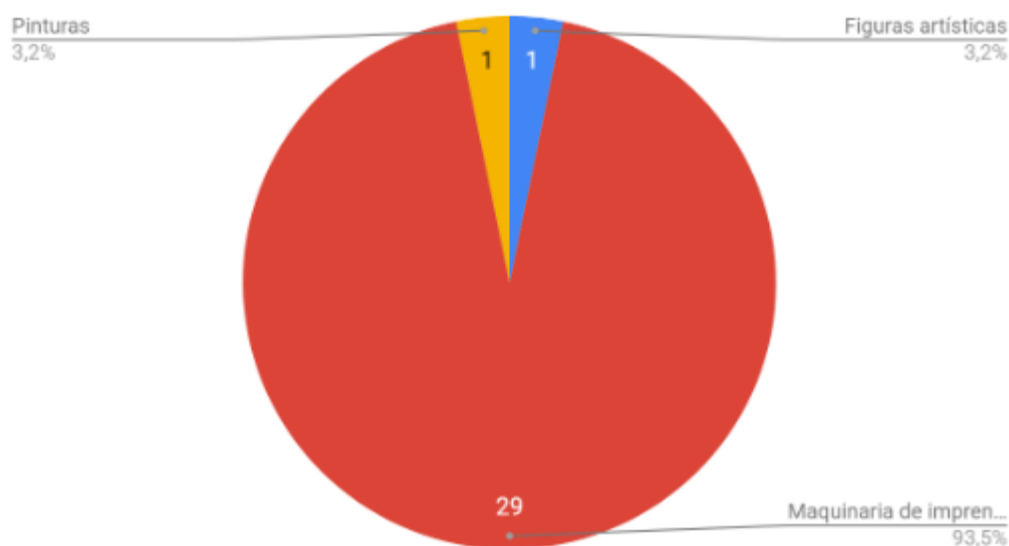


Las siguiente sección de la encuesta es presentada a quienes respondieron que no conocían al Museo de Tipografía de Guatemala.

¿Estaría interesado en conocer el Museo de Tipografía?



¿Sabe qué se exhibe en el Museo de Tipografía?



Según el análisis realizado a esta segunda encuesta, se evidencia que el 54% de los encuestados no conocía el Museo de Tipografía Nacional, el 46% restante de quienes sí conocían el Museo, el 70% lo ha visitado. Gran parte de ellos se ha enterado de la existencia del museo por la Universidad de San Carlos de Guatemala, siendo que en algunas facultades se promueven las visitas a dicho Museo de Tipografía Nacional, otro porcentaje se enteró por recomendaciones de conocidos. Esto evidencia que aunque el Museo de Tipografía Nacional tiene como grupo principal a estudiantes universitarios, se plantea la necesidad de aumentar su alcance, ya que la institución es para la sociedad guatemalteca en general, depende de ella y de su reconocimiento para seguir existiendo. Se observa un bajo interés por la cultura, historia y arte del Museo de Tipografía Nacional.



EDICIONES TM

Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras
Colegiada No. 22970

Guatemala, 01 de febrero de 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 del estudiante: **Víctor Hugo Argueta Gonzalez**, carné 201401121, de la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, titulado:

*Diseño de material multimedia para exponer información
de las diferentes generaciones tecnológicas de la imprenta para el
Museo de la Tipografía Nacional.*

Proyecto de grado, previo a conferírsele el título de Licenciado 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

nortolmo2@gmail.com

WhatsApp 35498645 y Cel. 59469408

Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras
Colegiada 22970

Diseño de material multimedia para exponer información de las diferentes generaciones tecnológicas de la imprenta para el Museo de la Tipografía Nacional

Proyecto de Graduación desarrollado por:

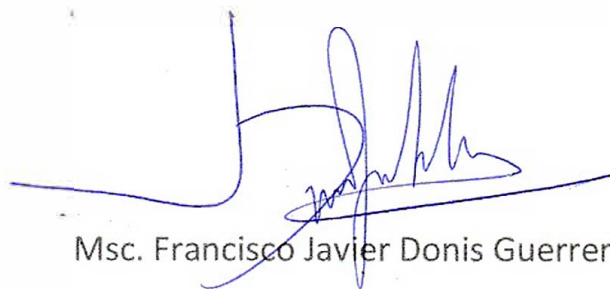


Víctor Hugo Argueta Gonzalez

Asesorado por:



Licda. Erika Grajeda Godínez



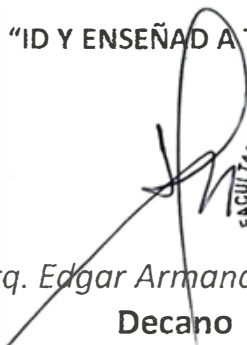
Msc. Francisco Javier Donis Guerrero



Licenciada En Historia
Thelma Judith Mayen García De Pérez

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



MSc. Arq. Edgar Armando Lopez Pazos
Decano