



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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



Diseño y desarrollo de estrategia de comunicación digital para
promover en Docentes y jóvenes estudiantes la visita

**al Museo Regional de Arqueología
“Rubén Chévez van Dorne”
La Democracia, Escuintla**

Proyecto desarrollado por:
Rodolfo Antonio de León



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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



Diseño y desarrollo de estrategia de comunicación digital para
promover en Docentes y jóvenes estudiantes la visita

**al Museo Regional de Arqueología
“Rubén Chévez van Dorne”
La Democracia, Escuintla**

Proyecto desarrollado por:
Rodolfo Antonio de León



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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



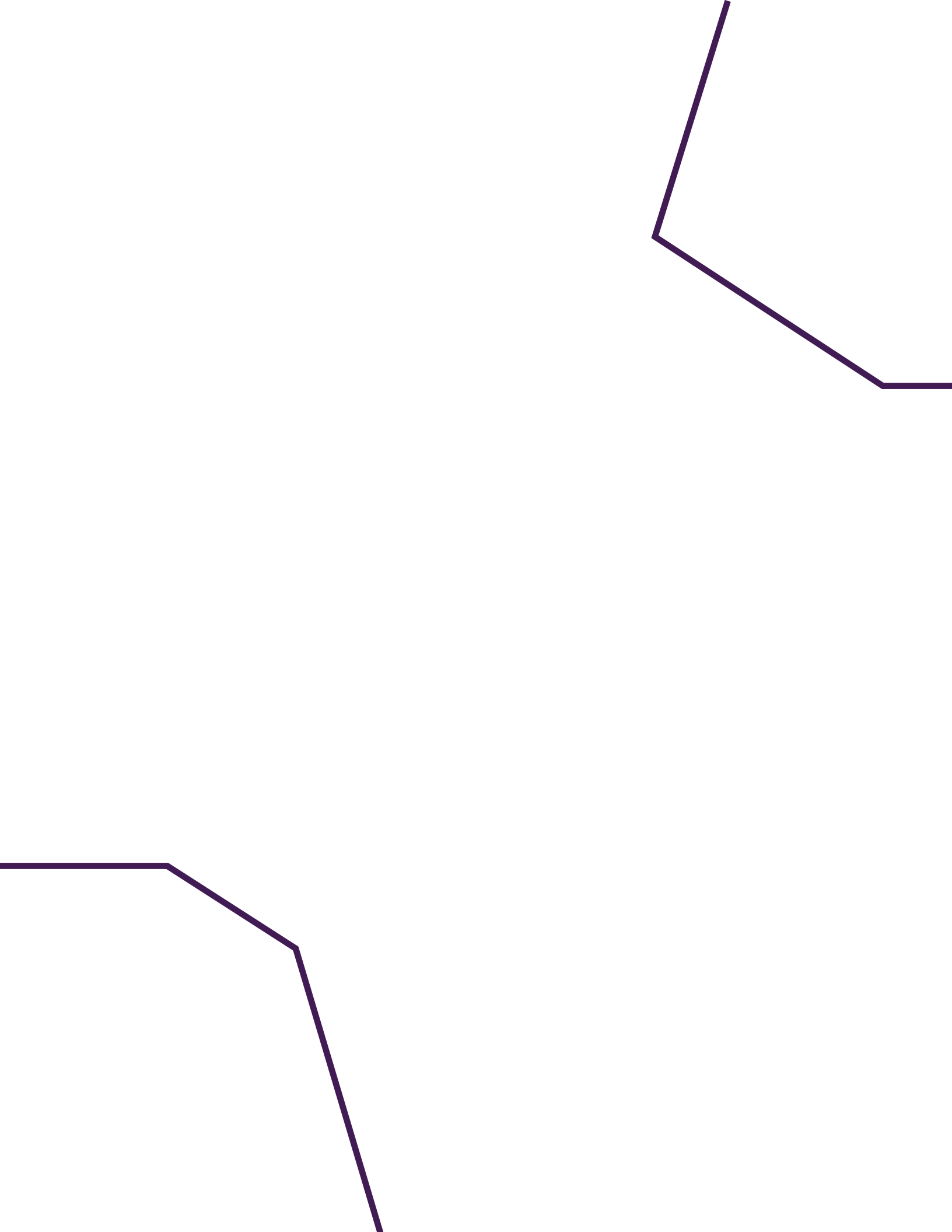
Diseño y desarrollo de estrategia de comunicación digital para
promover en Docentes y jóvenes estudiantes la visita
**al Museo Regional de Arqueología
“Rubén Chévez van Dorne”
La Democracia, Escuintla**

Proyecto desarrollado por:
Rodolfo Antonio de León

Previo a optar el título de:
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, septiembre de 2023

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



Nómina de autoridades

Decano

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

Vocal II

Lcda. Ilma Judith Prado Duque

Vocal III

Arqta. Mayra Jeanett Días Barrillas

Vocal IV

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola

Vocal V

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez

Secretario Académica

Ma. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría

Tribunal Examinador

Msc. Arq. Edgar Armando López Pazos

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca

Primer examinador

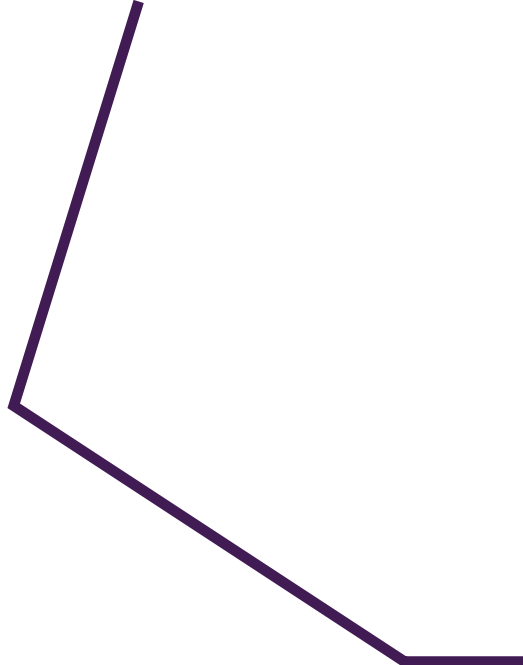
Lic. Axel Gabriel Flores Menéndez

Segundo examinador

Lcda. Sharon Yanira Alonzo Lozano

Tercer examinador

Lic. Edwin Rolando Pérez Robles



**Tu trabajo no es sobre el pasado ni el presente,
sino sobre el futuro, para que las próximas
generaciones sepan de dónde vienen.
Lo que las relaciona con sus ancestros.**

Monica Dolan

”



Agradecimientos

A Dios

Por ser mi guía en estos años de estudio y dotarme de sabiduría para poder afrontar cada día de la mejor manera posible.

A mi madre

Patricia de León por darme la vida, guiarme y aconsejarme siempre para ser una mejor persona y un excelente profesional. Por el amor, apoyo y enseñanzas que me ha dado a lo largo de la vida para afrontar la vida cuando ella me falte.

A mis hermanas

Bárbara, Alejandra y Astrid por apoyarme desde el inicio de la carrera, por los momentos de alegría y la guía para poder ser un profesional más de la familia.

A mi familia

En especial a mi tía Lorena De León, quien ha sido una segunda madre y ha sido un enorme apoyo. A mi familia por cada momento vivido, sus enseñanzas y apoyo durante el proceso.

A mis amigos

Juan Carlos, Josué y Néstor por ser como mis hermanos y a pesar de la distancia, han estado para apoyarme y motivarme a ser un profesional.

A mi novia

Arely Mendoza, quien incondicionalmente me apoyó y acompañó a lo largo del proceso, por su amor y comprensión cuando los días eran difíciles y sobre todo por seguir a mi lado.

A mis compañeros y colegas

Pablo, Vanessa y los demás, quienes formaron parte de los mejores años de mi vida y quienes hicieron que el proceso sea inolvidable.

A mis asesores

Marco Morales y Axel Flores, quienes compartieron sus conocimientos conmigo durante la carrera y en especial el último año.

A la USAC

Por convertirse en mi segunda casa y darme el honor de ser un profesional egresado de esta distinguida casa de estudios.

A la Facultad de Arquitectura y Escuela de Diseño Gráfico

Por darme los mejores 5 años de mi vida, por llenar de alegría, conocimientos y recuerdos, los cuales agradeceré con mi labor profesional, poniendo en alto mi casa de estudios.

Indice

cap.1

Introducción - 04

- Antecedentes e identificación del problema social
- Antecedentes e identificación del problema de comunicación visual
- Justificación del proyecto
- Objetivos del proyecto

cap.2

Perfiles - 12

- Perfil de la institución
- Perfil del grupo objetivo

cap.3

Planeación Operativa - 18

- Flujograma
- Cronograma

cap.4

Definición creativa - 26

- Estrategia de comunicación de la institución
- Ventajas y Desventajas de la pieza de diseño
- Conceptualización
- Brief
- Insight
- Concepto Creativo

cap. 5

Marco teórico- 48

- El desarrollo de la arqueología en la educación guatemalteca
- Tecnología para difundir descubrimientos arqueológicos
- Bibliografías y egrafías

cap. 6

Producción Gráfica - 68

- Visualización Nivel 1
- Visualización Nivel 2
- Visualización Nivel 3

cap. 7

Presentación de la pieza diseñada - 108

- Presentación final de la pieza diseñada
- Presentación gráfica de la pieza completa
- Orientaciones técnicas para reproducir e implementar las piezas gráficas
- Costos de producción de la gráfica
- Costos de reproducción de la pieza diseñada
- Entrega de artes finales a la institución

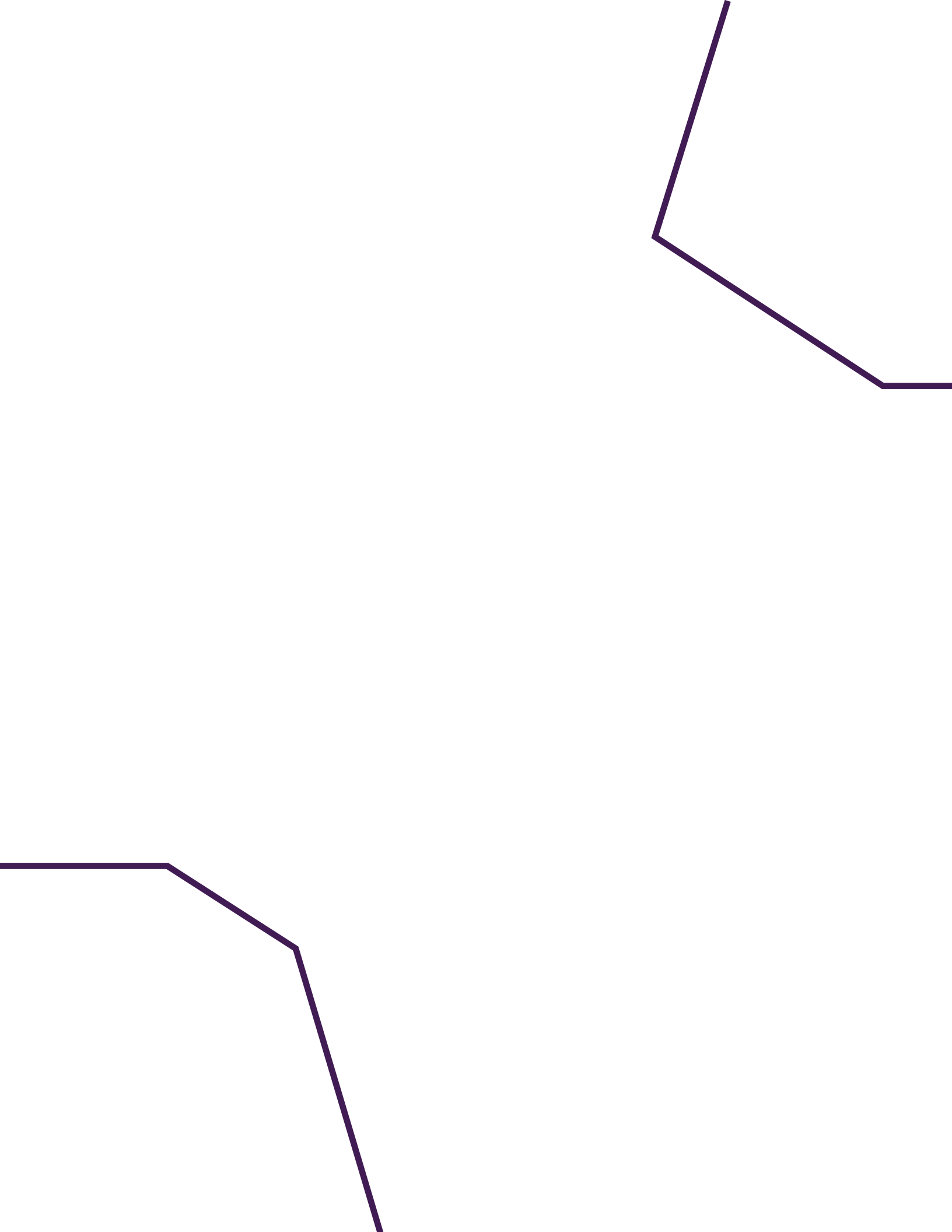
cap. 8

Síntesis - 134

- Lecciones aprendidas
- Conclusiones
- Recomendaciones

Bibliografía - 139

Anexos - 141



Presentación

El proyecto de graduación tiene como objetivo demostrar los conocimientos que el proyectista ha adquirido a lo largo de sus estudios en la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos, plasmándolos en piezas de diseño en las que pueda aplicar dichos conocimiento y habilidades.

El proyectista sancarlista brinda su apoyo a instituciones guatemaltecas sin fines de lucro que buscan profesionales que puedan desarrollar piezas funcionales y aplicables dentro de las mismas instituciones. De esta manera el proyectista retribuye a la población, la educación que ha sido brindada.

El presente informe describe de forma detallada desde el análisis del problema de comunicación, hasta la aplicación de el material que ha sido desarrollado para la promoción del Museo Regional de Arqueología "Rubén Chévez van Dorne" de La Democracia, Escuintla, a través de medios digitales de comunicación, para que el proyectista sea certificado como Licenciado en Diseño Gráfico.

El apoyo brindado por el estudiante está dirigido a medios digitales de comunicación que tienen como objetivo ser difundidos para la población de La Democracia, Escuintla quienes desconocen el motivo y la historia de las piezas arqueológicas que fueron descubiertas en la Costa Sur del país, principalmente en la zona geográfica del grupo objetivo y que actualmente se encuentran en exhibición en el Museo Regional de Arqueología "Rubén Chévez van Dorne".

A continuación se detalla el proceso de planificación e investigación realizada a la institución para definir el problema de comunicación que atiende, el grupo objetivo con el que se desea comunicar, prototipado que consta de diversos niveles para la obtención de la gráfica que dictará los lineamientos para la reproducción de la misma, producción gráfica y las validaciones elaboradas para obtener un resultado satisfactorio y funcional para la institución apoyada.





Capítulo 01

1. Introducción

- 1.1 Antecedentes e identificación del problema social
- 1.2 Antecedentes e identificación del problema de comunicación visual
- 1.3 Justificación del proyecto

Antecedentes e identificación del problema social

En la región del Pacífico del país se iniciaron los estudios arqueológicos gracias a los descubrimientos de las cabezas monumentales que actualmente pueden ser vistas en el parque central José Santos Toruño de La Democracia, las cuales eran visitadas por especialistas en arqueología o turistas ya sea para hacer estudios o simplemente para visitarlos como actividad turística. En todo el territorio guatemalteco se reconocen únicamente a 4 museos de arqueología con servicio público y 2 museos privados, aunque existen otras instituciones con piezas arqueológicas estas no forman parte del Ministerio de Cultura y Deporte de Guatemala.

Dado a los descubrimientos hechos en la región, en 1965 el Profesor Rubén Chévez van Dorne decide iniciar la gestión para aperturar el Museo Regional de Arqueología con las piezas que algunos pobladores le habían llevado las cuales habían sido encontradas en lugares aledaños a sus viviendas, también con la finalidad de preservar y estudiar los monumentos localizados en la finca "Monte Alto" hasta que en 1966 con el apoyo del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) fue remodelado un edificio que ocupaba la Escuela Urbana de la Democracia, no obstante la inauguración de las instalaciones fue el 22 de mayo de 1972. Actualmente el museo labora con el apoyo del Licenciado Edwin Pérez y el encargado del mantenimiento del mismo, lo que ha dado como resultado el requerimiento de material informativo/

educativo para los usuarios del mismo, esto ha ocasionado que el número de visitantes vaya siendo menor con el pasar del tiempo y ha llevado a no contar con los suficientes recursos económicos para tener el recurso humano necesario para ofrecer visitas guiadas y una ampliación de información relacionada con los recursos que se encuentran dentro del Museo ocasionando visitas más cortas sin la cobertura de datos importantes del patrimonio cultura lo que se ve reflejado en el escaso interés por visitar el Museo Regional de Arqueología.

La educación con respecto a la arqueología de La Democracia necesita ser reforzada, ya que puede ser un punto de interés e influencia para la región que puede incrementar las actividades económicas para la población.

Antecedentes e identificación del problema de comunicación visual de la institución

El Museo Regional de Arqueología tiene como principal objetivo promover la enseñanza del patrimonio cultural que ha sido descubierto en Guatemala de los vestigios del período Preclásico hasta el Clásico Medio así como también está comprometido con resguardar el valor histórico de las piezas arqueológicas que alberga en sus instalaciones. Desde el inicio de la labor del Profesor Chévez van Dorne se buscó tener un lugar de aprendizaje arqueológico tanto para la población de La Democracia como para los municipios aledaños y los arqueólogos de la nación.

Es importante que los medios de comunicación digitales sean implementados en los museos para lograr un fácil acceso a la información que el Museo contiene en sus instalaciones relacionadas con los descubrimientos arqueológicos del país, dirigida a los estudiantes de La Democracia y los distintos municipios aledaños a su ubicación, también es importante un canal de comunicación con los estudiantes y profesionales de arqueología del país.

Es en esta área en la que el proyectista podrá poner en práctica sus conocimientos de las herramientas digitales para promover el museo en medios digitales para facilitar.

Actualmente el Museo Regional de Arqueología no cuenta con estos medios de comunicación por lo que el único medio para obtener información es asistir al museo, este es un factor que dificulta el aprendizaje a distancia.

Es importante que como guatemaltecos conozcamos el valor histórico que se encuentra en los diferentes museos del país y como diseñadores se puede formar parte de la comunicación de dicha información de manera creativa y atractiva para el grupo objetivo. Estas acciones pueden generar un mayor interés en la población para visitar los museos de las distintas regiones del país, ayudando a la conservación de los centros históricos, la difusión de información y aprendizaje de las culturas antiguas de la región.

Justificación del Proyecto

Trascendencia del proyecto

Con este proyecto se buscó motivar a la población para realizar visitas al Museo Regional de Arqueología y otras instituciones que se encargan de resguardar el patrimonio cultural de Guatemala. Asimismo, crear conciencia de la importancia de cuidar estos descubrimientos que se han hecho en la región del Pacífico del país como las piezas expuestas en el parque frente al Museo y dentro del mismo.

A través de la elaboración de piezas gráficas digitales de difusión por redes sociales será posible dar a conocer la labor del museo a las personas de la región de La Democracia y posteriormente a nivel nacional e internacional. También se trasladará información general de las civilizaciones pasadas que se han situado en el territorio guatemalteco para ampliar los conocimientos del grupo objetivo.

Se estima que la vigencia aproximada para el material elaborado para redes sociales sea aproximadamente de un año. El material será entregado a las autoridades junto con un cronograma detallado de los materiales para sostener una comunicación adecuada.

Incidencia del Diseño Gráfico

Actualmente, con la constante innovación de la tecnología y los medios digitales para la difusión de información, se tiene a la mano una herramienta de bastante ayuda para cualquier tipo de negocio o institución que desee dar a conocer sus servicios. Esta oportunidad para que el museo proyecte su nueva imagen en redes sociales y pueda llegar al grupo objetivo ampliando la información que se encuentra dentro del museo de una forma más accesible a través de cualquier teléfono inteligente o computadora.

A través de un concepto creativo se desarrolló una campaña de comunicación digital para difundir información relevante de las antiguas civilizaciones que se situaron en la región sur de Guatemala. Con el apoyo de expertos en arqueología se trabajó para determinar los temas importantes a desarrollarse para el grupo objetivo y tomar decisiones de diseño adecuadas como el uso de colores que se apeguen a la identidad del museo y la región de La Democracia, tipografías que faciliten la lectura de los usuarios en los distintos medios de comunicación tanto digitales como impresos que se utilizaron para el desarrollo del proyecto, iconografía minimalista para el fácil entendimiento de los usuarios y el adecuado tratamiento fotográfico para preservar la naturaleza de las piezas arqueológicas.

Estas aplicaciones podrán ser visualizadas a través de medios digitales como las redes sociales oficiales de la institución. Estas piezas podrán ser estáticas tales como una campaña de expectativa ante la nueva imagen del museo, infografías relacionadas a la arqueología, nuevos descubrimientos arqueológicos o artísticos, entre otros materiales que la institución desee comunicar para captar la atención de sus usuarios y nuevos grupos objetivos.

Factibilidad del proyecto

Para el desarrollo adecuado del proyecto es necesario contar con la participación de los implicados en el proceso de investigación y realización de las piezas gráficas de diseño, como principal implicado está el proyectista quien aplicará sus conocimientos, habilidades, experiencia en el diseño, además del tiempo prestado para la investigación y asesoría por parte de la institución y licenciados de la Universidad. Como segundo implicado en la elaboración del proyecto se encuentra la institución quien brindará al estudiante los medios necesarios para el desarrollo de las piezas gráficas de diseño abordando los temas de interés de la institución y cubriendo las necesidades existentes de comunicación visual. El tercer implicado sería la Universidad de San Carlos de Guatemala quien dotará de conocimiento al proyectista para desarrollar el Ejercicio Profesional Supervisado con el apoyo de los licenciados encargados y especialistas en el diseño y desarrollo de proyectos.

La institución se encargará de los gastos que se generen en relación de la reproducción y difusión de los materiales elaborados para la misma, este presupuesto será gestionado con la comisión de museos de Guatemala para que los materiales entren en vigencia a partir del 2022.

Objetivos del Proyecto

Objetivo General

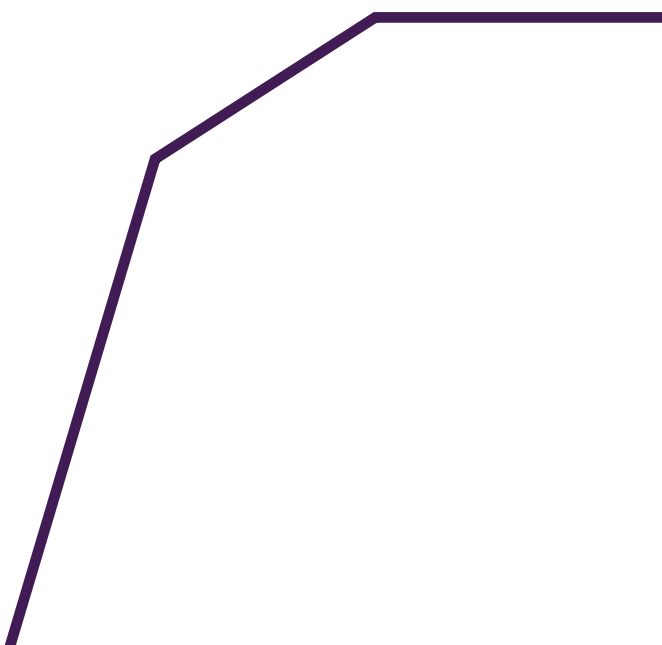
Apoyar la divulgación de la riqueza cultural y los descubrimientos arqueológicos realizados dentro del territorio guatemalteco a través del diseño gráfico de material digital para que el Museo Regional de Arqueología, en el municipio de La Democracia, Escuintla, sea reconocido por la comunidad y la región.

Objetivo específico de comunicación

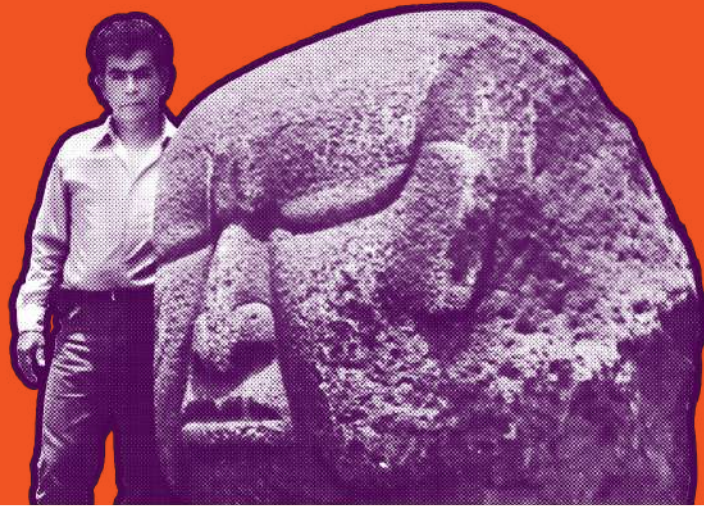
Desarrollo de material gráfico que facilite la comunicación entre el museo y el grupo objetivo respecto a la valoración y conservación de los recursos arqueológicos que se muestran en las instalaciones y lugares cercanos

Objetivo específico de Diseño Gráfico

Diseño de campaña publicitaria a través de medios de comunicación digital, para dar a conocer el patrimonio cultural de Guatemala, el cual se encuentra en el MURADE "Rubén Chévez van Dorne" de La Democracia Escuintla.







Capítulo 02

2. Perfiles

- 2.1 Perfil de la institución
- 2.2 Perfil del Grupo Objetivo

Perfil de la institución

Antecedentes de la institución

El museo se fundó el 19 de febrero de 1966, gracias a la iniciativa de Don Rubén Chévez van Dorne, quien se interesó por recolectar pequeñas piezas de barro y otras muestras de cerámica que eran proporcionadas por la maestra Reina del Tránsito Recinos, quien laboraba en la finca algodonera "Oro Blanco" en el municipio de La Gomera. La recolección de artículos fue seguida por la profesora Aída Vallar.

Con las piezas recolectadas por las maestras del área, Don Rubén Chévez van Dorne logró en conjunto al Lic. David Vela que el INGUAT remodelara un edificio antiguo que ocupaban las Escuelas Urbanas de La Democracia, Escuintla.

Otras piezas arqueológicas exhibidas en el museo, fueron proporcionadas por los pobladores de La Democracia quienes en sus campos de siembra o en las fincas en las que laboraban encontraban objetos aparentemente de una civilización antigua. Con la inauguración del Museo Regional se buscó educar a la región de La Democracia y posteriormente a los municipios aledaños del departamento de Escuintla dentro de los cuales se tomaron en cuenta los adolescentes y adultos entre las edades de 13 a 30 años.



Figura 1. "Don Rubén Chévez van Dorne" Museo regional de Arqueología (1999).

Filosofía de la institución

Misión

Proteger, conservar, divulgar, exhibir, promover la identidad nacional en los guatemaltecos.

Visión

Fortalecer y promover la identidad guatemalteca mediante la protección, conservación, promoción y divulgación de los valores y manifestaciones culturales de los pueblos y comunidades que conforman la nación guatemalteca articulando la pluriculturalidad y la interculturalidad mediante la facilitación a su acceso equitativo de servicios culturales en forma descentralizada y de acuerdo a las características y preferencias de la población.

Objetivos

- Exponer los rasgos culturales de las antiguas civilizaciones de la costa sur.
- Conservar, preservar y exhibir el material arqueológico y pictórico de la colección del Museo La Democracia.
- Presentar un guión museográfico ordenado y con la información adaptada al público en general.
- Apoyar y difundir los valores de los nuevos maestros de la plástica guatemalteca mediante exposiciones temporales.

Metas

- Subir la cantidad de público visitante.
- Alcanzar alumnos de la región y luego de los municipio
- Obtener certificaciones del ICOM para el museo.

Actividades

Exhibe material arqueológico de los periodos pre-clásico y postclásico en especial de la cultura Monte Alto, presenta figuras de las primeras manifestaciones artísticas de los antiguos grupos humanos en el momento que pasaban del periodo de la caza y de la pesca a la agricultura. También se puede apreciar una muestra de documentos y libros antiguos y una exposición de pinturas contemporáneas de artistas nacionales.

Áreas de cobertura geográfica

Como principal área de interés dentro del departamento por parte de la institución encontramos al municipio de La Democracia en el cual se encuentra ubicado el Museo Regional de Arqueología, con las piezas gráficas de diseño que se desarrollarán se espera alcanzar a captar la atención de municipios aledaños como lo son Siquinalá y Santa Lucía Cotzumalguapa.

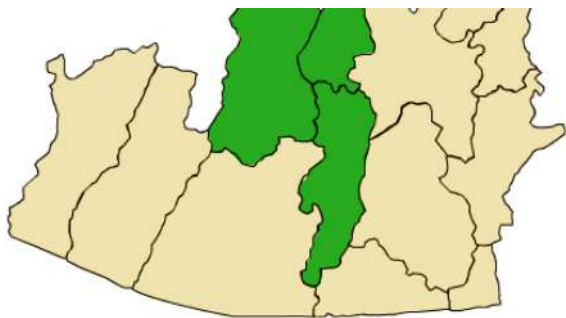


Figura 2. Mapa del departamento de Escuintla (Guatemala) Ilustración del sitio web Wikipedia, "Escuintla departamento", https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Escuintla_departamento.png

Población Meta

El museo desde el inicio de sus labores buscó brindar el apoyo necesario a la población para ampliar sus conocimientos arqueológicos, dirigido a los alumnos de básicos, primaria y diversificado de la región de la Democracia. Así como también se tomaron en cuenta los grupos adultos para promover el patrimonio cultural existente en la región, actualmente los objetivos del museo siguen siendo los mismos con la única diferencia que se busca expandir el conocimiento a nivel nacional, cuál fue la cultura que habitaba anteriormente en la región. Con las piezas de diseño gráfico que se realizarán para la institución se busca también captar la atención de públicos extranjeros.

Características del grupo objetivo

Caracterización del grupo objetivo

El grupo objetivo es al que estará dirigido el material a diseñar y que estará a disposición del Museo Regional de Arqueología. Para que los materiales elaborados sean funcionales es necesario conocer a mayor detalle cuales son los intereses y características del mismo desde diferentes puntos de vista como las socio demográficas socio económicas psicográficas y psicopedagógicas

Socio demográficas

El público objetivo de este proyecto son jóvenes y adultos entre las edades de 13 a 30 años pertenecientes al municipio de La Democracia en el Departamento de Escuintla. Actualmente la institución labora de martes a sábado en horario de 8:00 a. m. a 5:00 p. m., atendiendo un aproximado de 50 personas al mes debido a las medidas de prevención contra el COVID-19.

Otro de los grupos de interés para el museo son los pobladores de los municipios aledaños como lo es Santa Lucía Cotzumalguapa y Siquinalá a quienes se les dirigirá el material a los mismos grupos etarios.

Socioeconómicas

El grupo objetivo del museo se sitúa entre un nivel socio económico tipo C y C+ en el que las familias cuentan con los recursos básicos como alimentación, vestimenta, una vivienda, vehículo de transporte y acceso a internet residencial o en sus dispositivos móviles.

Según información brindada por el licenciado Edwin Pérez, persona a cargo del museo

Regional de Arqueología, la principal actividad económica de la zona es la agricultura, lo que brinda trabajo y oportunidades de estudio a cientos de familias en la región de La Democracia.

Psicográficas

Los jóvenes que conforman el grupo objetivo del Museo, se encuentran en un estado sedentario lo que ha ocasionado que se distancien y pospongan las visitas a las instalaciones; sin embargo, a través de incentivos que sus establecimientos educativos brindan e intereses propios se reveló a través de estadísticas de Google Trends que pobladores de la región y departamentos aledaños han realizado búsquedas de información relacionada a temas arqueológicos.

En estudios recientes se estima que aproximadamente un 65% de la población tiene acceso para navegar en internet del cual un 45% tiene acceso a redes sociales¹, esto en las regiones con mayor urbanización del país dentro de los cuales se encuentra el departamento de Escuintla, siendo una oportunidad para el Museo Regional de Arqueología para crear medios digitales de comunicación y difusión de información relacionada con la institución.

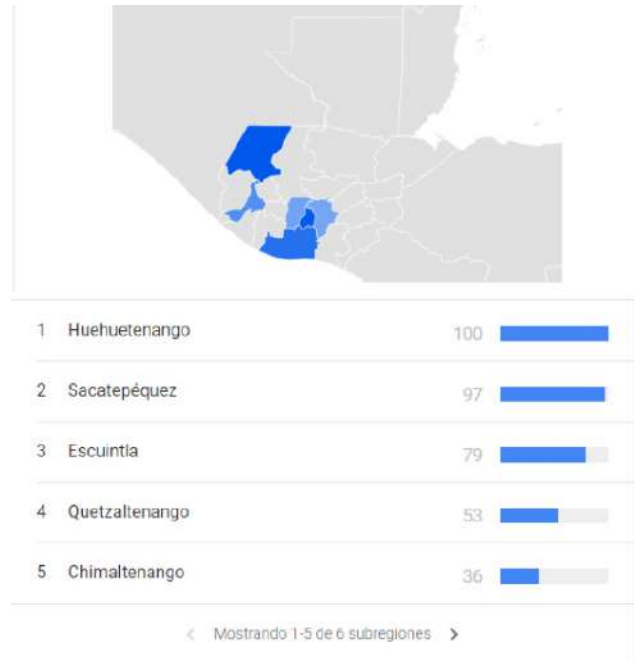


Figura 3. "Arqueología" Google Trends. (2021) <https://trends.google.es/trends/explore?geo=GT&q=arqueolog%C3%ADa>

Lugar y momento entre la institución y el grupo objetivo.

El museo Regional de arqueología "Rubén Chévez van Dorne" por ser una institución en la que expone piezas arqueológicas de la civilización Monte Alto, debe mantener un contacto físico con su grupo objetivo, actividad que se da lugar los días martes a sábado en horario de 8:00 a. m. a 5:00 p. m. en el cual se le brinda una pequeña introducción a los visitantes de qué son las piezas que se encuentran expuestas en las instalaciones, debido al poco equipo humano con el que se cuenta, no es posible guiar a todas las personas que visitan el museo por lo que se busca crear un medio informativo digital para los visitantes a través de códigos QR situados en las fichas técnicas de cada pieza expuesta.

1. Yi Min Shum "Situación digital, Internet y redes sociales Guatemala 2020" <https://yiminshum.com/social-media-guatemala-2020/> (Consultada por última vez el 13 de abril 2021).





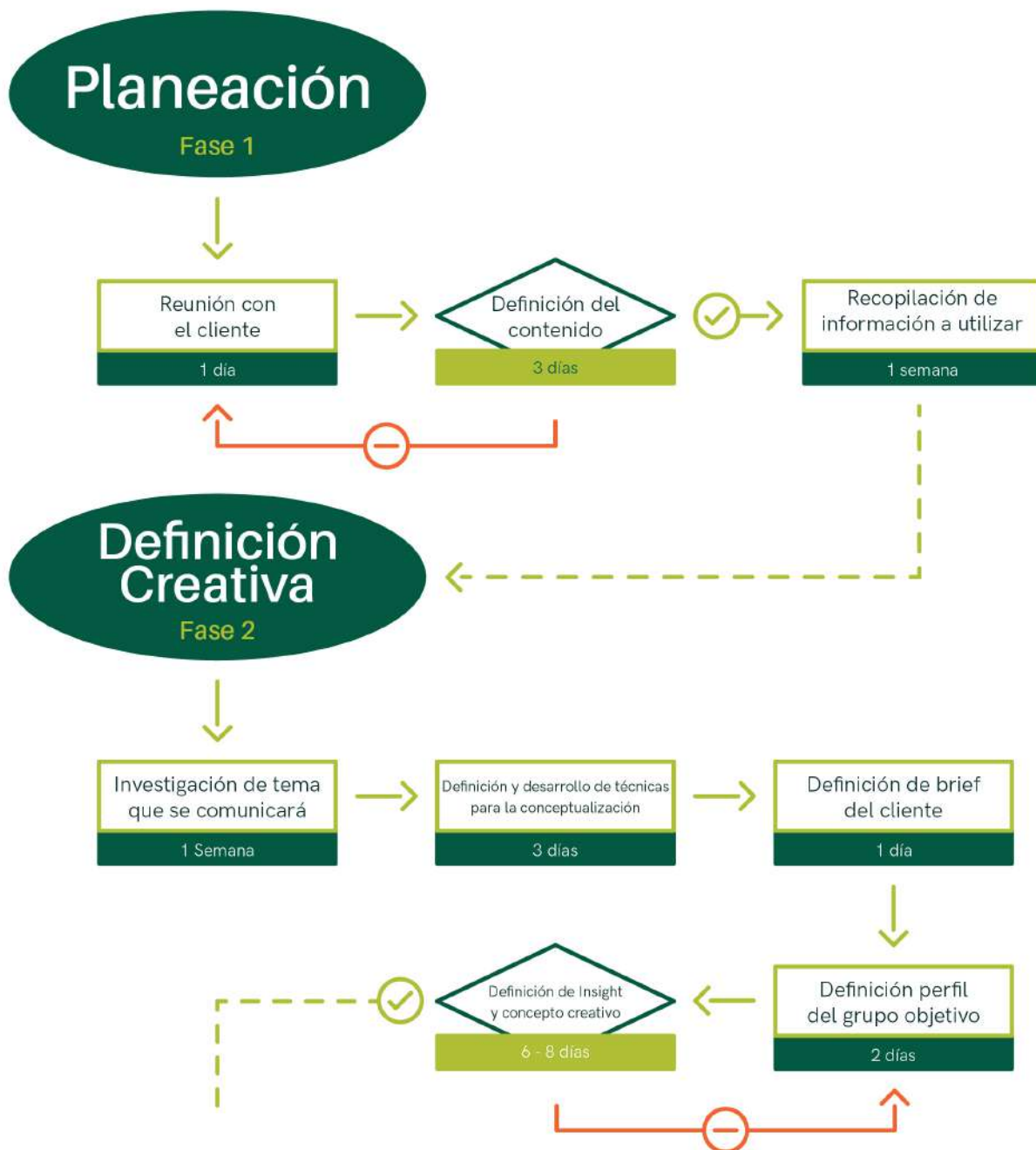
Capítulo 03

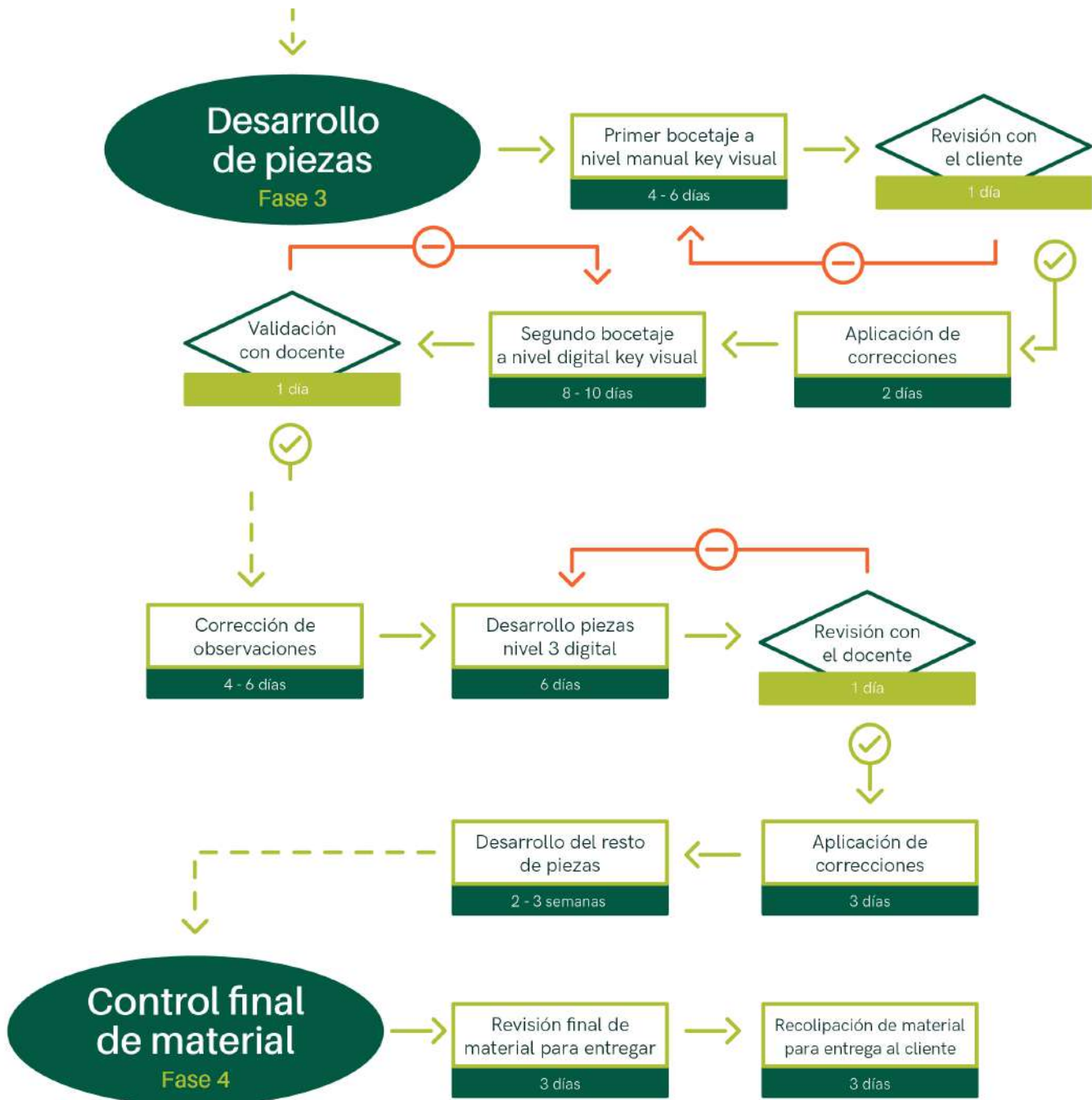
3. Planeación operativa

- 3.1 Flujograma
- 3.2 Cronograma
- 3.3 Recursos y costos

Flujograma de producción de la pieza a diseñar

Para que el desarrollo de este proyecto sea de una manera clara y ordenada, es necesario un flujograma de trabajo en el cual se determinen las piezas que se desarrollarán y el tiempo que estas emplearán durante el Ejercicio Profesional Supervisado.







Cronograma de trabajo

El cronograma nos permitió tener una referencia de cuáles fueron las fases en las que se llevó a cabo el proyecto.

Fase	Actividades	Agosto				Septiembre					Octubre			
No.	Semana	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Introducción a la institución	■												
	Reunión con jefe inmediato para definición de piezas a diseñar	■												
	Recopilación de información a utilizar		■	■										
2	Profundización en el tema a comunicar			■	■									
	Definición de técnicas para concepto creativo				■									
	Definición brief del cliente				■									
	Definición grupo objetivo				■									
	Desarrollo concepto creativo e insight			■	■									
	Benchmark y premisas de diseño				■	■								
3	1era etapa de bocetaje key visual					■								
	Revisión con cliente de primeros bocetos					■								
	Aplicación de primeras correcciones						■							
	Bocetaje nivel digital key visual						■	■						
	Validación con docente y profesionales							■	■					
	Aplicación segundas correcciones							■	■					
	Bocetaje digital nivel 3 key visual							■	■					
	Revisión con Docente							■	■					
	Desarrollo resto de piezas								■	■	■			
4	Revisión final de material para entrega												■	
	Recopilación de material para entregar a la institución												■	
5	Validación de cumplimiento de metas													■
	Presentación final del material al cliente													■
	Entrega de material al cliente													■

Tabla 1. Cronograma de trabajo

Previsión de recursos y costos del proyecto de graduación

En esta sección se contempla cuáles son los recursos que fueron necesarios para el desarrollo del proyecto, tanto en equipo digital como en recursos de primera necesidad implicados en el proceso como donativo del proyectista hacia la institución durante el desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado.

Descripción	Monto	Unidades	Subtotal
Gastos mensuales			
Alquiler	Q2,871.00	3 meses	Q8,613.00
Luz eléctrica	Q230.00	3 meses	Q690.00
Servicio de internet y cable	Q379.00	3 meses	Q1,137.00
Mantenimiento	Q290.00	3 meses	Q870.00
Gastos fijos			
Laptop	Q4,750.00	1	Q4,750.00
Tableta digitalizadora	Q1,500.00	1	Q1,500.00
Disco duro externo	Q550.00	1	Q550.00
Cámara fotográfica	Q2,500.00	1	Q2,500.00
Impresiones	Q30.00	3	Q90.00
Sketch para bocetos	Q20.00	1	Q20.00
Lápices	Q12.00	1	Q12.00
Lápiceros	Q12.00	1	Q12.00
Viáticos			
Visita al museo/combustible	Q100.00	2	Q200.00
Alimentación	Q45.00	2	Q90.00
		Sub total	Q21,844.00
	Imprevistos	5%	Q1,092.20
	Total		Q22,936.20

Tabla 2. Previsión de recursos y costos del proyecto de graduación





Capítulo 04

4. Definición Creativa

- 4.1 Estrategia institucional
- 4.2 Ventajas y desventajas de la pieza de diseño
- 4.3 Conceptualización
- 4.4 Premisas de diseño
- 4.5 Moodboard

En esta sección encontraremos la planificación y como fue desarrollado el proyecto para obtener los resultados deseados en cada una de las piezas diseñadas para la institución.

Descripción de la estrategia de comunicación institucional en la que se integra el proyecto

Con base en la información recolectada y a las necesidades detectadas en el estudio previamente realizado a la institución, se determinó como principal necesidad el comunicar y difundir la labor del museo, así como dar a conocer la importancia que tienen las piezas expuestas dentro de las instalaciones y las piezas exhibidas fuera del mismo como parte del Patrimonio Cultural de Guatemala para la comunidad de La Democracia, Escuintla y a los departamentos aledaños a su ubicación, ya que estas conservan información de las primeras civilizaciones que ocuparon el territorio de la Costa Sur del país.

Como parte de la estrategia de comunicación en medios digitales se tiene como expectativa captar un grupo objetivo joven interesado en incursionar en temas arqueológicos, captar la atención de escuelas y colegios del país para aumentar las visitas al museo para mejorar las condiciones del museo así como incrementar el apoyo de personal para el mismo. Por medio de los canales digitales de comunicación más utilizados por el grupo objetivo tomando en cuenta el porcentaje de la población que tiene acceso a un dispositivo móvil.²

El proyectista, en acompañamiento de la institución, definió los medios digitales por el cuál se desea tener contacto con el grupo objetivo por los cuales se difundirá la información del museo. Con el apoyo de los licenciados de la unidad académica de Diseño Gráfico - USAC se asesoró el proyecto para que las piezas diseñadas por el proyectista sean funcionales para cumplir los objetivos de comunicación del proyecto. El Ejercicio Profesional Supervisado fue elaborado durante el año 2021 durante los meses de febrero a octubre. Durante este tiempo se tuvo el contacto con la institución, el análisis para determinar las necesidades de comunicación, la investigación y conceptualización pertinente para desarrollar las piezas determinadas, las cuales se tiene contemplado ser utilizado en el año 2022 con la aprobación de todos los involucrados en el proceso, además de la aprobación de las piezas por parte del Ministerio de Cultura y Deporte de Guatemala.

En apoyo de la institución y el asesor gráfico, el proyectista definió las siguientes piezas para el desarrollo de la campaña de comunicación digital:

2. Yi Min Shum "Situación digital, Internet y redes sociales Guatemala 2020" <https://yiminshum.com/social-media-guatemala-2020/> (Consultada por última vez el 13 de abril 2021).

1. Elaboración de 5 Piezas de expectativa

Con la finalidad captar la atención del grupo objetivo y cuestionar el conocimiento que tienen respecto a las piezas exhibidas fuera de la institución. Posteriormente, para generar esta intriga, se compartirán artes que contendrán la respuesta a estas preguntas, de esta manera se estará informando de las piezas y el grupo objetivo obtendrá un nuevo conocimiento.

2. Elaboración de 3 Piezas gráficas de la historia del Museo:

Estas piezas contienen información relacionada con el inicio de las labores del museo, desde el método de recolección de piezas arqueológicas, hasta el proceso de inauguración de la institución.

3. Elaboración de 3 piezas gráficas del contexto de las piezas arqueológicas:

Con estas publicaciones se dio a conocer la procedencia de las piezas que se encuentran en exhibición en el museo, así como dar a conocer más de la Cultura Monte Alto que habitó el territorio de la Costa Sur del país.

4. Elaboración de 2 invitaciones digitales:

El objetivo de estas piezas es incentivar la visita al museo y aprender más de la historia en donde vive el grupo objetivo y la aporte cultural de la institución a la población.

5. Desarrollo de un video informativo de la ubicación del museo:

Facilita las indicaciones para que el grupo objetivo lleguen a visitar el museo.

6. Elaboración de 2 piezas gráficas como trivia:

Estas piezas retan a los usuarios de los medios digitales a investigar más de las piezas que el museo alberga y hacer un llamado a la acción para visitar el museo y conocer más relacionado a la trivia compartida con el grupo objetivo.

Ventajas y desventajas técnicas de la pieza a diseñar

En esta sección se harán ver los puntos a favor y en contra que conlleva el realizar una campaña de comunicación digital para una institución que conserva piezas arqueológicas y patrimonio cultura. Los puntos que se detallarán a continuación fueron importantes al momento del desarrollo de la campaña de comunicación.

Ventajas

Las piezas diseñadas se encuentran al alcance del grupo objetivo por medio de sus dispositivos móviles.

Se puede abarcar un público mayor al establecido inicialmente, sin la necesidad de generar material que conlleve distintos métodos de reproducción y difusión.

Este material puede ser difundido en diferentes medios digitales alcanzando un mayor grupo de espectadores a costos más bajos.

La información que es compartida por estos medios es sintetizada y de fácil entendimiento para el grupo objetivo.

Desventajas

Existen grupos etarios que no cuentan con el acceso a estos medios digitales de comunicación, lo que dificulta el contacto con estos nuevos grupos.

La información publicada puede llegar a grupos que no sean los deseados por la institución.

Las piezas diseñadas no son medios que comprometan al espectador a buscar más información o visitar la institución.

La información compartida puede representar cierto nivel de complejidad para algún grupo de personas que visualicen las piezas diseñadas.

Tomando en cuenta las desventajas que el material desarrollado puede representar para la correcta difusión de la información, pueden ser evaluadas distintas soluciones a futuro con la intervención de diseñadores que generen materiales acoplados a todas las necesidades del grupo objetivo y poder captar nuevos grupos que muestren interés en temas relacionados con la arqueología guatemalteca, sin embargo, la actual intervención realizada por el proyectista para MURADE, busca difundir y dar a conocer la institución a través de canales de comunicación digital a su grupo objetivo de principal interés para facilitar el flujo de comunicación entre ambas partes.

Conceptualización

Brief de la institución

En este apartado se detalla el proyecto realizado en base al perfil de la institución y las necesidades de comunicación que se desean cubrir. Acá se podrá encontrar detalles de en qué consiste el proyecto, los beneficiarios del proyecto, el medio por el cual será distribuido el material y el tiempo en el que se desea difundir el mismo.

¿Quién es el cliente?

El Museo Regional de Arqueología "Rubén Chévez van Dorne" es una institución que resguarda piezas arqueológicas descubiertas en la Costa Sur de Guatemala con el fin de preservar el Patrimonio Cultural del País.

Descripción del proyecto

Desarrollo de estrategia de comunicación digital para promover El Museo Regional de Arqueología "Rubén Chévez van Dorne" La Democracia, Escuintla.

¿Qué se diseñará?

Publicaciones para 4 plataformas de comunicación digital, las cuales se conforman de las siguientes piezas:

1. *3 Piezas individuales de expectativa* las cuales cuestionarán y crearán interés en el usuario con las siguientes preguntas
 - ¿Qué hacen esas piedras allí?
 - ¿Las hicieron los mayas?
 - ¿Tendrán algún significado?
2. *3 publicaciones conformadas de 3 piezas cada una*, las cuales contendrán las respuestas correspondientes a las piezas anteriores.
3. *2 Mailing de expectativa*, estos contendrán la información de las 2 publicaciones anteriores
4. *3 publicaciones en las que se dará a conocer la historia del museo como*
 - El nombre del fundador del museo,
 - Cómo se obtuvieron las piezas arqueológicas que forman parte de la exhibición del museo
 - La fecha de inauguración
5. *3 publicaciones en las que se hable del contexto de la Cultura Monte Alto como*
 - La civilización más antigua de Mesoamérica
 - Ubicación del país que habitaron
 - Época en la que habitaron el territorio guatemalteco
6. *1 Mailing y 1 publicación de 3 piezas de invitación a visitar el museo*
7. *2 Publicaciones de trivia*, en la que se rete al usuario a adivinar la cantidad de ciertas piezas que contiene el murado
 - ¿Cuántos barrigones se exhiben en el parque José Santos Toruño?
 - ¿Cuántas pinturas de Guillermo Grajeda Mena hay en el museo?
8. *1 Video animado* para conocer la ubicación del museo.
9. *1 Plantilla* para publicación de comentarios de visitantes del museo

¿Por qué es necesario?

Para una mejor promoción y difusión de la institución ante su grupo objetivo por un medio de comunicación de fácil acceso.

¿Para quién se realiza?

Para jóvenes interesados en arqueología de la región de Escuintla, colegios que busquen actividades recreativas para sus alumnos y profesionales que busquen profundizar en su aprendizaje y conocimientos.



Figura 4: Piezas arqueológicas exhibidas dentro de la institución MURADE. 2021



Figura 5: Fotografía de la institución apoyada. MURADE. 2021

Concepto Creativo

Luego del proceso de investigación y análisis del problema se realiza el concepto creativo el cual es la guía para todo diseñador gráfico al momento de desarrollar cualquier proyecto de diseño, este ayuda a definir de mejor manera la imagen, el tono, la paleta cromática, iconografía, tipografía, tratamiento fotográfico y cualquier otro elemento que aporte al proyecto que se trabajará y con el que se busca cubrir la necesidad de comunicación de la institución apoyada.

Investigación Secundaria

Esta técnica consiste en realizar una investigación profunda del tema a tratar para obtener mejores soluciones a la problemática detectada, encontrando innovaciones en el área a tratar.

Design Thinking

Con esta técnica se crea empatía con el grupo objetivo para identificar cuál es su personalidad y sus necesidades por las que busca un producto o servicio en específico.

El desafío

Dar a conocer el Museo Regional de Arqueología "Rubén Chévez van Dorne" a los pobladores de La Democracia, Escuintla, así como también a municipios y departamentos aledaños en los que se encuentre el interés por conocer más de la arqueología guatemalteca, a través de las redes sociales que utiliza diariamente el grupo objetivo para comunicarse e informarse de eventos importantes tanto de la actualidad como del pasado, siendo los medios digitales una herramienta muy útil para la difusión y promoción de eventos, negocios e instituciones.

Situación actual en Escuintla

Uso de redes sociales

Se estima que aproximadamente un 65% de la población tiene acceso para navegar en internet del cual un 45% tiene acceso a redes sociales, esto en las regiones con mayor urbanización y crecimiento poblacional del país dentro de los cuales se encuentra el departamento de Escuintla.³

3. Imborrable. "Los 7 elementos visuales clave del diseño gráfico". Jaime Llasera. <https://imborrable.com/blog/elementos-visuales-diseno-grafico/> (Consultada el 24 de Octubre 2021)

Mapa de empatía

¿Qué piensa y siente?

Cree importante conocer en donde vive para poder transmitir la historia con las siguientes generaciones.

Preocupaciones

Se preocupa por tener la información correcta de las civilizaciones que habitaron anteriormente donde vive.

Aspiraciones

Obtener la información necesaria para conocer mejor el lugar en el que vive.

Sentimientos

Es una persona que busca constantemente información de diversos temas, se interesa y cuestiona las cosas que lo rodean.

¿Qué oye?

En su entorno

Hablan sobre como sus familiares o conocidos descubrieron algunas de las piezas que se encuentran en exhibición dentro del Museo Regional.

Canales de comunicación

Internet, redes sociales, periódicos digitales.

¿Qué ve?

A sus amigos

Compañeros de estudio o de trabajo que se encuentran en su rango etario.

Su entorno

Su trabajo, lugar de estudios, su hogar, los sitios informativos.

Sus problemas

No tiene mayor conocimiento de las civilizaciones que habitaron la costa Sur de Guatemala hace miles de años.

¿Qué dice y hace?

Su actitud en público

Es alguien autodidacta, atento y bastante curioso.

Factor diferencial

Le genera curiosidad el trasfondo de las piezas que puedan ser exhibidas en el Museo Regional de Arqueología al igual que las que están fuera de la institución.

Su apariencia

Es alguien que se preocupa por verse presentable en cualquier ocasión.

Refuerzos

Algunas de sus frustraciones son no encontrar alguna institución la cual cuente con la información necesaria para expandir sus conocimientos o promueva el estudio de la arqueología

Resultados

Desea encontrar mayor información relacionada con la arqueología Guatemalteca que será de apoyo para sus estudios, su labor e incluso para impartir cursos relacionados con el tema.

A sí como desea que más personas se interesen en la Arqueología y no se pierdan las investigaciones arqueológicas en Guatemala.

Spice & Poems

- S** Necesita el apoyo de alguna institución que pueda solventar su necesidad de adquirir conocimiento de las civilizaciones que habitaron el mismo lugar en el que vive actualmente.
- P** Jóvenes y adultos entre 18 y 30 años residentes de La Democracia, Escuintla.
- P** Visita constantemente instituciones que cuenten con información arqueológica del país, se mantiene en constante movimiento y participación en actividades de expedición.
- O** Elaboración de una campaña y estrategia de comunicación por medios digitales utilizados por el grupo objetivo.
- I** Es una persona que se prepara para su carrera como estudiante y profesional formando parte de grupos de su interés que aporten a su formación, así como asisten a actividades que cubran sus necesidades de aprendizaje.
- E** En medios digitales de comunicación como Facebook, Instagram, WhatsApp y Gmail.
- C** Se preocupa por estar al pendiente de las actualizaciones informáticas y tecnológicas en las que pueda encontrar mayor información arqueológica.
- M** Promover una estrategia de comunicación por medios digitales en los cuales se divulgue información relacionada con las actividades del museo y piezas arqueológicas que se albergan en las instalaciones.
- E** Busca actividades que lo saquen de la rutina, busca constantemente en redes sociales lugares en los que pueda despejar su mente al mismo tiempo que pueda adquirir nuevos conocimientos.
- S** Información arqueológica guatemalteca relacionada con los servicios prestados por el Museo Regional de Arqueología "Rubén Chévez van Dorne".

Benchmark

En este apartado se hace investigación y recopilación de instituciones que se encuentren en el mismo nivel informativo o compartan similitudes en los productos y/o servicios que ofrecen a la población.

Esto con la finalidad de identificar los aspectos negativos y positivos que pueden ser aplicados en la institución sin caer en el plagio. Se puede recopilar información de instituciones tanto a nivel nacional como a nivel internacional con el motivo de obtener más y mejores referencias gráficas para el momento de realizar la producción gráfica y esto también puede dictar algunos lineamientos al momento de definir las premisas de diseño.

Dentro de las primeras instituciones seleccionadas con el mismo servicio, se encontrarán instituciones guatemaltecas para tener conocimiento de la cultura visual del grupo objetivo.

Se tomó como referencia museos de Guatemala en los que se pueda observar la intervención del diseño gráfico con la finalidad dar una imagen más atractiva e innovadora para destacar entre los otros museos guatemaltecos.

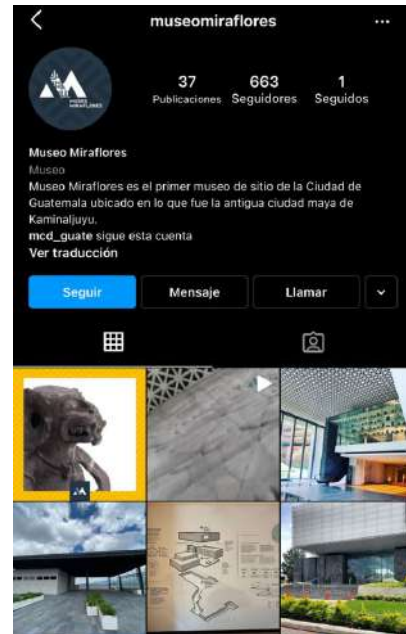


Figura 7. "Perfil de Instagram del Museo Miraflores" (2021).



Figura 8. "Perfil de Instagram del Museo Popol Vuh" (2021).

Así como también es necesario recolectar información de instituciones que pertenezcan a otro país, las cuales pueden brindar al una perspectiva de trabajo totalmente diferente a la trabajada en los medios nacionales.

Para estas referencias se tomaron en cuenta museos de arqueología y arte en los que el diseño gráfico está presente en algunas de sus publicaciones, sin embargo, no es notorio el uso de una línea gráfica. En esta línea se busca dar una imagen profesional y de nivel mundial al MURADE.

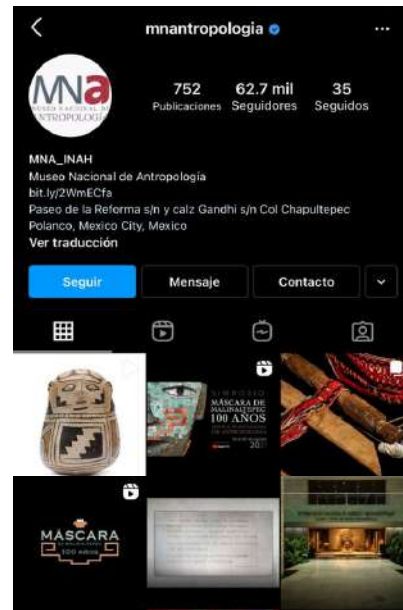


Figura 9. "Perfil de Instagram del Museo Nacional de antropología" México (2021).

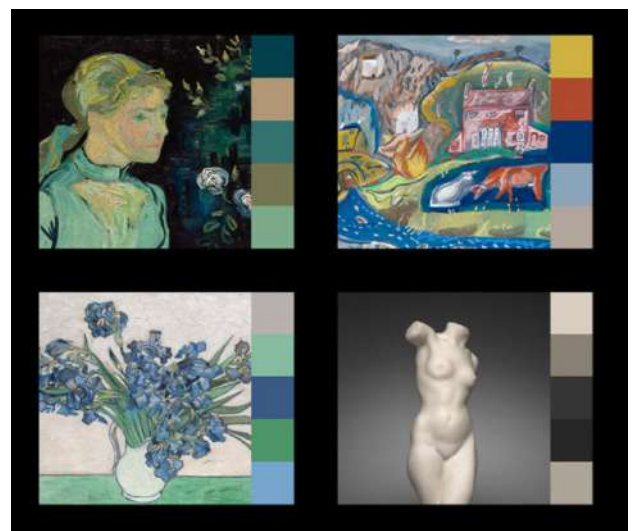


Figura 10. "Perfil de Instagram del Museo de arte y diseño contemporáneo" Costa Rica (2021).

Visual Research

En este apartado se recopilan referencias que contengan una línea gráfica o elementos que se desean aplicar en las piezas a diseñar para cubrir las necesidades de comunicación de la institución.

Algunos museos e instituciones relacionadas con el arte y preservación de piezas antiguas muestran en sus redes sociales completamente o una pequeña fracción de las obras intervenidas por tipografía y dentro de alguna figura.



Insight

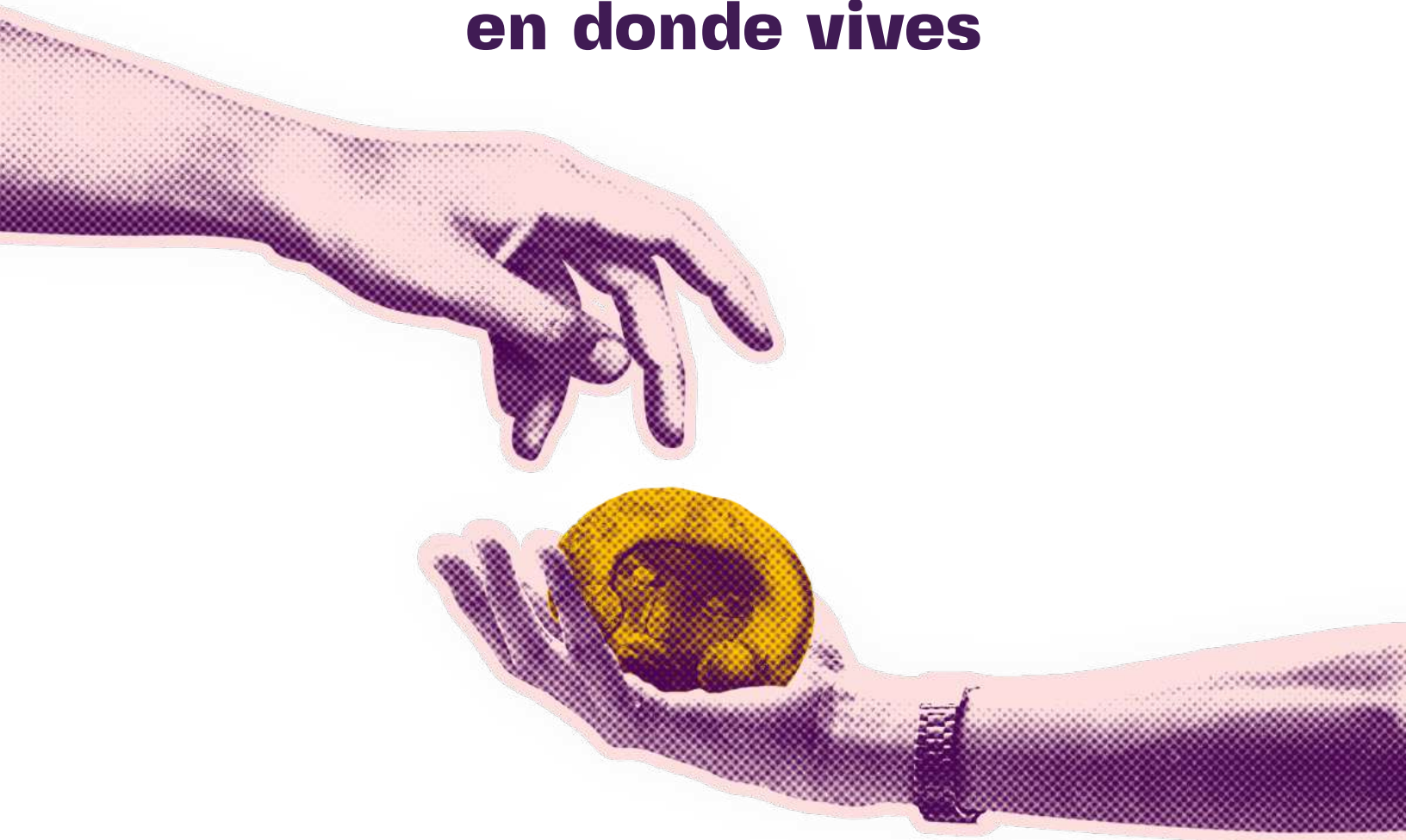
El *insight* es un elemento utilizado en las campañas de comunicación para que los usuarios se sientan identificados con las marcas, ya que esa es una verdad compartida dentro del grupo objetivo de la institución.

A continuación se define el hecho y el hallazgo que son útiles para definir un insight que genere emoción en el usuario de las redes sociales, sin embargo este elemento no es visualizado dentro de la campaña este es más un elemento que ayuda a definir el concepto creativo.



Concepto Creativo

Descubriendo en donde vives



Con base en relatos de como inicia la labor y la inauguración de el Museo Regional de Arqueología en La Democracia, Escuintla por la iniciativa del Maestro Rubén Chévez van Dorne, quien con el apoyo de dos maestras de la región recolectó piezas arqueológicas que actualmente forman parte de la colección de la institución. Las piezas recolectadas fueron halladas en la Costa Sur del País y muchas de estas provenientes de Escuintla, la mayoría de estas piezas fueron descubiertas por

los pobladores quienes en sus actividades diarias en el hogar o en sus lugares de trabajo descubrían piezas arqueológicas que quedaban al descubierto luego de tratar el suelo con maquinarias de trabajo. Los pobladores no tenían algún conocimiento de qué eran las piezas que encontraban por lo que llamaban a Don Rubén Chévez van Dorne para que descubriera las piezas.

Premisas de diseño

Estas darán la pauta al diseñador de cuales son los elementos que deberá emplear al momento de elaborar las piezas de diseño mencionadas dentro del brief, este proceso de selección es elaborado posteriormente a la definición concepto creativo, ya que este permite una visión clara de los elementos que podrán transmitir y reforzar el concepto creativo que se busca compartir con el grupo objetivo de la institución.

Código cromático

El código cromático ayuda a fortalecer el mensaje que se desea comunicar con el grupo objetivo y que de esta manera puedan identificar piezas publicitarias de una marca específica.

Tomando en cuenta colores que pueden ser observados en las piezas expuestas y algunos colores de las zonas en las que se encuentran estas piezas, se tomó esta paleta cromática que se adecue y facilite la identificación de la institución en las redes sociales. (Ver figura 10)

Código tipográfico

Para la tipografía se toman en cuenta los medios por los que serán difundidos los artes por lo que se requieren tipografías con un peso visual adecuado que facilite la lectura del mensaje en cada pieza digital realizada.

Para los titulares se emplearán dos tipografías, la tipografía principal Monumental Extended permite que el titular pueda tener alto impacto visual para los usuarios gracias a su



Figura 11. Paleta cromática empleada en campaña de comunicación



Figura 12. Pangram Pangram, "Monument Extended" 2018
<https://pangrampangram.com/products/monument-extended>

peso black en las piezas, esta será empleada en contornos para que de esta forma pueda interactuar con el movimiento que se empleará en el fondo de las fotografías. (Ver figura 11)

La segunda tipografía en los titulares se emplea Fortescue la cual formará parte de las piezas de diseño cuando los titulares estén conformados por más de 5 palabras, permitiendo que la tipografía Monumental Extendida tenga mayor protagonismo. Esta tipografía itálica permite tener un contraste en los textos que nivela los pesos durante la lectura. (Ver figura 12)

Como tercera tipografía en los cuerpos de texto se emplea Fivo Sans Modern, una tipografía sans serif que permite una fácil lectura en los medios de comunicación digital. Dentro de las piezas diseñadas se estará empleando dentro de cuadros de texto que permitan variar la posición de la misma dentro de las piezas y de esta manera no se funda con las fotografías empleadas. (Ver figura 13)

Retícula

La retícula es el elemento que permite que cualquier pieza de diseño cuente con una distribución correcta de los elementos y permita una dirección de lectura. La retícula que se emplee en las piezas de diseño debe ser la adecuada para el formato y medio por el que se comunicará una marca.

Para el desarrollo de la pieza a diseñar para el Museo Regional de Arqueología, se usó una retícula modular, la que permitió una correcta distribución de los elementos que estos contienen, como la tipografía, la



Figura 13. Colophon, "Fortescue" 2019 <https://www.colophon-foundry.org/typefaces/fortescue/>



Figura 14. Alex Slobzheninov, "Fivo sans modern" 2017 <https://www.behance.net/gallery/54442585/Fivo-Sans-Modern-Free-Display-Font-Family>

fotografía y en los casos que sea necesario se implementará iconografía. (Ver figuras 14-16)

Movimiento

Para las piezas desarrolladas durante la campaña de comunicación se buscó reforzar el concepto creativo a través de la animación de los fondos de las imágenes, lo cual se consiguió haciendo uso de formas geométricas que tendrán movimiento, en apoyo de los formatos que los medios digitales permiten difundir, en este caso fueron animaciones cortas que captarán la atención de los usuarios del Museo Regional de Arqueología, que al mismo tiempo de visualizar una pieza interactiva, obtendrán información relacionada con la institución.

Tratamiento fotográfico

Para poder reforzar una campaña de comunicación en medios digitales, es importante que la fotografía empleada tenga un tratamiento llamativo para el usuario de los medios digitales.

En el caso del museo se busca dar una tratamiento antigua a las fotografías, sin embargo se les dará un toque actual con una superposición de color obteniendo un duo tono.



Figura 15. "Premisa de retícula" 2021



Figura 16. "Premisa de retícula 2" 2021



Figura 17. "Premisa de retícula 2" 2021

Formatos

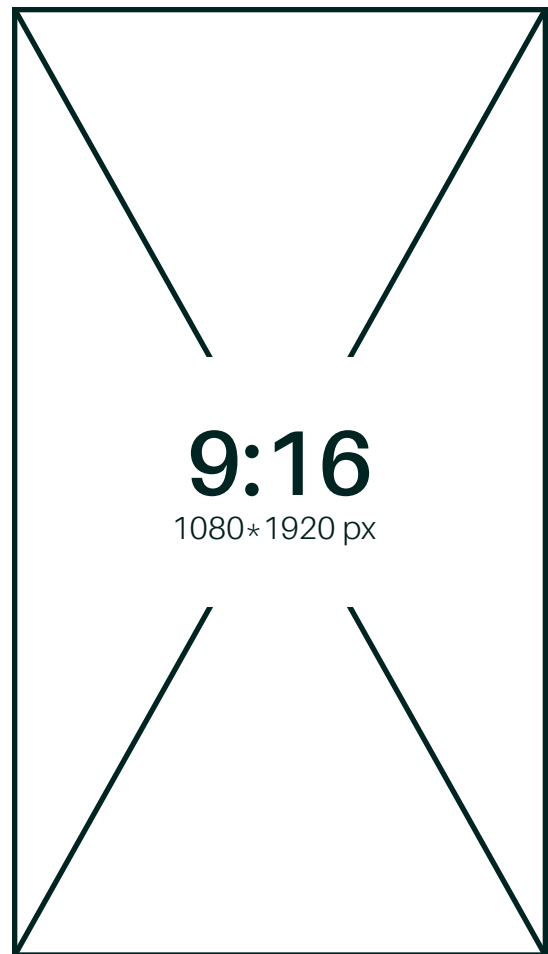
Cada medio de comunicación digital cuenta con medidas definidas para la publicación y difusión de imágenes las cuales es recomendado emplear para obtener publicaciones de alta calidad y de esta manera evitar la pérdida de información importante de las publicaciones.

Para la campaña de comunicación del Museo Regional de Arqueología, se estarán empleando las plataformas de Facebook e Instagram que comparten formatos de publicación con una pequeña variación en la escala de las publicaciones del perfil o *feed* siendo 1080 píxeles por 1080 píxeles para Instagram y 1200 píxeles por 1200 píxeles para las publicaciones de Facebook, al igual que comparten los formatos para las publicaciones de historia las cuales son de 1080 píxeles de ancho por 1920 píxeles de alto.

Los formatos de publicación mencionados anteriormente también pueden ser aplicados en la plataforma de WhatsApp, por último se encontrarán las medidas para correo electrónico en el que se aplica el *mailing* con una base de 600 píxeles y una altura que puede variar según el contenido que se desee comunicar.



Publicaciones de perfil



Stories

Moodboard

Este apartado de referencia o inspiración contiene todas las premisas de diseño que dieron guía al epesista para la realización de las piezas de diseño digital, entre las premisas se encuentra la tipografía, paleta cromática, tratamiento fotográfico, movimiento de las piezas y formatos de publicación para las plataformas de comunicación empleadas.

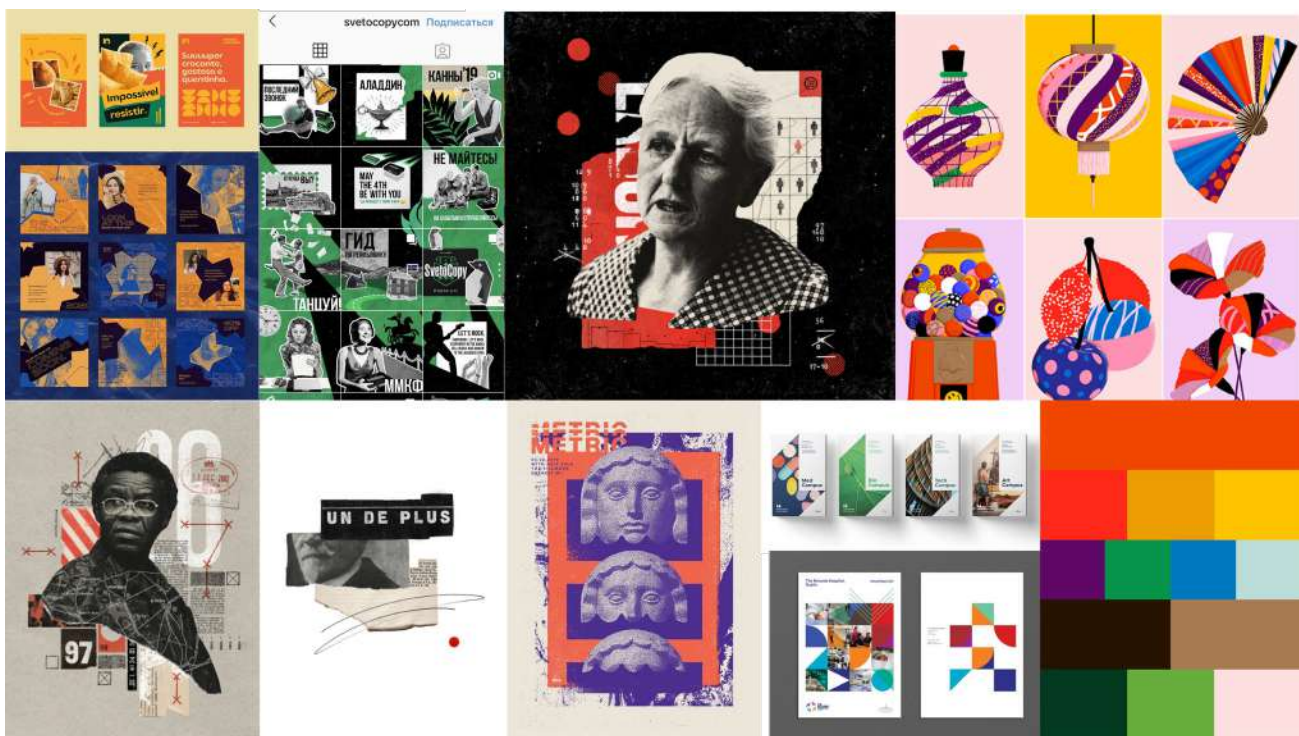


Figura 18. "Moodboard de diseño para el desarrollo de la campaña de comunicación digital del Museo Regional de Arqueología Rubén Chévez van Dorne" 2021





Capítulo 05

5. Marco teórico

- 5.1 El desarrollo de la arqueología en la educación guatemalteca.
- 5.2 Tecnología para difundir descubrimientos arqueológicos.
- 5.3 Bibliografía y Egrafías

Ensayo 1

El desarrollo de la arqueología en la educación guatemalteca

Para poder comprender e identificar cuál es la problemática de la educación arqueológica en Guatemala fue necesario realizar una investigación y recopilar información histórica de cómo ha sido comunicada la función e importancia de la arqueología y el porqué es necesario incluir temas de esta índole en el currículum de estudios de nivel primario, básico y diversificado en el territorio guatemalteco y reforzarlo en ciertos puntos de interés del país en donde la educación es deficiente.

Según las Naciones Unidas de los derechos humanos: "La educación es uno de los principales derechos con los que cuenta toda persona a partir del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas decretado en 1966."⁴

Artículo 13.1

Los Estados Partes en el presente Pacto reconocen el derecho de toda persona a la educación. Convienen en que la educación debe orientarse hacia el pleno desarrollo de la personalidad humana y del sentido de su dignidad, y debe fortalecer el respeto por los derechos humanos y las libertades fundamentales. Convienen asimismo en que la educación debe capacitar a todas las personas para participar efectivamente en una sociedad libre, favorecer la comprensión, la tolerancia y la

*amistad entre todas las naciones y entre todos los grupos raciales, étnicos o religiosos, y promover las actividades de las Naciones Unidas en pro del mantenimiento de la paz.*⁵

La educación es un proceso que facilita el proceso de aprendizaje y adquisición de conocimientos, habilidades, valores y creencias que son transferidos de una persona a otra a través de narraciones, cuentos, discusión e investigación y esta puede ser bien en método formal, informal o no formal en las que siempre se adquiere un nuevo conocimiento e implica la participación de una o más personas con un mismo interés en común de aprendizaje, mayormente la educación es impartida por figuras de autoridad como padres, docentes y en algunos casos la educación también puede ser de forma autodidacta, esto quiere decir que las personas buscan la educación por sus propios medios.⁶

Por lo tanto, basado en la educación no formal se lleva a cabo el desarrollo de la campaña de comunicación en medios digitales, ya que se toma al museo como una institución sin régimen de alguna red curricular de estudios para compartir un conocimiento o dar reconocimiento como parte de un proceso educativo.

4. Naciones Unidas Derechos Humanos. "Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales". Oficina del Alto Comisionado. <https://www.ohchr.org/sp/professionalinterest/pages/cescr.aspx> (Consultada el 20 de Octubre 2021)

5. Ibid

6. Leidy Muñoz. "Las construcciones de autoridad en el aula y su interrelación con los procesos de enseñanza" Universidad Nacional de Colombia. <https://web.archive.org/web/20180205001909/http://www.digital.unal.edu.co/8928/1/04868196.2012.pdf> (Consultada el 20 de Octubre 2021)

A mediados de la década de los cuarenta, el gobierno de Guatemala crea el Instituto de Antropología e Historia, la cual era la encargada de velar por el patrimonio cultural, actualmente esta institución fue sustituida por la Dirección General de Patrimonio Cultural y Natural.⁷

Los estudios de la arqueología en Guatemala fueron promovidos inicialmente por la creación de la Escuela de Historia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, así como la carrera de Arqueología a nivel de licenciatura en la misma casa de estudios.⁸

A pesar del incremento de los recursos del Ministerio de Educación, este ha presentado deficiencia en la calidad y cobertura de educación a nivel nacional.⁹

En los centros educativos de Guatemala, la falta de educación en temas arqueológicos ha ocasionado que esta sea desvalorizada por la mayor parte de la población asegura Vela, quien también resalta que esto ocasiona la falta de entendimiento y concientización en la población sobre nuestro pasado.¹⁰

Aceña y Menchú señalan que una de las mayores deficiencias en el sistema educativo de Guatemala, es la promoción de enseñanza

de herramientas tecnológicas y preparación de los docentes para el uso de las mismas, lo que impide fortalecer la educación y promoción de temas de cualquier índole a través de éstas.¹¹

Otro factor que contribuye a la deficiente educación del país según Verónica Spross son las limitaciones de los recursos, infraestructura digital, conocimientos y experiencia previa sobre cómo enseñar y aprender en plataformas digitales. Que han sido requeridos por estudiantes de diversos niveles educativos debido a modalidad a distancia que la Pandemia requirió para los estudiantes y profesores.¹²

Sin embargo, estas dificultades que se hicieron ver gracias a la pandemia, han permitido y priorizado el desarrollo tecnológico para la aplicación y desarrollo del sistema educativo, para evitar que los jóvenes abandonen sus estudios, aprovechando las diversas herramientas tecnológicas que la actualidad nos ofrece, como el uso y apoyo en las redes sociales para compartir información relacionada con los temas educativos o divulgar los proyectos y actividades que se tienen planificadas para el plan de estudio según cada nivel educativo, así como también son medios por

⁷ Escuela de Historia, USAC. "El desarrollo de la arqueología guatemalteca en los últimos 20 años: Definiendo una arqueología propia". Edgar Carpio y Horacio Martínez. <https://core.ac.uk/download/pdf/268612494.pdf> (Consultada el 4 de noviembre 2021)

⁸ *Ibid*

⁹ Cien. "El sistema educativo en Guatemala" Aceña y Menchú. <https://cien.org.gt/wp-content/uploads/2019/05/Educacio%CC%81n-y-Tecnologi%CC%81a-documento-final.pdf> (Consultada el 20 de Octubre 2021)

¹⁰ Universidad del Valle de Guatemala "Evaluación de la enseñanza de la arqueología en centros educativos guatemaltecos" Claudia Vela González. <https://www.asociaciontikal.com/simposio-22-ano-2008/012-vela-08-doc/> (Consultada el 20 de Octubre 2021)

¹¹ Cien. "Consecuencias de la Pandemia en educación" Verónica Spross <https://cien.org.gt/index.php/consecuencias-de-la-pandemia-en-educacion/> (consultada el 20 de octubre 2021)

¹² Universidad del Valle de Guatemala "Evaluación de la enseñanza de la arqueología en centros educativos guatemaltecos" Claudia Vela González. <https://www.asociaciontikal.com/simposio-22-ano-2008/012-vela-08-doc/> (Consultada el 20 de Octubre 2021)

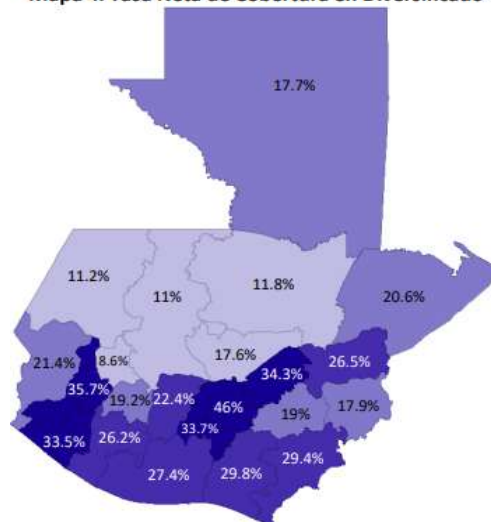
los cuales se pueden ver nuevos métodos de enseñanza o lugares informativos que estén relacionados con el currículum nacional de educación.¹³

En cuanto a la cobertura, se ha evidenciado que el seguimiento de estudios ha ido en aumento año con año en cada nivel educativo a excepción del nivel de primaria en el cual ha ido en descenso del 95% al 77% entre los años 2008 y 2018, y en diversificado en donde se encuentra el grupo objetivo de la institución, se ha visto reflejado un aumento del 4.8% en el mismo lapso de tiempo según las Tasas Netas de Escolarización (*Ver tabla 1*), encontrándose el departamento de Escuintla con un 27.4% de escolarización a nivel diversificado en toda la población. (*Figura 5*)¹⁴

Siendo el nivel diversificado uno de los niveles educativos con menor tasa de repitencia escolar. Del porcentaje de la población que actualmente cursa el nivel diversificado, únicamente el 67% de ella logra la promoción de este nivel para concluir sus estudios o continuar sus estudios superiores universitarios.¹⁵

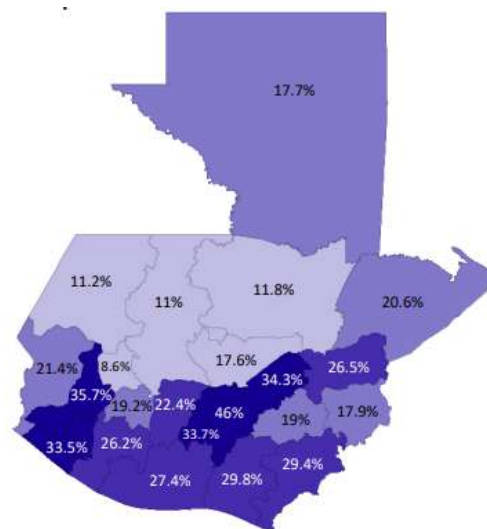
Por lo que podemos concluir que la educación en Guatemala aún atraviesa por múltiples dificultades tanto en las instituciones privadas como en las públicas del interior del país en el nivel de educación media, esto debido a que no se cuenta con la preparación en los profesores que son encargados de educar a este grupo de estudiantes.

Mapa 4. Tasa Neta de Cobertura en Diversificado



Fuente: CIEN, con base en datos del MINEDUC.

Figura 19. "Tasa de cobertura nivel diversificado Escuintla"(2021).



Fuente: CIEN, con base en datos del MINEDUC.

Figura 20. "Escolarización nivel diversificado Escuintla" (2021).

¹³ Cien. "Consecuencias de la Pandemia en educación" Verónica Spross <https://cien.org.gt/index.php/consecuencias-de-la-pandemia-en-educacion/> (consultada el 20 de octubre 2021)

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ *Ibid.*

Además que no se cuentan con los recursos necesarios para poder brindar una educación de calidad, no se han aprovechado todas las funciones de las herramientas que la tecnología puede ofrecer para facilitar el aprendizaje y no toda la población tiene la facilidad de acceder a estos recursos que representan un gasto mayor a la población. Estas dificultades que se presentan a lo largo de la vida como estudiante, no permiten que los estudiantes puedan descubrir nuevas áreas de estudio como es el tema de la Arqueología que es muy poco el campo o conocimiento que se tiene en relación a esta actividad, siendo un país con amplia cantidad de espacios arqueológicos de distintas civilizaciones que se encontraron en el territorio guatemalteco, no se ha explorado a profundidad esta rama de estudios y no se implementan nuevas carreras orientadas a esta rama profesional.¹⁶

En Guatemala, la educación a nivel medio está a cargo de instituciones privadas e instituciones públicas tanto en el área urbana como rural, por el lado de las instituciones privadas dificulta que toda la población joven pueda optar por estudiar en este nivel debido a las altas cuotas de pago que estas instituciones solicitan y en cuanto a las instituciones públicas no cuentan con la capacidad suficiente para atender a toda la población estudiantil, además que los recursos con los que cuentan no son suficientes para ofrecer una educación de alta

calidad. Esto ha ocasionado que la cobertura para este ciclo educativo sea tan solo del 24% de la población guatemalteca.¹⁷

En cuanto a la aplicación y enseñanza en temas arqueológicos, estos no son implementados en los niveles educativos de diversificado, más que información breve de la civilización Maya y Olmeca que se situó en la zona norte del país en los niveles educativos anteriores, lo que dificulta el conocer a profundidad otras posibles civilizaciones que ocuparon el territorio guatemalteco como la Cultura Monte Alto, la cual ocupó el territorio en la región Sur del País en los años 1800 a.C.

Claudia Vela en los resultados de “La evaluación realizada a centros educativos sobre las enseñanzas de la arqueología en centros educativos guatemaltecos” indica que en Guatemala existen pocos establecimientos educativos que ofrecen al estudiante amplia educación en temas sobre el pasado del país en cuanto al patrimonio cultural de las distintas regiones del país, enfatizando únicamente en la región norte del país en donde se encontraron las civilizaciones Maya y Olmeca en la frontera con México.¹⁸

De los estudios realizados el año 2009 en 5 centros educativos privados y 5 públicos para la evaluación y vías de fortalecimiento de en temas arqueológicos impartidos en

¹⁶ Universidad del Valle de Guatemala “Evaluación de la enseñanza de la arqueología en centros educativos guatemaltecos” Claudia Vela González. <https://www.asociaciontikal.com/simposio-22-ano-2008/012-vela-08-doc/> (Consultada el 20 de Octubre 2021)

¹⁷ Luis Javier Crisóstomo. Caminante USAC. “Educación en el nivel medio”. <http://caminante.usac.edu.gt/index.php/2020/01/09/educacion-en-el-nivel-medio/> (Consultado el 20 de Octubre 2021)

¹⁸ Universidad del Valle de Guatemala “Evaluación de la enseñanza de la arqueología en centros educativos guatemaltecos” Claudia Vela González. <https://www.asociaciontikal.com/simposio-22-ano-2008/012-vela-08-doc/> (Consultada el 20 de Octubre 2021)

estos, se buscó resaltar la importancia de la inclusión de dichos temas arqueológicos, del pasado prehispánico y civilizaciones que habitaron el territorio guatemalteco, en el pensum de estudios del curso de Ciencias Sociales establecido por el Ministerio de Educación. Vela resalta que el conocimiento de estas civilizaciones es una herramienta útil para fortalecer la identidad nacional y al mismo tiempo permite fomentar el turismo.¹⁹

La arqueología en Guatemala se ha practicado desde la década del siglo XX, principalmente por personas e instituciones extranjeras quienes impulsaron proyectos multidisciplinarios y la formulación de modelos explicativos para comprender el desarrollo sociocultural de la civilización maya.²⁰

A pesar de la existencia de estos espacios existen obstáculos para el debido desarrollo de la arqueología. Entre ellos destaca la falta de recursos financieros y la debilidad institucional y legislativa, que contribuye a la falta de investigaciones, protección y cuidado del patrimonio arqueológico en general.²¹

¹⁹ Universidad del Valle de Guatemala "Evaluación de la enseñanza de la arqueología en centros educativos guatemaltecos" Claudia Vela González. <https://www.asociaciontikal.com/simposio-22-ano-2008/012-vela-08-doc/> (Consultada el 20 de Octubre 2021)

²⁰ Edgar Carpio, Horacio Martínez. "El desarrollo de la arqueología guatemalteca en los últimos 20 años Defendiendo una arqueología propia" <https://core.ac.uk/download/pdf/268612494.pdf> (Consultado el 20 de Octubre 2021)

²¹ Universidad del Valle de Guatemala "Evaluación de la enseñanza de la arqueología en centros educativos guatemaltecos" Claudia Vela González. <https://www.asociaciontikal.com/simposio-22-ano-2008/012-vela-08-doc/> (Consultada el 20 de Octubre 2021)

Arqueología en Guatemala

Karina Aroche relata que en Guatemala las actividades arqueológicas fueron iniciadas por aventureros y exploradores extranjeros que llegaron al país con el interés y curiosidad por los templos antiguos, esculturas, vasijas y sistemas de escritura que eran encontrados en la región. Estos estudios elaborados por arqueólogos extranjeros ayudó a comprender los entornos naturales y como las sociedades del pasado se adaptaron.²²

Gracias a estas incursiones, durante la primera mitad del siglo XX surgió la Generación fundadora de la Arqueología en Guatemala, según Edgar Gutiérrez Mendoza. Dicho grupo estuvo integrado por arqueólogos y antropólogos extranjeros e intelectuales guatemaltecos.²³

Los primeros arqueólogos de Guatemala fueron formados gracias a las enseñanzas de arqueólogos extranjeros, quienes desarrollaron sus trabajos en el área arqueológica de Kaminaljuyú. Algunas enseñanzas dieron resultado descubrimientos en la zona arqueológica de Guaytán, El Progreso, bajo la dirección del arqueólogo Gustavo Espinoza.²⁴

La arqueología guatemalteca ha sido practicada por más de 25 años, actualmente de la Cultura Maya es de la cual se tiene mayor conocimiento como su escultura, su tipo de comercio, sus creencias, su proceso

de aprendizaje de la astronomía, entre otras características que fueron descifradas por arqueólogos del país.

La zona en la que se encuentra ubicada Guatemala estuvo situado el centro del Mundo Maya, en donde se pueden encontrar muchos sitios arqueológicos importantes que han sido objeto de extensas investigaciones por la información que en ellos se encuentran, según relata Karina Aroche.²⁵

En el país solo existen dos instituciones que forman a profesionales de la arqueología, la Universidad de San Carlos de Guatemala y la Universidad del Valle de Guatemala. Casas de estudio que han formado a más de 200 profesionales altamente calificados, quienes han ocupado puestos importantes en el procesos de grandes descubrimientos de la arqueología.

Se sabe que antes de estos sucesos, la institucionalización y profesionalización de la arqueología en Guatemala era practicada por arqueólogos e instituciones extranjeras. Incluso, durante esa época, la única entidad nacional dedicada al estudio, conservación y preservación del patrimonio cultural, fue el Instituto de Antropología e Historia (IDAEH), creado en 1946..²⁶

²² Guatemala.com "Historia de la arqueología en Guatemala" Karin Aroche. <https://aprende.guatemala.com/historia/historia-arqueologia-guatemala/> (Consultada el 24 de octubre 2021)

²³ Ibid

²⁴ Ibid

²⁵ Ibid

²⁶ Guatemala.com. "Historia de la Arqueología en Guatemala". Karin Aroche. <https://aprende.guatemala.com/historia/historia-arqueologia-guatemala/> (Consultada el 24 de Octubre 2021)

A pesar de la existencia de estos espacios de estudio arqueológico, se han encontrado obstáculos para un mayor desarrollo de la arqueología guatemalteca a falta de recursos económicos que contribuyen a la falta de investigaciones, protección y cuidado del patrimonio arqueológico de Guatemala.²⁷

El Patrimonio cultural debe ser investigado para que pueda aportar conocimiento y a su vez justificar los valores e importancia que este posee.²⁸

Muchos sitios arqueológicos en Guatemala se encuentran en reservas naturales protegidas que cuentan con diversas especies de flora y fauna que conforman un ecosistema muy variado dependiendo de la zona en la que se encuentre ubicado, claro es el ejemplo de la Riviera Maya ubicada en el norte del país compartido con la frontera de México y Belice. Estos sitios arqueológicos conservan y dan protección al patrimonio cultural del país, así como también dan protección a la flora y fauna del lugar resguardando el medio ambiente.²⁹

En Guatemala existen muchos sitios arqueológicos que han sido descubiertos con el apoyo de varios profesionales guatemaltecos, dentro de los cuales encontramos el parque arqueológico Tikal ubicado en el departamento de Petén siendo este uno de los estudios más grandes realizados en América, convirtiéndose Tikal en una atracción turística internacional y desde entonces

Guatemala se convirtió en un atractivo de estudio para los Arqueólogos de otros países, los sitios arqueológicos abarcan desde la región norte hasta la Costa sur del país en donde se encuentra ubicado el museo Regional de Arqueología en La Democracia, Escuintla.³⁰

En esta región se ubicó la cultura Monte alto durante la mitad del clásico Temprano, posteriormente fueron encontradas piezas arqueológicas que fueron denominadas como "Barrigones o *Baby Face*" las cuales se conservan actualmente en el Museo de la región.

Inicialmente se creyó que dichas piezas pertenecían a la Civilización Maya, sin embargo, con estudios que se realizaron en estas piezas se asociaron con la civilización Olmeca debido a los rasgos que presentaban y el rango del tiempo de existencia que se creía que tenían. Finalmente los arqueólogos involucrados en los descubrimientos y estudios de las piezas decidieron denominar las piezas a la civilización Monte Alto, llamada así por la finca Monte Alto en la que fueron descubiertas, así como también fueron descubiertas en algunas fincas algodoneras de la región de Escuintla.³¹

Estas piezas son preservadas por instituciones como el Ministerio de Cultura y Deportes, la Dirección General del Patrimonio Cultural y Natural, quienes son los organismos dedicados a la protección y conservación

²⁷ Guatemala.com. "Historia de la Arqueología en Guatemala". Karin Aroche. <https://aprende.guatemala.com/historia/historia-arqueologia-guatemala/> (Consultada el 24 de Octubre 2021)

²⁸ Estudios Digital 19. "La Arqueología en Guatemala, la ciencia social". Fernando Véliz. <http://iihaa.usac.edu.gt/revistaestudios/index.php/ed/article/view/330> (Consultada el 24 de Octubre 2021)

²⁹ *Ibid*

³⁰ Edgar Carpio, Horacio Martínez. "El desarrollo de la arqueología guatemalteca en los últimos 20 años Defendiendo una arqueología propia" <https://core.ac.uk/download/pdf/268612494.pdf> (Consultado el 20 de Octubre 2021)

³¹ Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala, *Cultura Monte Alto*. 1999 (Guatemala), 27.

del patrimonio del país, quienes bajo sus operaciones han creado y dirigido espacios en donde preservan objetos de que han sido estudiados por ciertas ramas de estudio profesional, como el arte, la flora y fauna, la arqueología, escultura, pintura, entre otros.

Conclusiones

En conclusión es evidente que en el país hacen falta instituciones que aborden temas relacionados con la arqueología para poder generar más profesionales en la materia, también que en el curriculum de estudio en los colegios, escuelas e institutos se implementen o se aborden más a detalle temas relacionados con las civilizaciones que habitaron el territorio guatemalteco hace muchos años, ya que si no existe esta enseñanza, no se podrá descubrir e incentivar a los jóvenes a estudiar arqueología.

El poder tener más arqueólogos profesionales puede generar que los descubrimientos en los que se trabaja actualmente puedan ser estudiados más a detalle, también puede generar más turismo en el país generando mayores ingresos para la población que reside en las cercanías de las zonas arqueológicas y también para las instituciones que resguardan este patrimonio.

Bibliografía

1. Aceña, María y Menchú, Walter. 2019. El sistema educativo de Guatemala. Guatemala: Cien. <https://cien.org.gt/wp-content/uploads/2019/05/Educacio%CC%81n-y-Tecnologi%C%81a-documento-final.pdf>
2. Spross, Verónica. 2021. Consecuencias de la Pandemia en educación. Guatemala: Cien. <https://cien.org.gt/index.php/consecuencias-de-la-pandemia-en-educacion/>
3. Arroche, Karin. 2021. Historia de la arqueología en Guatemala. Guatemala: Guatemala.com. <https://aprende.guatemala.com/historia/historia-arqueologia-guatemala/>
4. Chévez, Rubén. 1999. Cultura Monte Alto. Guatemala: Ministerio de Cultura y Deportes.
5. Muñoz, Leidy. 2012. Las construcciones de autoridad en el aula y su interrelaciona con los procesos de enseñanza. Colombia: Universidad Nacional de Colombia. <https://web.archive.org/web/20180205001909/http://www.bdigital.unal.edu.co/8928/1/04868196.2012.pdf>
6. Carpio, Edgar y Martínez, Horacio. 2015. El desarrollo de la arqueología guatemalteca en los últimos 20 años: Definiendo una arqueología propia. Guatemala: Escuela de Historia, USAC. <https://core.ac.uk/download/pdf/268612494.pdf>
7. Véliz, Fernando. 2019. La arqueología en Guatemala, la ciencia social. Guatemala: Estudio Digital. <http://iihaa.usac.edu.gt/revistaestudios/index.php/ed/article/view/330>
8. Crisóstomo, Luis. 2020. Educación en el nivel medio. Guatemala: Caminante USAC. <http://caminante.usac.edu.gt/index.php/2020/01/09/educacion-en-el-nivel-medio/>
9. Vela, Claudia. 2008. Evaluación de la enseñanza de la arqueología en centros educativos guatemaltecos. Guatemala: Universidad del Valle de Guatemala. <https://www.asociaciontikal.com/simpolio-22-ano-2008/012-vela-08-doc/>

Ensayo 2

Tecnología para difundir descubrimientos arqueológicos

El museo Regional de Arqueología Rubén Chévez van Dorne, previo a iniciar el proceso de elaboración del proyecto de graduación, carecía de medios de comunicación digitales, por lo que presentaba la dificultad de tener contacto con su grupo objetivo y personas que no se encontrarán en las cercanías de las instalaciones que contarán con interés de conocer más de la labor, información y piezas que este alberga, gracias al proyecto se pudo dar a conocer la institución con la población de La Democracia Escuintla y se encuentra en proceso de expandir sus fronteras de comunicación.

El proyecto ha resultado ser un apoyo significativo para el museo el desarrollo del presenta y así difundir el patrimonio cultural que se encuentra en la Costa Sur del país.

A continuación se demostrará la importancia de diseño gráfico en la difusión respecto al museo por medio de medios de difusión digitales

Acceso a internet de la población

Según Yi Min Shum Mercadólogo y CEO de la fuente de información que se extrajo este documento afirma que actualmente la población de Guatemala es de 18.08 millones de habitantes, de los cuales un 52% vive las zonas con mayor urbanización dentro de las cuales se encuentran los departamentos de Guatemala,

Quetzaltenango, Izabal, Sacatepéquez y Escuintla.

De esta población se estima que un 65% tienen accesos a internet siendo 11.75 millones de habitantes de las regiones con mayor urbanización y tan solo el 51.4% son usuarios activos de las redes sociales, representando 9.30 millones de habitantes.³²

En la actualidad el tener acceso a internet es algo de primera necesidad, debido a que cualquier nivel de educación o empleo lo requiere como parte del día a día, además que son medios de comunicación inmediata al alcance de la mano, ciertamente representa un gasto extra que no toda la población puede costear y es una de las dificultades que presenta el sistema educativo que también se vio afectado por la Pandemia ocasionada por el COVID-19, sin embargo, esta misma crisis provocó un aumento en el uso de los medios digitales de comunicación.

¿Qué son los medios de comunicación digitales?

Los medios digitales son espacios en los que se genera la comunicación y el intercambio de información entre usuarios y productores de contenidos digitales, ya sean empresas, bloggers o sitios de noticias.³³

³² Yi Min Shum Xis. "Situación digital, internet y redes sociales Guatemala 2021". Yi Min Shum. <https://yi-minshum.com/redes-sociales-guatemala-2021/> (Consultada el 24 de Octubre 2021)

³³ Rockcontent. "Medios digitales: descubre qué son y cómo gestionarlos para generar resultados en una estrategia de mercadotecnia". Fábio Gomes. <https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/> (Consultado el 24 de octubre 2021)

Los medios digitales de comunicación van más allá de las redes sociales que consumimos a diario o que nuestros conocidos utilizan, el internet ofrece una gran variedad de plataformas en las que se puede comunicar al grupo objetivo de la institución o negocio que desee involucrarse en estos medios digitales.

Estos medios sin duda alguna son un impulso para cualquier persona que desee promocionarse ante un grupo de personas con intereses en común y puedan encontrarlos en una misma plataforma de comunicación. Entre los medios más populares y utilizados por la población guatemalteca encontramos a Facebook, Instagram, Twitter, Google, Whatsapp y Tiktok entre otras plataformas existentes para facilitar la comunicación.

Así, definimos los medios digitales como herramientas de visibilidad y posicionamiento en línea.³⁴

En Guatemala se tiene un estimado de 9.3 millones de habitantes que emplean las redes sociales esto representa un 51.4% de la población total. Cifra que aumento un 17.7% durante el último año debido a la pandemia, lo que es de beneficio para cualquier institución que busque promocionar un producto o servicio ante un grupo específico de personas, posicionando su marca en un amplio catálogo de negocios que ofrecen un mismo servicio.³⁵

De estos usuarios de los medios de comunicación, se tiene conocimiento que el 99.3% de ellos acceden a través de su teléfono inteligente.

De las redes sociales más utilizadas actualmente en Guatemala encontramos a Facebook quien cuenta con 8.5 millones de usuarios los cuales ingresan a la plataforma a través de su dispositivo móvil, en promedio cada usuario reacciona a 2 publicaciones diarias que pueda encontrar en el inicio de su cuenta personal y comparte aproximadamente 2 publicaciones que sean de su interés en promedio durante 30 días.³⁶

Seguido a este medio se encuentra Instagram que cuenta con 2.4 millones de usuarios que representa al 18.7% de la población guatemalteca mayor de 13 años, este dato durante el último año incrementó un 4.3% de usuarios. 19

Otros medios de comunicación más utilizadas por los usuarios de internet encontramos Whatsapp ya que este es utilizado con el mismo número telefónico del usuario, Gmail o Hotmail ya que son plataformas requisito para poder hacer uso de otras plataformas de comunicación y también son utilizados para establecer comunicación con instituciones para realizar diversas gestiones personales.³⁷

³⁴ Rockcontent. "Medios digitales: descubre qué son y cómo gestionarlos para generar resultados en una estrategia de mercadotecnia". Fábio Gomes. <https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/> (Consultado el 24 de octubre 2021)

³⁵ Yi Min Shum Xis. "Situación digital, internet y redes sociales Guatemala 2021". Yi Min Shum. <https://yi-minshum.com/redes-sociales-guatemala-2021/> (Consultada el 24 de Octubre 2021)

³⁶ Ibid

³⁷ Ibid

La importancia de reforzar temas arqueológicos en la población

En los centros educativos se transmite la historia del pasado de una manera muy general y simple, un método que no permite que los estudiantes se interesen más en diferentes temas de la historia del territorio guatemalteco como sucede con la arqueología en donde los temas de mayor relevancia son los Mayas en la región norte del País y una breve explicación de la civilización Olmeca, teniendo otras culturas que habitaron el territorio y hayan dado pauta a muchos de los vestigios arqueológicos que han sido descubiertos y se encuentran en exhibición en distintas instituciones que protegen este patrimonio.

Al momento de crear en los estudiantes la conciencia de la existencia y aporte que tuvieron las culturas pasadas a la historia, se crearía interés en ellos para descubrir y conocer más de estos vestigios arqueológicos para conservar la riqueza cultural y natural del país.³⁸

Al mismo tiempo es importante resaltar el conocimiento sobre las civilizaciones prehispánicas que habitaron el territorio guatemalteco es una herramienta útil para fortalecer la identidad nacional y al mismo tiempo permite fomentar el turismo nacional e internacional.³⁹

Concepto que se tiene de la arqueología

en Guatemala

En un estudio realizado en más de mil estudiantes que se encuentran en cercanías de instituciones que protegen vestigios arqueológicos se demostró que únicamente el 46.08% de ellos tienen conocimiento relacionado con la arqueología, del cual el conocimiento demostrado en la prueba se basa en conocimientos generales o básicos de arqueología.

En cuanto a los conocimientos de la labor de un arqueólogo, solo el 55.2% de la población evaluada tiene claro cuál es la labor que estos profesionales ejercen, es un porcentaje bastante bajo en comparación de los proyectos arqueológicos que se han llevado a cabo en el territorio nacional.⁴⁰

Por lo que es claro que es necesario el reforzar los temas arqueológicos en los niveles escolares, previo a los estudios universitarios para crear un mayor conocimiento e interés en la población por descubrir más en relación a estos temas y también que puedan apreciar y valorar los vestigios que son protegidos en diversas instituciones del país apoyándose de herramientas que la tecnología ofrece.

³⁸. Universidad del Valle de Guatemala. "Evaluación de la enseñanza de la arqueología en centros educativos guatemaltecos". Claudia Vela http://www.asociaciontikal.com/wp-content/uploads/2017/01/012_-_Vela.08.pdf (Consultada el 25 de Octubre 2021)

³⁹. *Ibid*

⁴⁰. *Ibid*

Publicidad en apoyo de la educación ⁴¹

La publicidad es la actividad que utiliza una serie de técnicas creativas para diseñar comunicaciones persuasivas e identificables, transmitidas a través de los diferentes medios de comunicación, se dirige a una persona o grupo con el fin de desarrollar una demanda de un producto, servicio o idea. ⁴¹

Para una institución que tiene como objetivo promover la educación de cualquier ámbito, es importante desarrollar una campaña publicitaria e implementar estrategias publicitarias educativas, en las que participen expertos para impartir talleres y exposiciones. Con el objetivo de captar la atención de su grupo objetivo, dando a entender el mensaje compartido y realicen las acciones que proponen dentro de la campaña publicitaria. ⁴²

El marketing educativo es una herramienta que permite a las instituciones de educación desarrollar estrategias para identificar la demanda del mercado, brindando respuestas a las necesidades de los clientes. Este también promueve la información necesaria a las instituciones educativas para establecer un plan estratégico, que combine los objetivos a alcanzar con los recursos disponibles, para ofrecer las mejores respuestas a las necesidades detectadas en los estudiantes y el entorno educativo. ⁴³ Por lo que es importante el poder tomar en cuenta los elementos que serán empleados para poder generar una comunicación efectiva con el grupo objetivo

y captar su atención para que consuman el producto o servicio que se ofrece al mismo.

Códigos Visuales

El lenguaje visual está compuesto por códigos que encriptan el mensaje para que sea transmitido e interpretado por el receptor, audiencia o público meta. Para que la comunicación visual sea efectiva, es preciso que el diseñador comprenda los códigos en el lenguaje visual para diseño gráfico. ⁴⁴

Dentro de los códigos de comunicación visual que debemos tener en cuenta se encuentra la línea, la forma, el objeto, el espacio, la tipografía, la textura, el color, la retícula, la fotografía. ⁴⁵ Que se mencionen estos códigos, no se refiere a que todos sean necesarios al momento de comunicar, todo dependerá de lo que se desee realizar y la necesidad que se deba cubrir con el diseño gráfico.

El unir algunos de estos códigos puede tener como resultado un mensaje directo, claro, fuerte e impactante para los usuarios de cualquier elemento gráfico realizado para comunicar ya que cada uno de estos elementos por si solos no puede lograr el mismo impacto visual en un medio impreso o digital.

A continuación se describe, brevemente, cada uno de estos códigos y la importancia de seleccionarlos cuidadosamente al

⁴¹ Universidad tecnológica de Mixteca. "Propuesta de publicidad para una institución de educación superior basada en un análisis BI-PLOT: un estudio de caso". Ángel Quintero Sánchez. http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/13012.pdf (Consultada el 24 de Octubre 2021).

⁴² Comunicare Neuromarketing. "Publicidad Educativa". <https://www.comunicare.es/publicidad-educativa/> (Consultada el 24 de octubre 2021)

⁴³ Universidad tecnológica de Mixteca. "Propuesta de publicidad para una institución de educación superior basada en un análisis BI-PLOT: un estudio de caso". Ángel Quintero Sánchez. http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/13012.pdf (Consultada el 24 de Octubre 2021).

⁴⁴ Ilka Perea Studio. "Códigos en el Lenguaje Visual para Diseño Gráfico". Ilka Perea. <https://ilkaperea.com/es/2019/06/25/codigos-en-el-lenguaje-visual-para-diseno-grafico/> (Consultada el 24 de Octubre 2021)

⁴⁵ Imborrable. "Los 7 elementos visuales clave del diseño gráfico". Jaime Llasera. <https://imborrable.com/blog/elementos-visuales-diseno-grafico/> (Consultada el 24 de Octubre 2021)

momento de comunicar algún mensaje a la audiencia de cualquier negocio o institución.

La Línea

La línea es el elemento visual básico de todo grafismo, que no deja de ser una sucesión de puntos, conectando la trayectoria de un punto a otro. Cuando trabajamos con líneas debemos prestar atención a cualidades como el grosor, el color, la textura y el estilo. Estas cualidades pueden tener un gran impacto en cómo se percibe tu diseño, así que debemos tenerlas bien controladas.

Una línea casi siempre expresa dinamismo, movimiento y dirección. Gracias a las líneas podemos crear tensión, separar el espacio gráfico o estructurar una composición. Las líneas pueden encontrarse también de forma no visible en los textos y párrafos alineados. Y es que gracias al uso de las líneas podemos enfatizar conceptos, dividirlos o incluso ayudar al espectador guiando su lectura.⁴⁶

La forma

Una forma es un espacio cerrado y plano, limitado a dos dimensiones, que se mide por anchura y altura. Podemos hablar de dos grupos diferentes de formas de la imagen:

- Dentro de las formas geométricas podemos englobar todas las figuras que aprendimos en nuestras clases de matemáticas y que pueden dibujarse

con ayuda de una regla o un compás: triángulos, cuadrados, círculos, etc.

- Y luego estarían las formas Orgánicas: que son formas más libres, y que se asemejan a las que podemos encontrar en la naturaleza, como puede ser la forma de una hoja. Las formas orgánicas son formas que se dibujan mejor a mano alzada.

Las formas pueden estar delimitadas por líneas, color y también por el espacio negativo, que comentaremos ahora, un poco más adelante en este mismo artículo.

En diseño gráfico, cuando colocamos dos formas juntas se crea una relación entre ellas. Gracias a esta relación entre las formas podemos generar emociones, comunicar mensajes, empatizar con una audiencia, realizar énfasis en una parte de la composición o incluso evocar movimiento. Pero esto lo veremos con más detalle en el artículo de Principios del diseño gráfico.

Las formas son muy importantes para lograr comunicar conceptos visualmente. Ya que nos ayudan a dar peso a nuestras ideas, haciéndolas más reconocibles. Gracias a las formas podemos entender las señales de tráfico, la simbología y hasta el arte abstracto.

⁴⁷

⁴⁶ Imborrable. "Los 7 elementos visuales clave del diseño gráfico". Jaime Llasera. <https://imborrable.com/blog/elementos-visuales-diseno-grafico/> (Consultada el 24 de Octubre 2021)

⁴⁷ Imborrable. "Los 7 elementos visuales clave del diseño gráfico". Jaime Llasera. <https://imborrable.com/blog/elementos-visuales-diseno-grafico/> (Consultada el 24 de Octubre 2021)

El Espacio

El espacio es la distancia o área alrededor o entre los elementos de nuestro diseño. Al trabajar en un diseño, considera no sólo los elementos visuales que vas a incorporar (como las imágenes, tipografías, formas...), sino también cómo vas ordenarlos y agruparlos dentro la composición.

Podemos encontrar dos tipos de espacio: Espacio Positivo y Espacio Negativo.

- Dentro del espacio positivo, se incluyen las formas de los objetos, o donde recaiga principalmente la atención del diseño.
- El espacio negativo, en cambio, es la parte del diseño que no está ahí, el resto del espacio que está entre los elementos. El espacio negativo puede llegar a ser igual de crucial para un diseño que el espacio positivo, porque enmarca y contiene la composición.⁴⁸

Teniendo en cuenta las oportunidades que nos brinda el hacer variaciones con el espacio, podemos crear dinamismo en una composición, puede que el rellenar todo el linzo de un trabajo digital resulte tentador, pero muchas veces "menos es más" para crear composiciones, limpias, directas y claras.

La Tipografía

La tipografía es uno de los elementos visuales más usados en diseño gráfico. Es una de las formas más directas de comunicar visualmente, con titulares o párrafos.

Si se analiza un carácter tipográfico comprobaremos que está formado por la combinación de formas geométricas y orgánicas, que resultan en una nueva forma. Todas las características de las tipografías pueden descomponerse y sintetizarse en lo que se conoce como anatomía tipográfica. El tipo de formas que se incluyen en la anatomía de los caracteres es lo que otorga a la tipografía su propio estilo y aspecto.

La tipografía no sólo es importante porque pueda comunicar palabras, su estilo y disposición en el diseño también pueden ayudarnos a otorgar más significado a nuestras composiciones. Algunas tipografías forman parte de una gran familia tipográfica con distintos grosores, y esto nos puede ayudar cuando necesitemos enfatizar ideas o generar una jerarquía dentro nuestra composición. Pueden ser rudas y rectas, como las que encontraríamos en una tipografía *Slab Serif*, o más orgánicas y armoniosas, como las que podemos encontrar en una *Serif*.⁴⁹

La Textura

La textura es la cualidad física de una superficie y hace referencia al tacto de un objeto. Ahora, en diseño gráfico está claro que no podemos realmente sentir un objeto, pero a través de la textura sí podemos plasmar la ilusión del tacto.

Las texturas pueden crearse mediante el uso de patrones o repetición de imágenes y a través de la textura podemos conseguir

⁴⁸. Imborrable. "Los 7 elementos visuales clave del diseño gráfico". Jaime Llasera. <https://imborrable.com/blog/elementos-visuales-diseno-grafico/> (Consultada el 24 de Octubre 2021)

⁴⁹. Ibid.

que objetos planos luzcan realistas y tridimensionales. Las texturas pueden estar presentes en muchísimos recursos, como en tipografías o pinceles, además de contribuir a dar profundidad a nuestras formas. Pero un consejo, procura no abusar de este recurso, ya que mucha textura puede sobrecargar tu diseño con facilidad.⁵⁰

El Color

El color juega uno de los mayores papeles en diseño gráfico, ya que el ojo humano puede distinguir hasta 1000 colores aproximadamente. El color es la cantidad de luz que se refleja sobre un objeto, por lo que la luz toma una relevancia muy importante cuando hablamos del color.

Gracias al uso del color crear énfasis, generar más armonía en nuestras composiciones e incluso alterar la percepción del tamaño de los objetos.

Además, cada color puede evocarnos un significado diferente. Se hace de forma inconsciente, y a veces de forma algo personal, pero podemos llegar a asociar cada color con una serie de conceptos o sensaciones. A esto se le conoce como psicología del color.

Que no debemos confundir con la teoría del color. La teoría del color es la técnica que, con ayuda del círculo cromático, contiene una serie de pautas y reglas básicas para elegir colores, aspirando a conseguir más armonía en nuestro diseño.⁵¹

⁵⁰. Imborrable. "Los 7 elementos visuales clave del diseño gráfico". Jaime Llasera. <https://imborrable.com/blog/elementos-visuales-diseno-grafico/> (Consultada el 24 de Octubre 2021)

⁵¹. *Ibid*

La Retícula

La retícula hace referencia al conjunto de líneas que distribuyen el espacio compositivo de forma organizada para que el título, los subtítulos, el texto y las imágenes de un proyecto de diseño gráfico se encuentren de manera totalmente organizada.

Se define también como la subdivisión de una superficie bidimensional o tridimensional en campos o espacios más reducidos que forman una reja.

El uso de la retícula es necesario para garantizar la máxima calidad de un proyecto de diseño gráfico. La retícula ofrece distintas funciones y beneficios. Proporciona al diseño uniformidad, armonía y coherencia y genera una estética correcta y ordenada. Se trata de un elemento clave en el diseño gráfico que aporta a los proyectos de diseño claridad, eficacia, economía y continuidad.⁵²

Conclusiones

El diseño gráfico es una profesión que puede apoyar a cualquier institución gracias que desee brindar un mensaje a cualquier grupo de personas, gracias a los elementos que se pueden utilizar en los distintos medios de comunicación, ya sean impresos o digitales, el diseño gráfico puede resolver de una manera ideal los problemas de comunicación con los que cuente alguna institución o negocio.

El diseño gráfico combina varios elementos de comunicación que facilitan el compartir un mensaje de manera clara y directa. En el caso de los medios digitales de comunicación, se emplea la mayoría de los códigos visuales detallados anteriormente para poder crear una imagen de alto impacto, siempre y cuando se cumpla con las necesidades de comunicación que se busca resolver desde un inicio.

⁵² Imborrable. "Los 7 elementos visuales clave del diseño gráfico". Jaime Llasera. <https://imborrable.com/blog/elementos-visuales-diseno-grafico/> (Consultada el 24 de Octubre 2021)

Bibliografía

1. Perea, Ilka. 2019. Códigos en el Lenguaje Visual para Diseño Gráfico. Madrid: Ilka Perea Studio. <https://ilkaperea.com/es/2019/06/25/codigos-en-el-lenguaje-visual-para-diseno-grafico/>
2. Llasera, Jaime. 2020. Los 7 elementos visuales clave del diseño gráfico. España: Imborrable. <https://imborrable.com/blog/elementos-visuales-diseno-grafico/>
3. Gomes, Fabio. 2019. Medios digitales: descubre qué son y cómo gestionarlos para generar resultados en una estrategia de mercadotecnia. Guatemala: Rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/>
4. Vela, Claudia. 2008. Evaluación de la enseñanza de la arqueología en centros educativos guatemaltecos. Guatemala: Universidad del Valle de Guatemala. <https://www.asociaciontikal.com/simposio-22-ano-2008/012-vela-08-doc/>
5. Shum, Yi. 2021. Situación digital, internet y redes sociales Guatemala 2021. Guatemala: Yi Min Shum. <https://yiminshum.com/redes-sociales-guatemala-2021/>





Capítulo 06

6. Producción y evaluación gráfica

- 6.1 Nivel 1 de visualización
- 6.2 Nivel 2 de visualización
- 6.3 Nivel 3 de visualización

Nivel 1 de Visualización y autoevaluación

Con base en la definición creativa presentada en el capítulo anterior se lleva a cabo el primer nivel de bocetaje en el que se implementan las premisas de diseño presentadas, la aplicación del concepto creativo e insight, también basados en el moodboard realizado previamente.

Para esta primera etapa de bocetaje se realiza todo el proceso manual sin llegar a detalles específicos que pueden ser visualizados en las piezas finales.

El objetivo de esta etapa fue crear la mayor cantidad de iteraciones posibles para obtener diversas soluciones visuales a la necesidad que presenta la institución hasta llegar a la solución que mejor se acople a las necesidades y mejor similitud tenga con las premisas de diseño.

En este primer paso de bocetaje se identificaron dentro de las instalaciones formas que permitan experimentar con la distribución de los elementos que conformarán las piezas de diseño apoyado de las premisas de retículas, movimiento y formato.



Figura 21. Muro frontal, MURADE. 2021

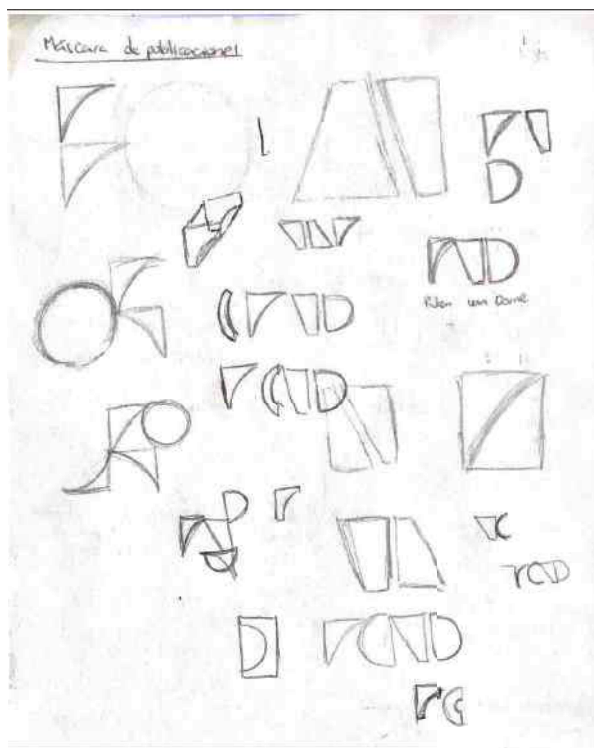


Figura 22. Bocetaje de formas para movimiento de piezas. 2021



Figura 23. Fotografía del techo en la sala Guillermo Grajeda Mena. MURADE. 2021

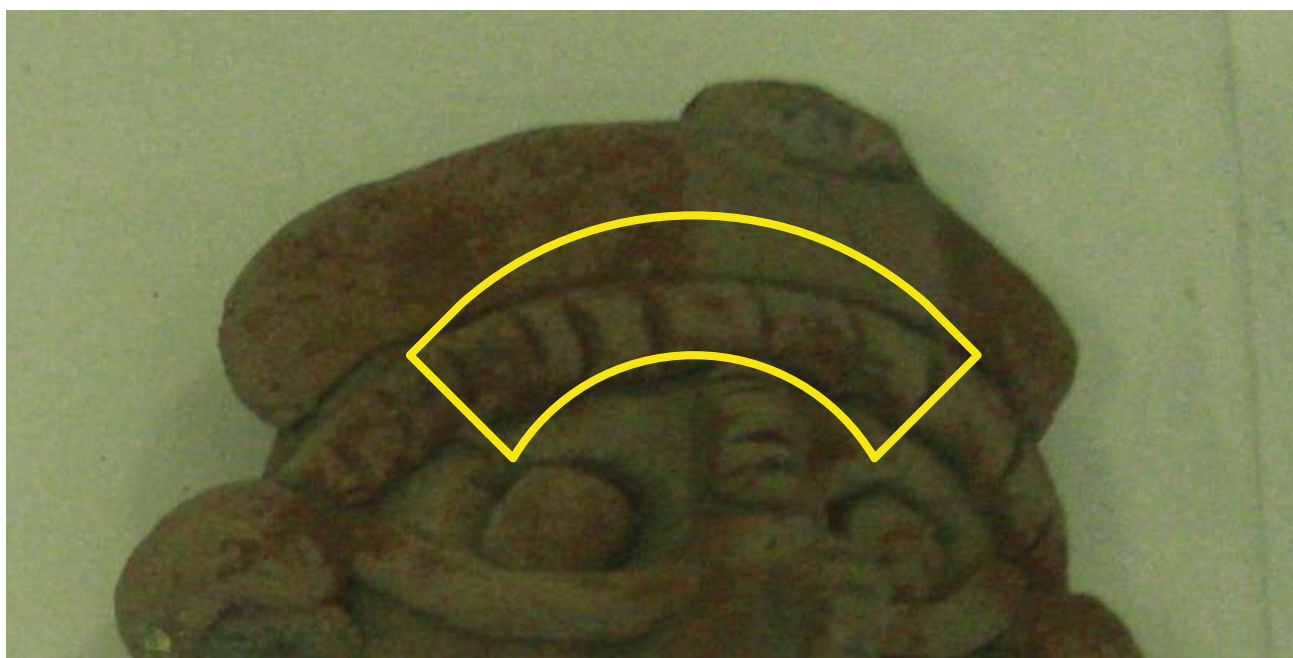


Figura 24. Fotografía a detalle de figurilla exhibida en el Museo. MURADE. 2021

Al extraer estas piezas de algunas secciones del museo, se realizaron pruebas a mano con ellas con la intención de obtener distintas figura que pudieran dar movimiento a las piezas diseñadas.

Nivel 1A

Boceto rápido a mano

Para el primer nivel de visualización se realizaron la mayor cantidad de bocetos para obtener diversas soluciones gráficas al key visual que determinará la distribución y diseño del resto de piezas a diseñar.

En estos primeros bocetos se tomaron en cuenta las figuras extraídas anteriormente para crear composiciones que permitan una correcta distribución de los elementos que conformarán las piezas a diseñar. (Ver figuras 22 a 32)



Figura 25. 1er nivel de bocetaje 1. 2021

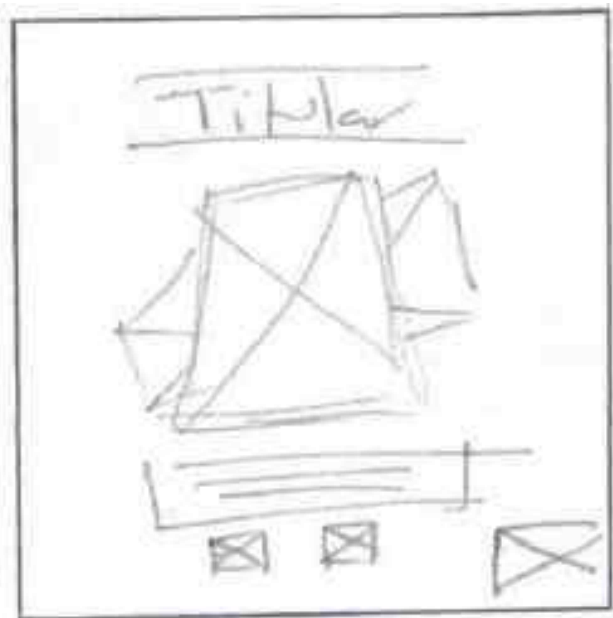


Figura 26. 1er nivel de bocetaje 2. 2021

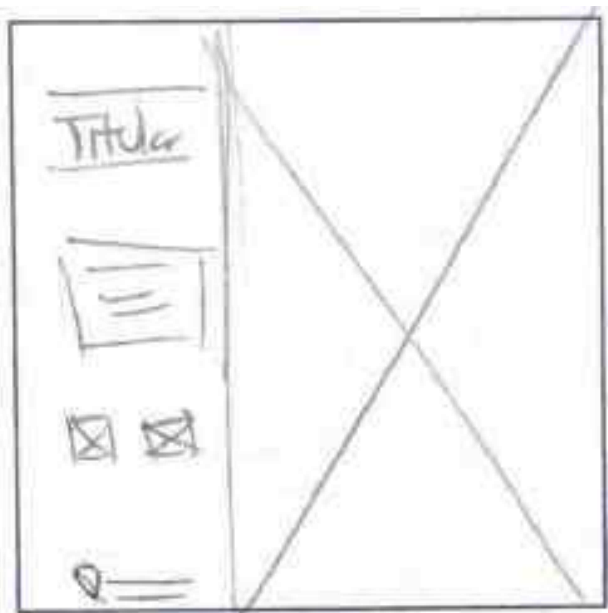


Figura 27. 1er nivel de bocetaje 3. 2021

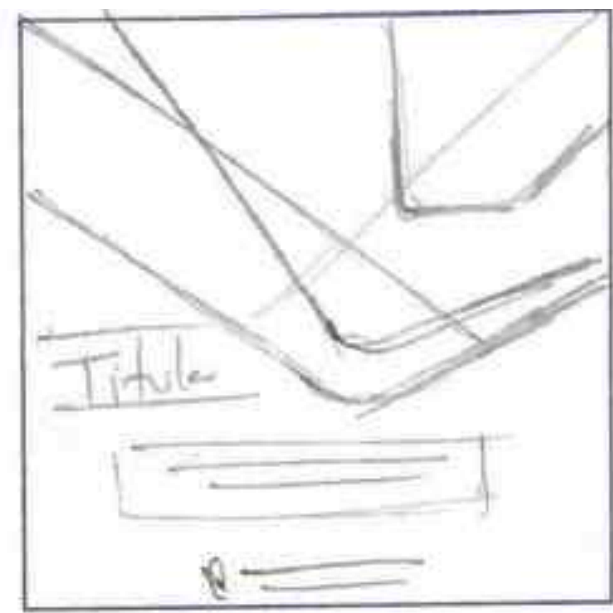


Figura 28. 1er nivel de bocetaje 4. 2021

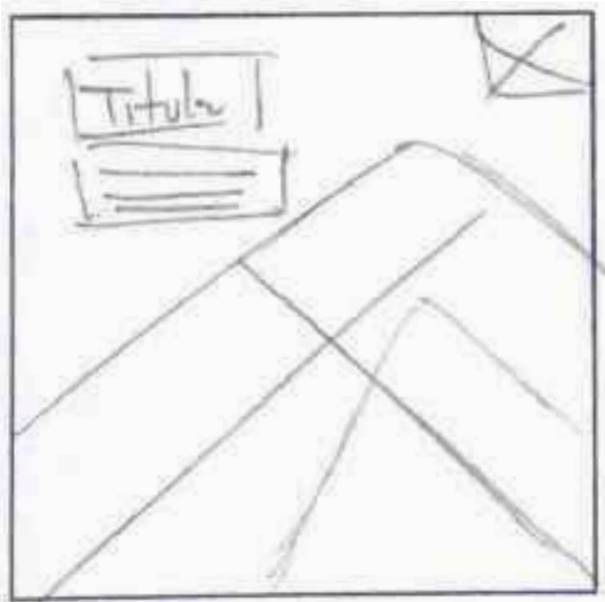


Figura 29. 1er nivel de bocetaje 5. 2021

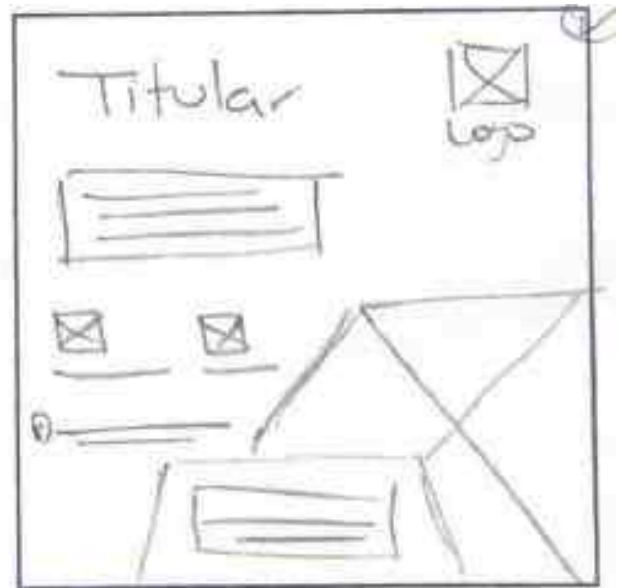


Figura 30. 1er nivel de bocetaje 6. 2021

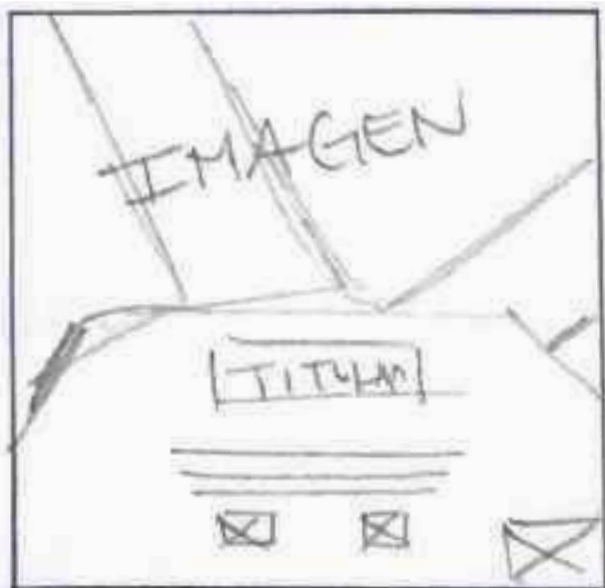


Figura 31. 1er nivel de bocetaje 7. 2021

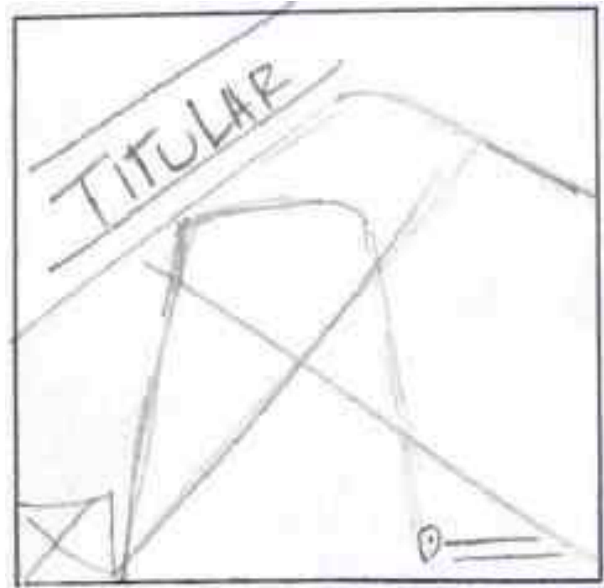


Figura 32. 1er nivel de bocetaje 8. 2021

En estas piezas se define el espacio y orientación que ocuparán las imágenes, texto, iconografía y logotipo dentro del arte madre (Ver figuras 26 a 29)

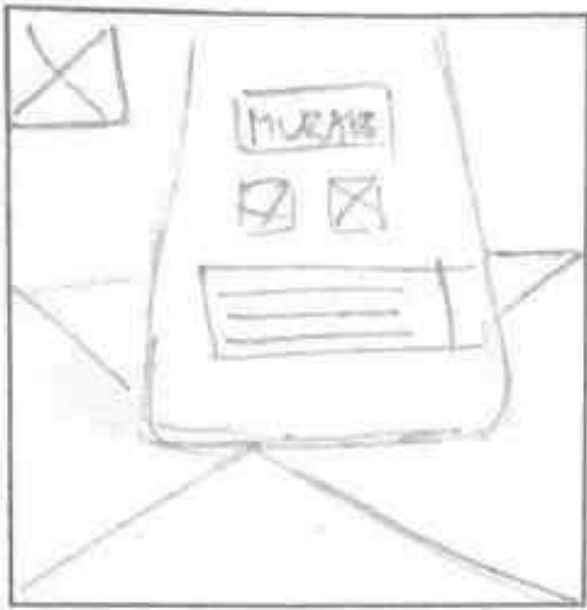


Figura 33. 1er nivel de bocetaje 8. 2021

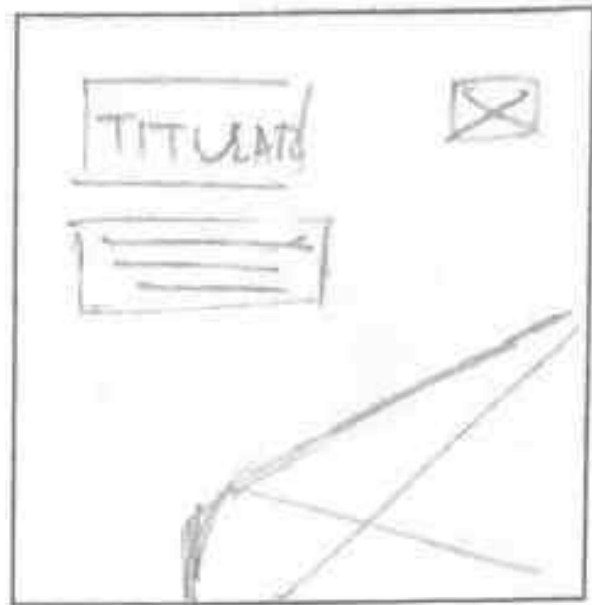


Figura 34. 1er nivel de bocetaje 9. 2021

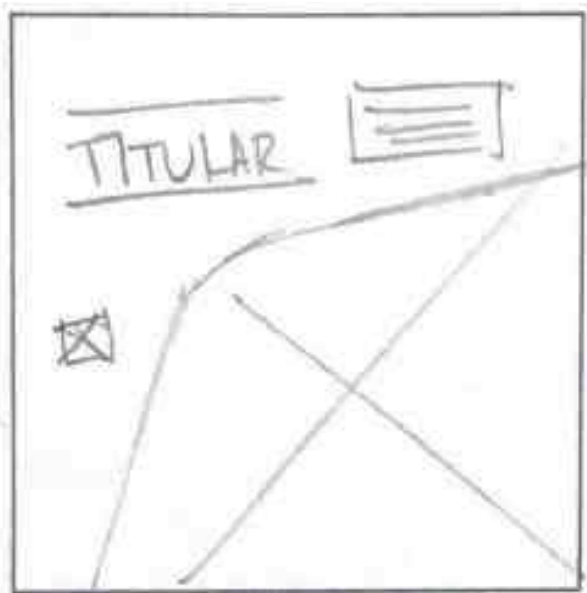


Figura 35. 1er nivel de bocetaje 10. 2021



Figura 36. 1er nivel de bocetaje 11. 2021

Para continuar con el primer nivel de bocetaje se cambió el formato para poder visualizar nuevas opciones que permitieran distribuir los elementos que conformarían las piezas de diseño de mejor manera, entre estos elementos se encuentra la imagen, el texto, iconografía y llamados de acción.

Dentro de estos bocetos se tomó en consideración la intervención de las fotografías con el estilo de ilustración de Guillermo Grajeda Mena quien donó algunas de sus obras al Museo. (Ver figuras de 34 a 44)

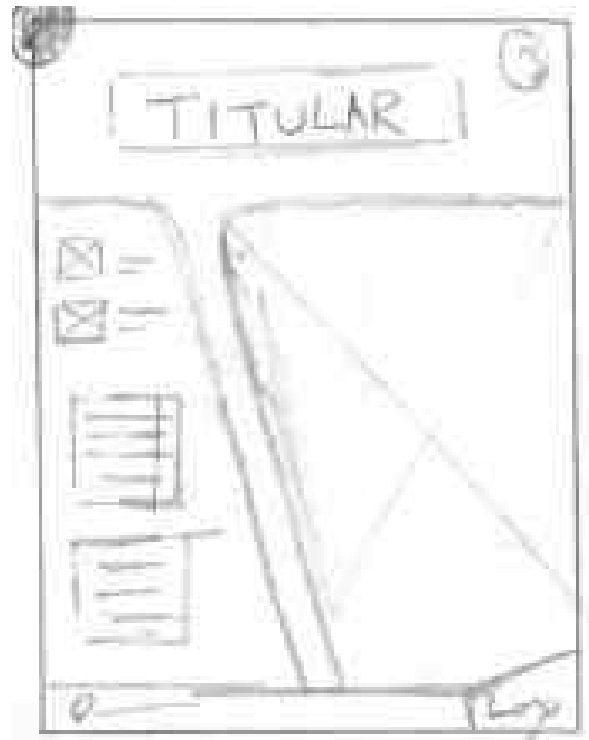


Figura 37. 1er nivel de bocetaje 13. 2021



Figura 38. 1er nivel de bocetaje 12. 2021



Figura 39. 1er nivel de bocetaje 14. 2021



Figura 40. 1er nivel de bocetaje 15. 2021



Figura 41. 1er nivel de bocetaje 16. 2021



Figura 42. 1er nivel de bocetaje 17. 2021

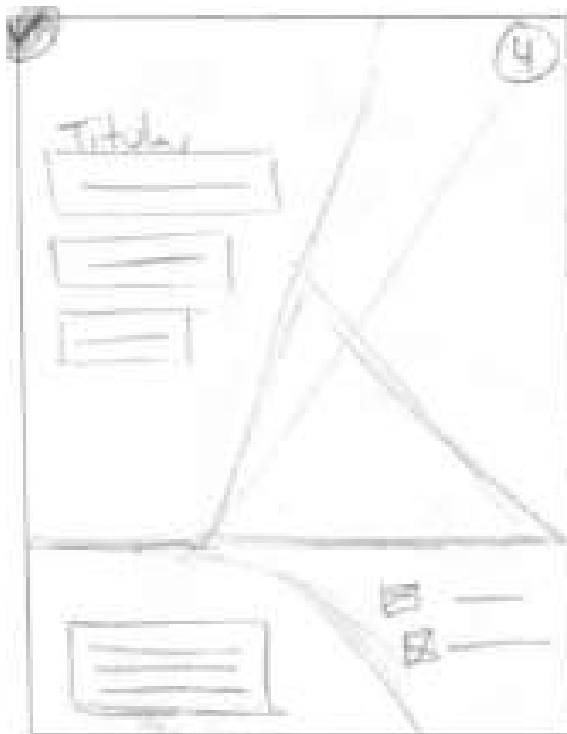


Figura 43. 1er nivel de bocetaje 18. 2021



Figura 44. 1er nivel de bocetaje 19. 2021



Figura 45. 1er nivel de bocetaje 20. 2021



Figura 46. 1er nivel de bocetaje 21. 2021



Figura 47. 1er nivel de bocetaje 22. 2021

Nivel 1B

Boceto a mano composición y fuentes definidas

En este nivel de bocetaje se tomaron propuestas del nivel anterior y se mejoraron o crearon variantes que permitieran una mejor distribución de los elementos, se eligió una retícula y se agregaron ilustraciones que pudieran dar un aproximado al resultado deseado.

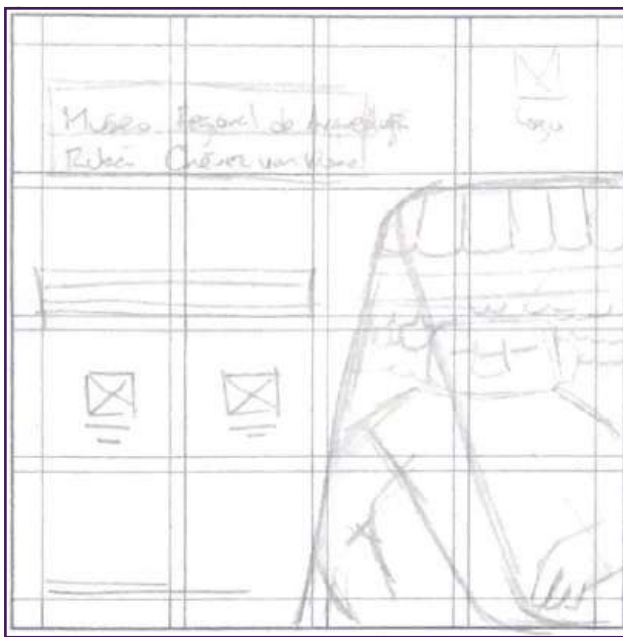


Figura 48. 2do nivel de bocetaje 1. 2021



Figura 49. 2do nivel de bocetaje 2. 2021

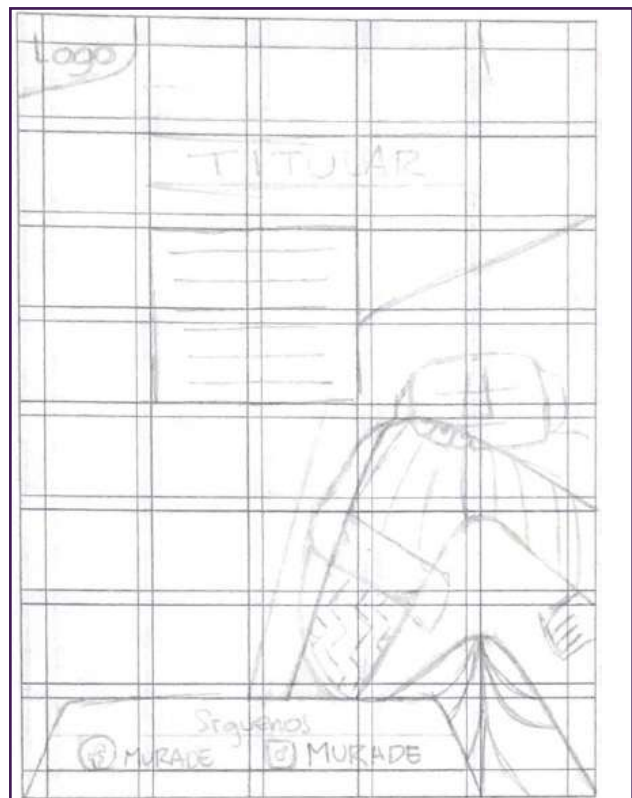


Figura 50. 2do nivel de bocetaje 3. 2021

Nuevamente se toman bocetos de la primer etapa los cuales fueron pulidos en cuanto a distribución de los elementos con el apoyo de una reticula modular que fue determinada durante la etapa de premisas de diseño.

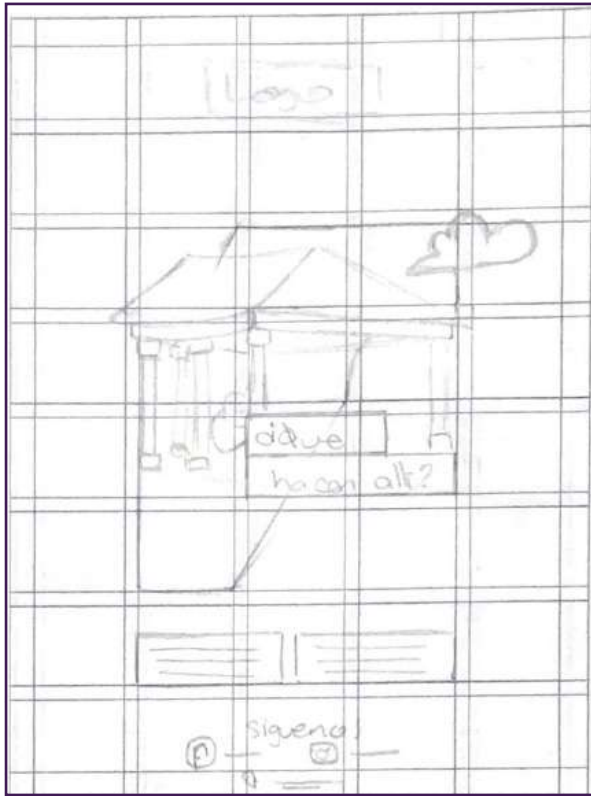


Figura 51. 2do nivel de bocetaje 4. 2021

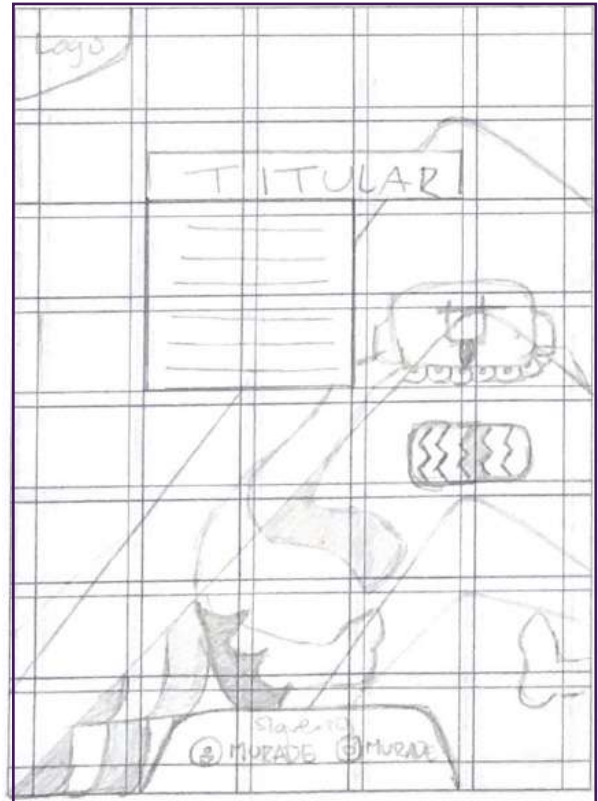


Figura 52. 2do nivel de bocetaje 5. 2021

Para estos bocetos se realizan detalles con mejor definición en base a materiales o piezas arqueológicas que brindó el museo a través de fotografías para que el siguiente nivel sea lo más fiel a estas pautas definidas en bocetos

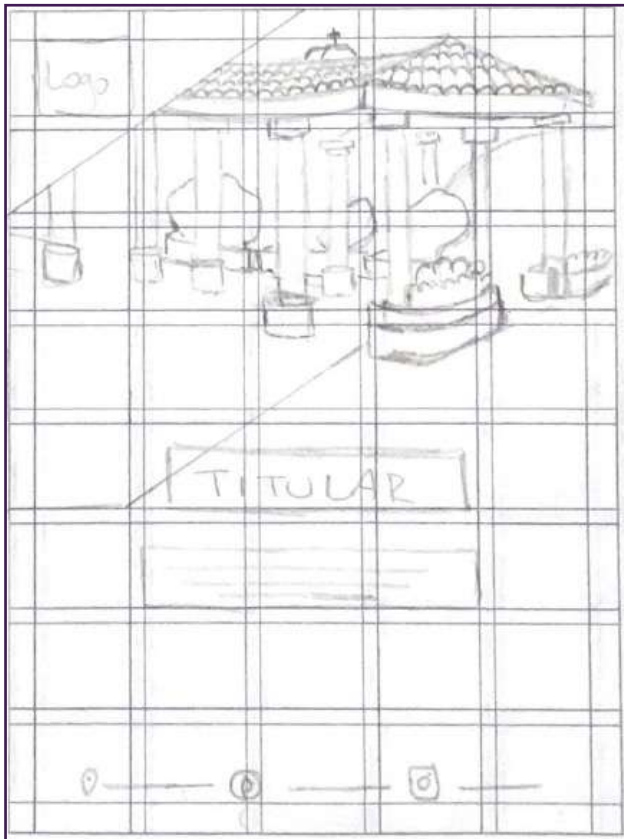


Figura 53. 2do nivel de bocetaje 6. 2021

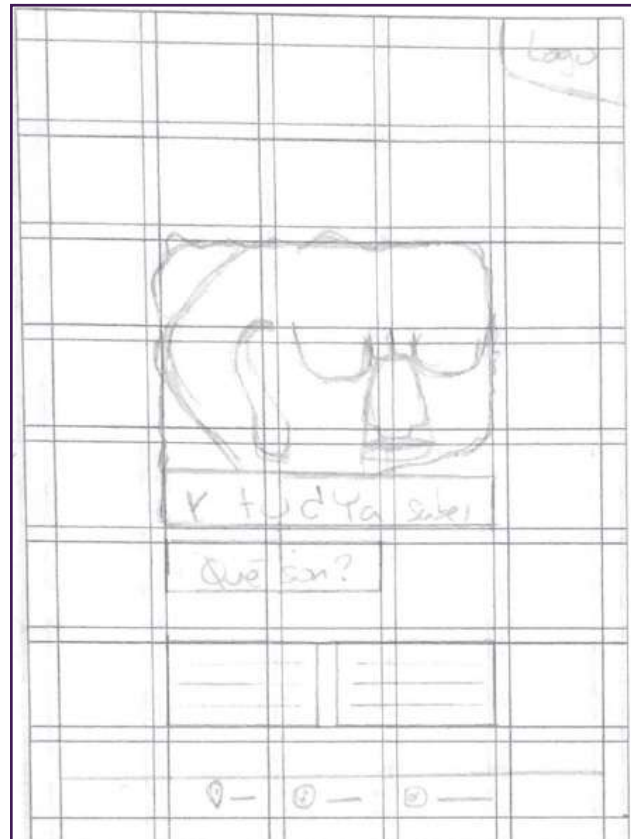


Figura 54. 2do nivel de bocetaje 7 2021

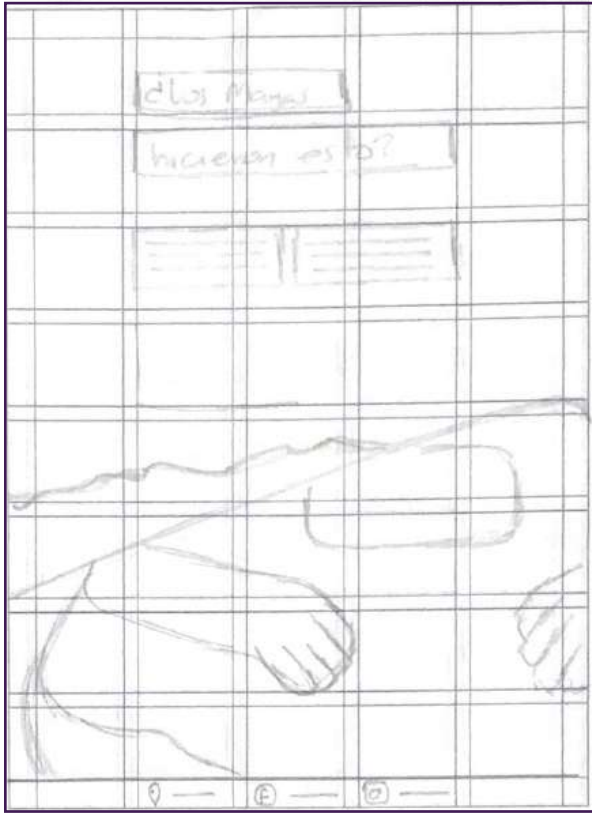


Figura 55. 2do nivel de bocetaje 8 2021

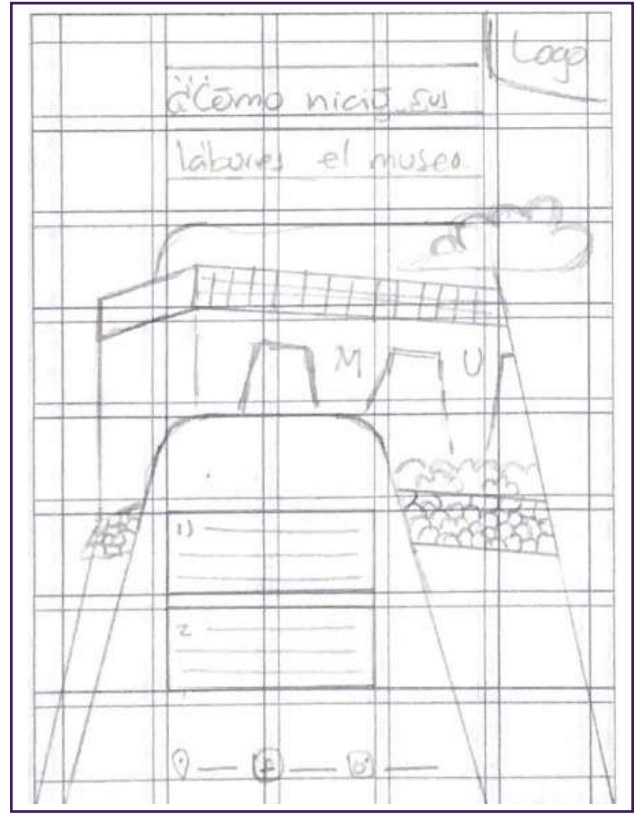


Figura 56. 2do nivel de bocetaje 9 2021

Nivel 1C

Bocetaje a mano con mayor calidad y definición

Este nivel define de mejor manera los elementos que serán empleados, los titulares, colores e iconografía que acompañarán cada pieza y darán un indicio de cómo se realizarán todas las piezas de la campaña. Se volvió a estructurar la retícula que permitió que los elementos fueran mejor distribuidos.

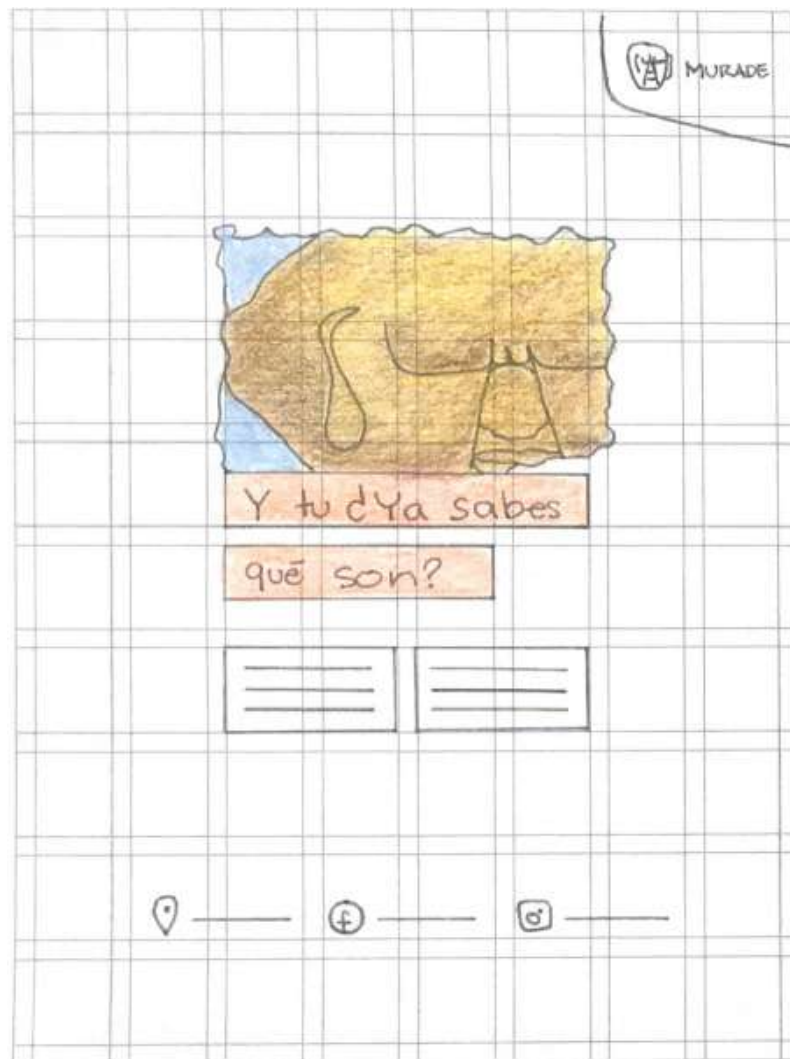


Figura 57. 3er nivel de bocetaje 1. 2021

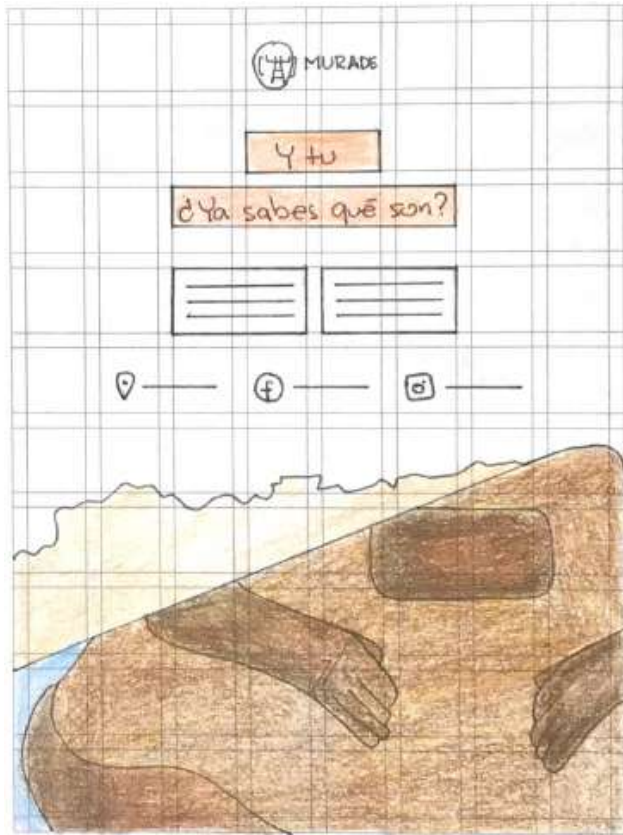


Figura 58. 3er nivel de bocetaje 2. 2021

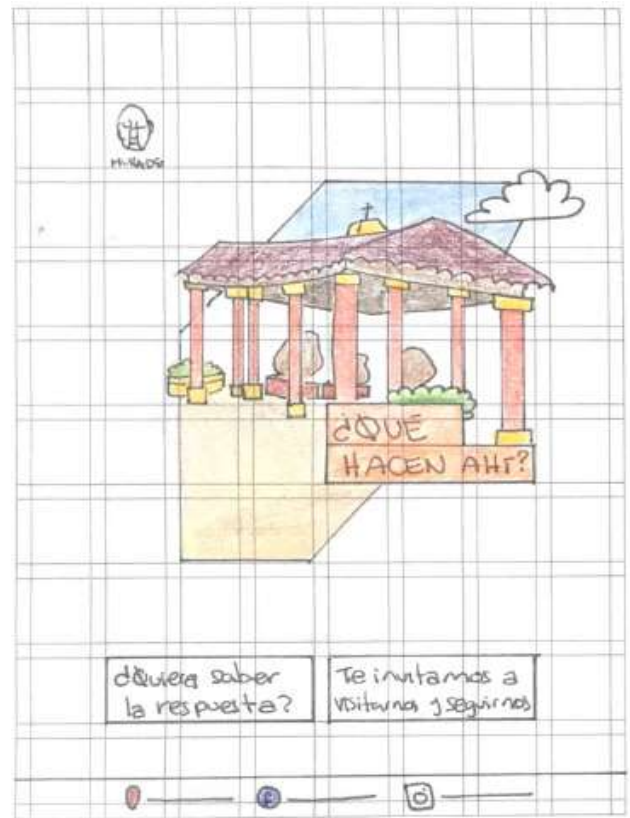


Figura 59. 3er nivel de bocetaje 3. 2021

Autoevaluación

En esta primera etapa de visualización de las piezas a diseñar, se evaluaron los parámetros de diseño que darán la pauta a los siguientes procesos de visualización para una pieza mejor definida en cuanto a la paleta de color, posición y dimensiones de los textos empleados, de manera que todos estos aporten a la comunicación con el grupo objetivo de manera funcional y estética.

En el caso de los medios de comunicación digital fue necesario establecer el *key visual* por lo que en esta primer fase se evaluó la fidelidad con las premisas de diseño presentadas anteriormente y la paleta de color, con las piezas diseñadas y presentadas.

Para cada nivel de visualización se elaboraron diferentes propuestas de *key visual* en las que se varió la posición de la fotografía, el titular y otros componentes de la pieza, estos parámetros fueron evaluados dentro de una rúbrica con cada aspecto importante del diseño.

(Ver imágenes 01 y 02 de anexos)

Nivel 2 de visualización y coevaluación

En esta etapa se inicia la visualización de las ideas generadas a lo largo del proceso creativo, tomando en cuenta el concepto creativo, insight, tipografías seleccionadas, paleta cromática y otros elementos gráficos que aporten a las piezas que se diseñarán.

La primer fase de la producción gráfica es realizada a nivel manual en la cual se exploran diversas soluciones para las piezas de diseño que se realizarán para el proyecto, esta fase contiene subsecciones de bocetaje, el primer nivel consiste en hacer la mayor cantidad de bocetos posibles en un tiempo corto. En la segunda fase de bocetaje se seleccionan las opciones más acertadas a las premisas presentadas anteriormente, se eleva y mejora el nivel de detalle en la distribución de los elementos requeridos en el key visual. Como nivel final se seleccionan nuevamente las mejores opciones elaboradas a nivel manual, se re definen los elementos empleados y se corrigen detalles que no hayan sido funcionales en versiones anteriores.

Nivel 2 de visualización

Seguido al nivel de bocetaje manual, se toman las versiones del sub-nivel tres para ser elaboradas en digital con una mejor definición de los textos, imagen, tratamiento fotográfico y aplicación de color en base a la paleta cromática definida previamente en la definición creativa.

En el caso de este proyecto que será dirigido a redes sociales, se elaboró un key visual el cuál dará la pauta a las piezas realizadas para la

campana de promoción de la institución, este arte no será utilizado durante el lanzamiento de redes sociales, únicamente es la base de tratamiento fotográfico, distribución de textos y definición gráfica de los titulares. (Ver figuras 54 y 58)



Figura 60. Nivel 2 de Bocetaje. Key Visual 1. 2021

Esta primer versión de *Key visual* se tomó en cuenta el concepto creativo que es "Descubre en donde vives" se mostró una fracción de la pieza arqueológica dentro de un papel rasgado por los bordes. El titular tiene terminaciones rústicas basado en las piezas arqueológicas expuestas en el museo, al igual que las pinturas de Guillermo Grajeda Mena.

En seguimiento a las normativas estipuladas por la primera versión de Key Visual, se realizó esta primera visualización de publicaciones con la cual se busca despertar la curiosidad en los usuarios e incentivarlos a investigar más o estar al pendiente de las redes sociales de la institución, ya que las piezas que son empleadas en los artes, forman parte de su vida cotidiana y los ha visto durante su crecimiento en La Democracia.

Seguido de la publicación en redes sociales de estas piezas se revelaría la respuesta a estas incógnitas, las cuales también serán compartidas por medio de un mailing a los usuarios activos del museo Regional de Arqueología. (Ver imágenes 2, 3 y 4)



Figura 62. Nivel 2 de Bocetaje. Propuesta 1.2. 2021



Figura 61. Nivel 2 de Bocetaje. Propuesta 1.1. 2021



Figura 63. Nivel 2 de Bocetaje. Propuesta 1.3. 2021

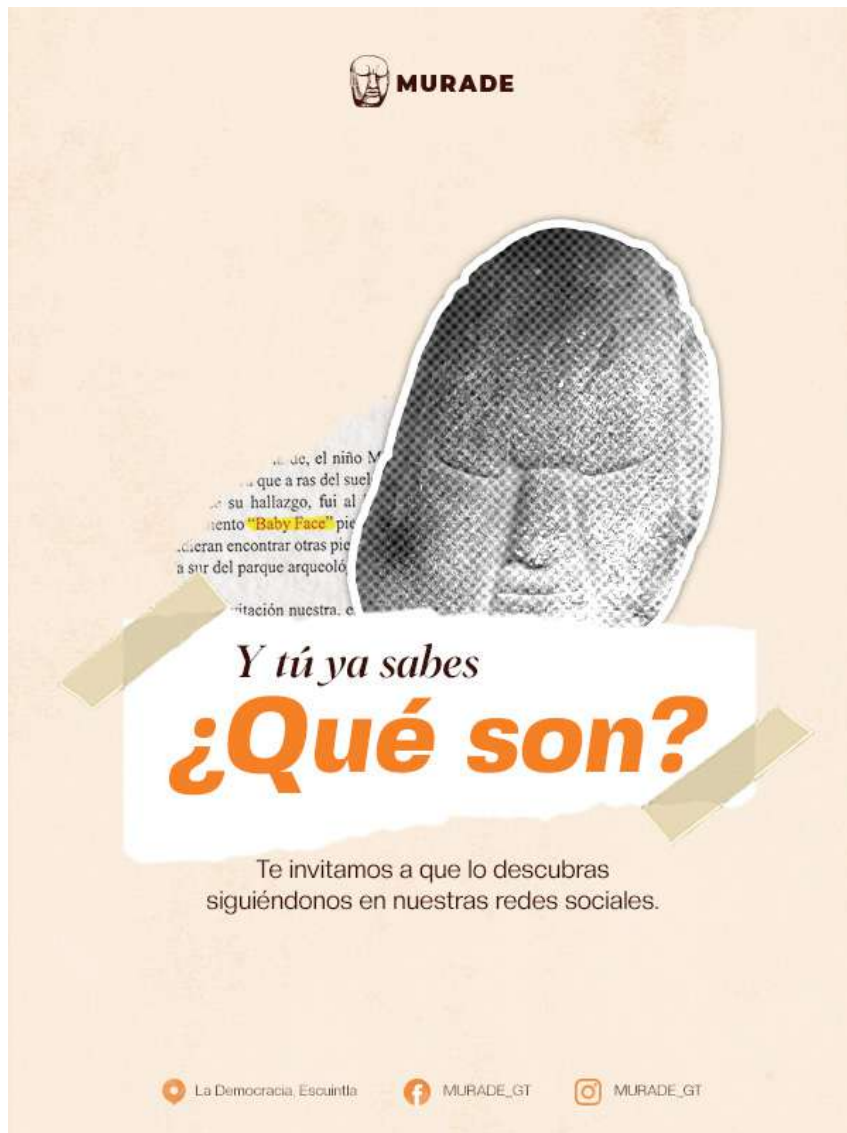


Figura 64. Nivel 2 de Bocetaje. Key Visual 2. 2021

En esta segunda versión se aplicó un recorte mejor definido a las imagen , con un borde blanco que ayudará a resaltarla del fondo empleado en los artes, el texto se colocó sobre un fragmento que simula papel rasgado

y muestra un borde mejor definido. Las imágenes irán evolucionando el definición de color conforme avance la campaña publicitaria en redes sociales. (Ver figura 58)

Derivado del primer Key visual elaborado para la propuesta, se realizarán preguntas al grupo objetivo para generar una incógnita en los usuarios y de esta manera incentivarlos a seguir las redes sociales del Museo.

Detrás de las imágenes de las piezas arqueológicas se encontrará un extracto de un documento proporcionado por la institución en el cuál se encontrará parte de la respuesta a las interrogantes generadas. (Ver imágenes 6, 7 y 8)



Figura 66. Nivel 2 de Bocetaje. Propuesta 2.1 2021



Figura 65. Nivel 2 de Bocetaje. Propuesta 2.1. 2021



Figura 67. Nivel 2 de Bocetaje. Propuesta 2.3. 2021



Figura 68. Nivel 2 de Bocetaje. Propuesta 2.4. 2021

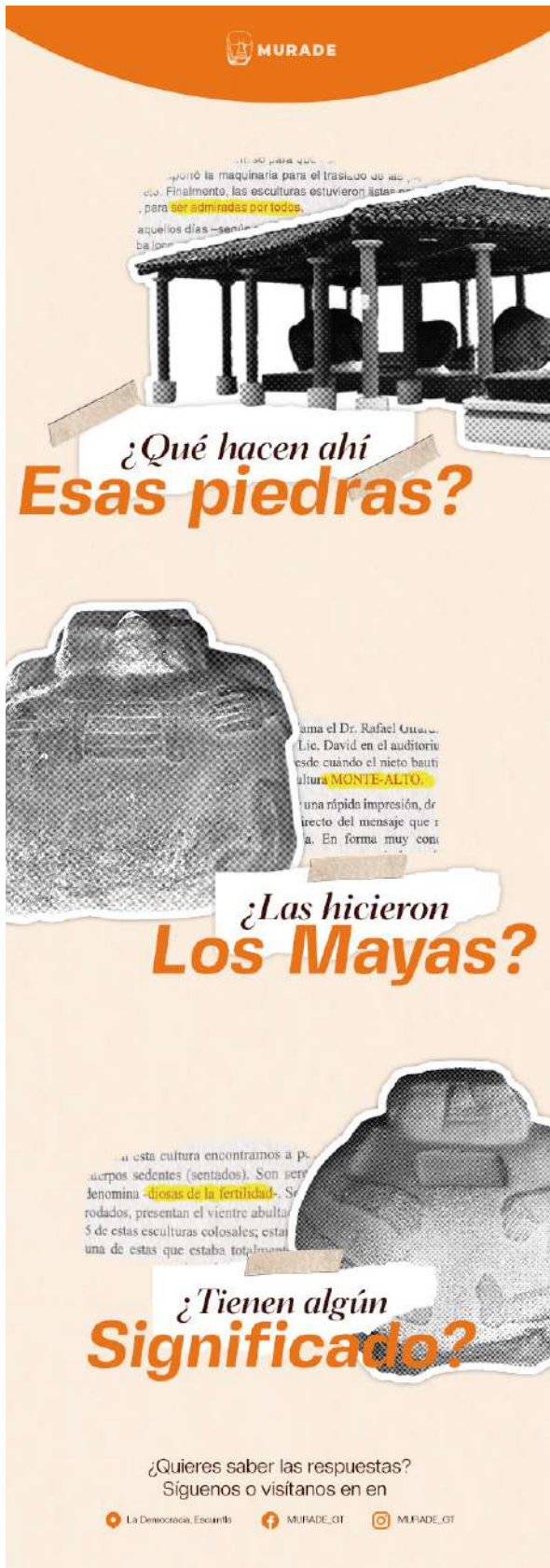


Figura 69. Nivel 2 de Bocetaje. Propuesta 2.5. 2021



Figura 70. Nivel 2 de Bocetaje. Propuesta 2.6. 2021

Posteriormente a la publicación de las incógnitas dirigidas al grupo objetivo, se publicaría una serie de respuestas proporcionadas por el Técnico administrativo quien es el facilitador de información que le será útil al proyectista para desarrollar las piezas de diseño requeridas y planteadas para la estrategia de comunicación digital. (Ver figuras de 62 a 64)



En acompañamiento de la primera fase de publicaciones, se realizó un mailing el cuál sería dirigido a la base de datos de visitantes del museo, por el cuál se les compartirá parte de la campaña publicitaria, al mismo tiempo se les hará la invitación a visitar el museo y descubrir nuevamente el Patrimonio Cultural que este alberga. Seguido de compartir las preguntas relacionadas con las piezas arqueológicas, se les enviará el arte que contendrá las respuestas y se extenderá una invitación a conocer más del museo. (Ver imagen 65)

Figura 71. Nivel 2 de Bocetaje. Propuesta 2.7. 2021

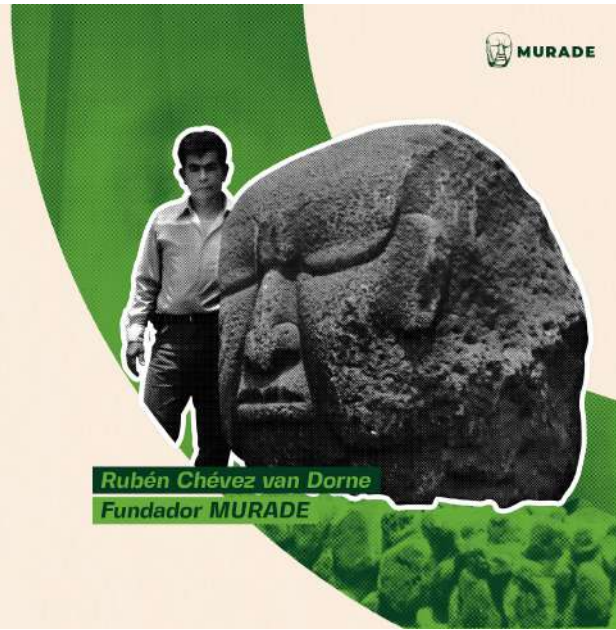


Figura 72. Nivel 2 de Bocetaje. Propuesta 2.8. 2021



Figura 73. Nivel 2 de Bocetaje. Propuesta 2.9. 2021

En seguimiento a la línea gráfica definida por el Key visual 2, se realizarán piezas con un estilo gráfico mejor definido, aplicando los diferentes colores que la paleta cromática ofrece, de esta manera atarlos con el tema que se trata cada una de las publicaciones. En la imagen 13 se puede observar como se emplea como máscara de recorte una de las figuras extraídas de la estructura del Museo, definiendo de mejor manera la línea gráfica de la campaña en redes sociales que se estará aplicando para la institución. (Ver imagen 66)

En la misma modalidad de las primeras publicaciones, se realizará una introducción y las publicaciones estarán acompañadas por información que complemente la imagen principal. También en los textos se podrá observar un tratamiento gráfico mejor desarrollado y llamativo para el grupo objetivo. (Ver imagen 67)

Coevaluación con expertos de diseño en campañas digitales

Durante la validación con los profesionales respecto a las piezas elaboradas se detectaron algunos elementos que pudieran mejorar en cuanto a la distribución de los elementos aplicados en las piezas digitales, la sugerencia de experimentación con los recursos obtenidos durante la conceptualización y definición creativa, como la tipografía, la paleta cromática, el uso de retículas, la búsqueda de nuevas opciones que pudieran brindar las figuras extraídas de la estructura del museo y experimentación con otros recursos digitales que ofrecen las plataformas de comunicación digital.

Este proceso tiene la finalidad de detectar elementos que pudieran ser mejorados antes de presentar la propuesta final de diseño ante el grupo objetivo, obteniendo propuestas funcionales y que cubran las necesidades de comunicación de la institución que se apoya. (Ver imágenes 03, 04 y 05 de anexos)

Instrumento de coevaluación

Después de obtener la retroalimentación por parte de los expertos en la validación virtual que se organizó por parte de los asesores del proyecto, se presentó un instrumento de validación el cual fue compartido con los expertos para que pudieran calificar puntos de interés para el estudiante en una escala de 1 a 5 siendo 1 una calificación ineficiente y 5 una calificación eficiente en las piezas de diseño realizadas y de esta manera ajustar estas observaciones en la propuesta final que será presentada ante el grupo objetivo. (Ver imágenes 06 - 09 de anexos)



Figura 74. Instrumento de coevaluación con experto



Figura 75. Instrumento de coevaluación con experto

Los ajustes sugeridos por los expertos en la tipografía, uso de color, tratamiento fotográfico e implementación de movimiento, serán realizados en las piezas y estos podrán ser visualizados en el nivel 3 de visualización, que aparece en el siguiente apartado de este capítulo.

Conclusión

Durante el proceso de producción gráfica es importante el realizar varias pruebas que permitan al diseñador gráfico explorar diversas soluciones a un mismo problema de comunicación gráfica, por lo que es importante realizar procesos de bocetaje amplios iniciando por una etapa manual en la que se estipule la distribución de los elementos que se desean colocar en cada pieza a diseñar, seguido de la experimentación manual proceder con diversas propuestas digitales, que permitan agregar detalles que se facilitan en las plataformas de diseño existentes y especializadas para cada tipo de proyecto que se desee llevar a cabo.

Al obtener un producto digital lo ideal es validarlo con expertos en la materia, que puedan aportar observaciones de valor a cada pieza gráfica presentada y de esta forma alcanzar resultados adecuados para las necesidades del cliente y del grupo objetivo. En el caso del diseño de campañas digitales, la elaboración de un Key Visual es importante para poder definir el resto de piezas que son contempladas para la campaña de comunicación.

Posteriormente la presentación del nivel 2 de visualización y de realizar la coevaluación con profesionales del diseño gráfico especializados en la elaboración de campañas digitales para redes sociales, fueron evaluadas las observaciones y sugerencias presentadas por los profesionales para la realización de cambios técnicos para el desarrollo de la pieza final de diseño gráfico.

Una vez realizadas estas correcciones se prosiguió con la elaboración de las piezas faltantes correspondientes a la estrategia de comunicación elaborada para el Museo Regional de Arqueología “Rubén Chévez van Dorne”. Esto con la finalidad de desarrollar la validación con el grupo objetivo determinado, la cual requería de un porcentaje significativo de las piezas para que la evaluación fuera efectiva y pudiera brindar resultados positivos.

Este proceso fue elaborado con el apoyo de Maestras de la región de La Democracia, Escuintla quienes imparten clases a jóvenes del nivel educativo Básico y Diversificado, al igual que se llevó a cabo la validación con un colaborador del área de comunicación digital del Ministerio de Cultura y Deportes.

Nivel 3 de visualización y validación

Los cambios sugeridos por parte de los profesionales de diseño gráfico en la coevaluación fueron desarrollados durante esta etapa los cuales serán presentados a continuación:

- Tipografía
- Paleta cromática
- Tratamiento fotográfico
- Formato empleado para publicaciones

Tipografía

En este apartado, se habla de la selección tipográfica que se tenía contemplada inicialmente para el desarrollo de la estrategia de comunicación digital, la cual considerando las premisas de diseño presentadas a los profesionales, se encontró y resaltó un área de mejora para el desarrollo de los artes finales, tipografía que previamente sería empleada en el Key Visual el cual dará pauta para desarrollar la totalidad de la estrategia de comunicación final.

Entre las razones por las cuales se realizó este cambio están la falta de coherencia con las premisas de diseño presentadas previamente, ya que la imagen limpia y elegante que se buscaba transmitir no se lograba con la tipografía empleada en los artes presentados, otra de las razones fue la jerarquía de textos que no era tan clara y se creaba dificultad en la lectura por los elementos empleados para colocar los textos. (Ver imágenes 80 a 82)

Entre las sugerencias de tipografía brindadas por los profesionales mencionaron la consideración de uso de tipografías Sans Serif, Bold o Black que permitan una mejor composición tipográfica, acompañada de una tipografía caligráfica o cursiva para reforzar y complementar el mensaje que se desea transmitir en las piezas gráficas a diseñar. (Ver figuras 76, 80 y 81)

ATHENA RUSTIC
A B C D E F G H
I J K L M N Ñ O P
Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 76. Athena Rustic Font, empleada en nivel 2 de visualización

Y TÚ YA SABES
¿QUÉ SON?

Figura 77. Titular 1 propuesto en visualización gráfica 2

Y TÚ YA SABES
¿QUÉ SON?

Figura 78. Titular 2 propuesto en visualización gráfica 2

¿Qué hacen ahí
Esas piedras?

Figura 79. Titular 2 propuesto en visualización gráfica 2

Monument
Extended
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 80. Tipografía propuesta para nivel 3 de visualización

Fortescue
Pro Display
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 81. Tipografía propuesta para nivel 3 de visualización

Paleta cromática

Se encontró un acierto con relación a la paleta cromática empleada en los artes y presentada para el resto de la estrategia de comunicación, se encontró un acierto debido a la relación con el museo, en cuanto a temas arqueológicos y la ubicación geográfica del mismo. La observación que fue más notoria la cromatología presentada, fue la falta de intensidad en los colores que conforman la paleta, sin embargo no es un obstáculo para el desarrollo de la campaña publicitaria. (ver imagen 82)

Posterior a la validación se realizó el cambio sugerido en la intensidad de los colores subiendo la saturación y brillo de cada uno de tal manera que tuvieran un alto contraste entre cada uno, permitiendo una mejor conjugación cromática en las composiciones de los artes digitales. Así como también fueron extraídos porcentajes de los colores para crear nuevas composiciones cromáticas al momento de desarrollar los artes digitales (ver imagen 83)



Figura 82. Paleta cromática presentada en coevaluación



Figura 83. Paleta cromática corregida por sugerencia de profesionales

Tratamiento fotográfico

El tratamiento fotográfico fue uno de los factores que presentaba más áreas de mejora como en la disposición de este elemento, la post producción, recorte y considerar la aplicación de algún filtro que se acople mejor al concepto creativo para que sea lo más fiel posible a las premisas de diseño que fueron presentadas. (Ver figuras de 84 a 86)

Se sugirió utilizar una máscara de recorte en apoyo de piezas geométricas que fueron extraídas de la estructura del museo, para poder jugar con la distribución de la fotografía dentro de los artes, crear dinamismo y de esta manera sea más atractivo para el grupo objetivo de la campaña de comunicación digital.



Figura 84. Tratamiento fotográfico con efecto de papel rasgado



Figura 85. Tratamiento fotográfico con máscara de recorte



Figura 86. Tratamiento fotográfico con máscara de recorte

Al terminar la validación con profesionales se evaluaron las sugerencias realizadas para el tratamiento fotográfico, en el cual se hicieron iteraciones digitales para lograr alcanzar un nivel de visualización ideal para la campaña de comunicación digital. Se mezclaron diferentes técnicas empleadas anteriormente como la desaturación en la fotografía para alcanzar un efecto blanco y negro, la aplicación de máscaras de recorte empleando las figuras extraídas del museo y puntillismo en la fotografía para dar un acabado antiguo. (Ver imagen 87)



Figura 87. Tratamiento fotográfico para nivel de visualización 3

Formato de publicaciones

En cuanto a los formatos de publicaciones se sugirió explorar las diferentes opciones que las redes sociales proporcionan a los usuarios de estos medios para crear una mayor y mejor interactividad con el grupo objetivo. Dentro de los formatos sugeridos se encuentra la realización de animaciones integradas a las piezas a diseñar para que estas sean más llamativas al momento de ser vistas en las redes sociales del grupo objetivo, también buscar interactividad a través de las funciones que presentan actualmente las redes sociales como lo son trivias, encuestas y filtros fotográficos, de los cuales se tomarán en cuenta las trivias y encuestas que permitirán generar duda y necesidad de visitar el museo.

Para generar estas nuevas publicaciones fueron empleadas las figuras extraídas del museo, generando una superposición de

diferentes elementos para generar nuevas figuras geométricas, las cuales fueron empleadas para realizar máscaras de recorte en las imágenes presentadas en cada arte para posteriormente fueran animadas en una aplicación de animación digital, este tipo de material es admitido en las redes sociales y genera mayor impacto visual ante el grupo objetivo. (Ver imagen 88 a 92)

Posteriormente a la validación con profesionales y la aplicación de los cambios sugeridos por los mismos, se desarrollaron nuevas piezas de diseño las cuales serían validadas con los usuarios del museo, profesionales en temas arqueológicos, de diseño gráfico o interesados en aprender de la arqueología guatemalteca para obtener una mejor retroalimentación por parte del grupo objetivo al que va dirigido este material.

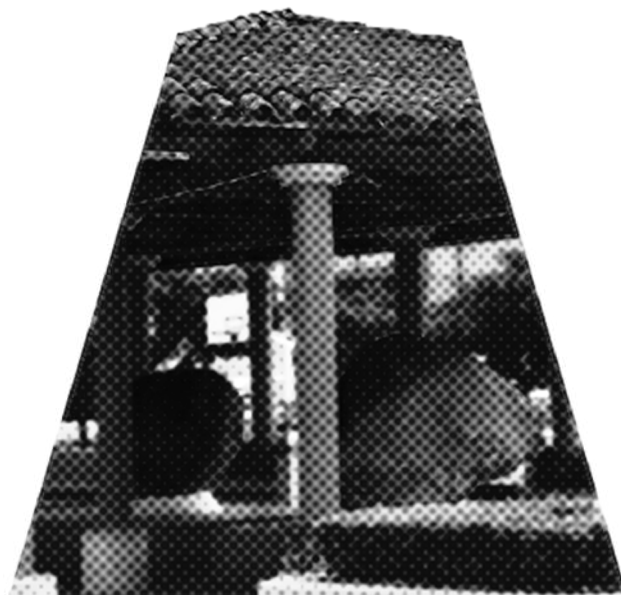


Figura 88. Formato 1 de fotografía para animación visualización 3



Figura 89. Formato 2 de fotografía para animación visualización 3



Figura 90. Formato 4 de fotografía para animación visualización 3



Figura 91 Formato 3 de fotografía para animación visualización 3



Figura 92. Formato 5 de fotografía para animación visualización 3

Validación con el grupo objetivo

Para el desarrollo de esta fase fueron invitadas maestras de la región de La Democracia, Escuintla, quienes imparten cursos en los niveles de educación básica y de diversificado y están relacionadas con las piezas arqueológicas expuestas fuera del museo. Son personas que han escuchado historias de cómo fueron descubiertas estas piezas en el municipio y los alrededores. Para llevar a cabo estas validaciones fue utilizada

la plataforma de Google Meet la cual permitió tener contacto directo con los invitados, al mismo tiempo que fue una medida tomada por la actual situación de Pandemia la que dificulta el poder reunir a un amplio grupo de personas por un tiempo prolongado. (Ver imagen

93)

A continuación se presentan las piezas con las correcciones de los profesionales:



Imagen 93. Validación con Directora de conservación arqueológica parte del grupo objetivo

Para la validación también fue invitado un integrante del equipo de diseñadores para redes sociales del Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala, con quien se tuvo la validación por el mismo medio el cuál facilitó la presentación del material, el cual en este caso es de carácter digital más que físico. (Ver imagen 94)

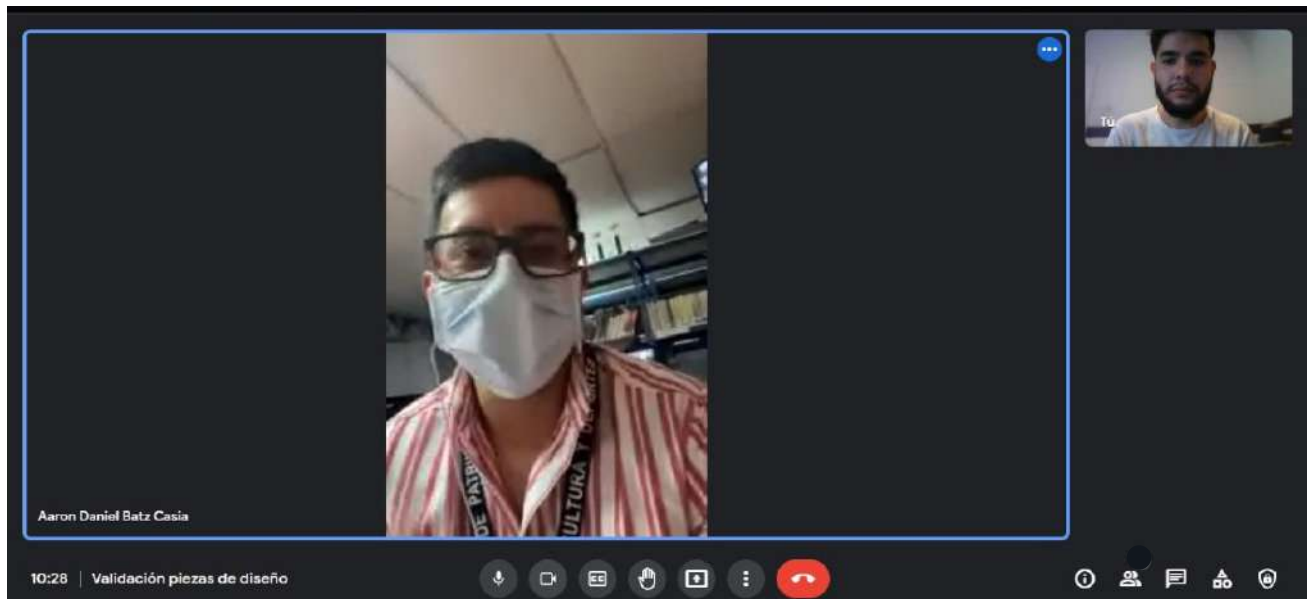


Figura 94. Validación con Director de diseño de la dirección de museos de Guatemala.

A continuación se presentarán las piezas de diseño que fueron validadas con el grupo objetivo, las cuales fueron resultado de la coevaluación con profesionales del diseño gráfico. (Ver figuras de 95 a 99)



Figura 95. Arte expectativa 1

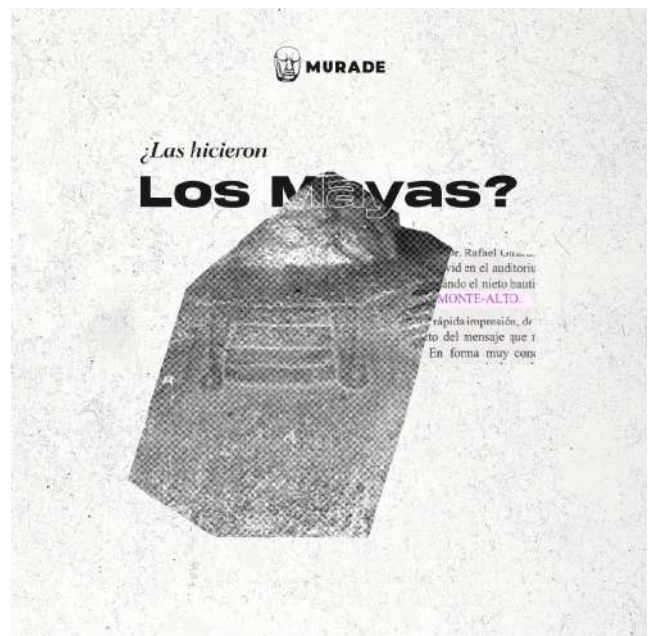


Figura 96. Arte expectativa 2



Figura 97. Arte expectativa 3

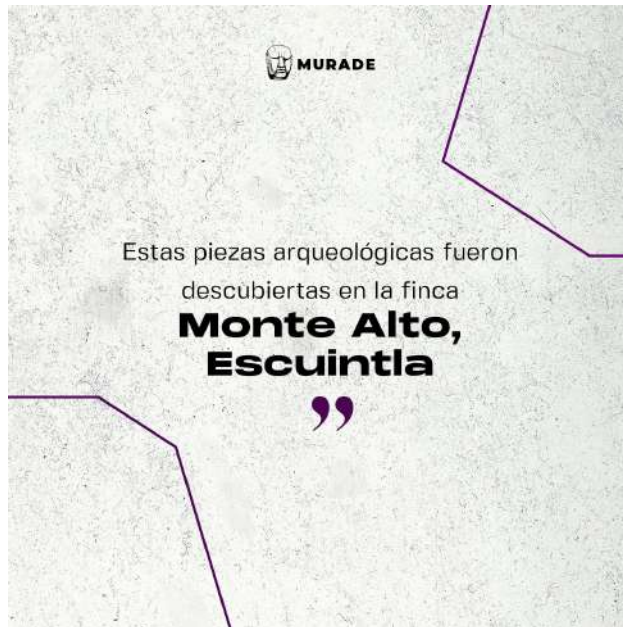
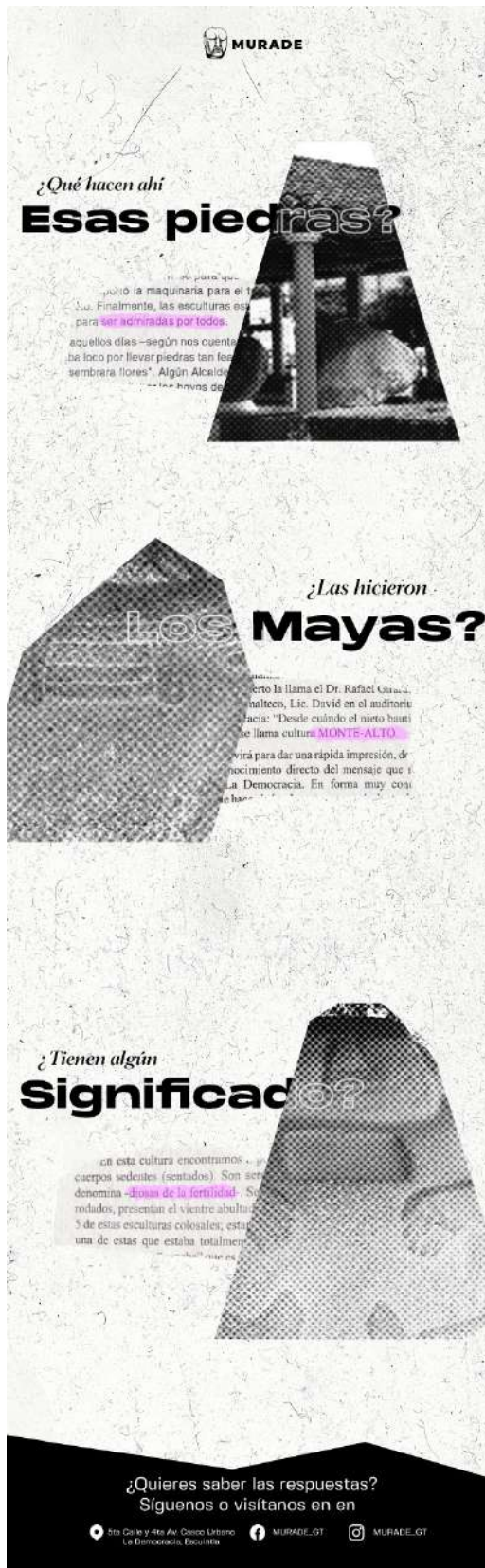


Figura 98. Arte expectativa 4



Las observaciones por parte del grupo concordaron que el concepto creativo se veía reflejado de manera correcta en las piezas diseñadas, así como el insight es oportuno para el grupo objetivo, ya que muchas de las personas que viven en La Democracia no tienen mayor conocimiento de las piezas arqueológicas, incluso parte del grupo desconocía el origen de estas piezas que pertenecen al museo.

De los comentarios que resaltaron dentro de la video llamada por parte de los docentes fueron:

El material resulta atractivo para que jóvenes de La Democracia asistan al museo para informarse más de las civilizaciones pasadas de la región

La paleta de colores es adecuada tanto para el tema del que se está hablando, como para la región en la que se encuentra ubicado el museo.

El tema refuerza la educación de la región gracias a que será difundido en las redes sociales que son del diario vivir de los estudiantes.

Las fotografías resultan interesantes con la animación que fueron agregadas a las piezas diseñadas

Figura 99. Arte expectativa 5 mailing

Las piezas sufrieron varias iteraciones al finalizar la fase de visualización. Gracias a las observaciones, sugerencias y participación de los profesores pertenecientes al grupo objetivo del proyecto se pudo obtener una mejor solución al problema de comunicación con el que cuenta la institución.

Luego de la elaboración de esta fase y la serie de validaciones, se prosigue con la modificación de las piezas diseñadas, en cuanto a la distribución de los elementos que conforman los diseños, la paleta cromática y el tratamiento fotográfico.



Capítulo 07

7. Presentación final de la pieza diseñada

- 7.1 Fundamentación de las piezas diseñadas
- 7.2 Presentación gráfica de la pieza completa
- 7.3 Orientaciones técnicas
- 7.4 Costo de producción de la gráfica
- 7.5 Costo de reproducción de la pieza diseñada
- 7.6 Entrega de artes finales a la institución

En este apartado serán presentadas las 16 publicaciones realizadas para la campaña de comunicación del MURADE, así como también los elementos empleados para la realización de las piezas finales y la explicación del por qué fueron elegidos.

Presentación final de la pieza diseñada

En esta sección se presentan las piezas de diseño finales realizadas por el proyectista en donde se describirá a detalle las decisiones de diseño que dieron como resultado el producto gráfico final de la campaña de comunicación

Se presentarán todas las publicaciones realizadas para la campana de comunicación a través de redes sociales, así como también se detallará el uso correcto de las mismas y el costo de producción y difusión del material.

Fundamentación

Para el desarrollo de la campaña de comunicación digital en redes sociales, se utilizó como base el concepto creativo "Descubriendo en dónde vives" como parte de la labor que ejerce un arqueólogo al momento de encontrar una pieza arqueológica y por otro lado para que los pobladores de La Democracia, Escuintla puedan descubrir más de la historia que se alberga dentro del Museo Regional de Arqueología "Rubén Chévez van Dorne" la cual está relacionada con este departamento de Guatemala y es desconocida.

A través de las piezas gráficas de diseño se buscó representar el concepto creativo por medio de animaciones que tuvieran como principal elemento una de las piezas o personajes importantes de la historia del museo y detrás de estos se tuviera una animación que

fuera descubriendo parte del contexto de la imagen. Apoyándose también de códigos gráficos como la fotografía, tipografía, color, forma y el espacio, para poder obtener un resultado que pueda comunicar efectivamente el mensaje que la institución busca difundir en la población donde se encuentra el Museo.

Estas piezas diseñadas no solo serán de apoyo para la institución, sino que serán de apoyo para los colegios del área que desee ampliar el conocimiento de los alumnos en relación a la civilización Monte Alto de la cual actualmente se tiene poco conocimiento en el departamento de Escuintla y las zonas aledañas al municipio de La Democracia.

El concepto creativo se verá reflejado en cada uno de los artes que estarán conformados por una imagen relacionada al museo y en el fondo de la fotografía se verá una animación que irá mostrando secciones del entorno de la imagen.

Durante el proceso de elaboración del proyecto, se hicieron algunas correcciones brindadas por profesionales del diseño gráfico y sugerencias del asesor gráfico. Lo cual permitió que el resultado final sea efectivo para cubrir las necesidades de comunicación de la institución.

Tipografía

Para el desarrollo de las piezas de diseño, se emplearon 3 tipografías las cuales pueden ser utilizadas al mismo tiempo en una misma pieza, sin embargo no significa que deban ser aplicadas siempre, esto dependerá de la cantidad de texto que se desee colocar en las y el impacto que se desee en la pieza de diseño.

Para el titular se pueden emplear dos tipografías, la principal que es *Monumental Extended* en el peso de la tipografía Black, esta puede ser utilizada con relleno y en contorno según la cantidad de texto y el mensaje que se busque comunicar.

La segunda tipografía que puede ser implementada para los titulares es Fortescue Display en el peso *Median Italic*, esta

tipografía será utilizada cuando el titular de los artes sea demasiado extenso y se desee dar prioridad a una palabra del titular, la cual deberá ir con la tipografía Monumental mencionada anteriormente por el alto contraste que se genera entre estas.

La tercer tipografía que puede ser implementada en las piezas de diseño es Aileron en los pesos *Light* y *Bold*, esta será implementada en los cuerpos de texto que acompañen cada arte, esta tipografía le permite al usuario una fácil lectura de la información gracias a su estructura tipográfica, también permite generar un alto contraste y balance entre los elementos que puedan ser utilizados en cada pieza de diseño. (Ver figura 100)



Figura 100. Tipografías empleadas para desarrollo de campaña

Paleta Cromática

La paleta cromática propuesta para el desarrollo de la campaña, fue extraída del parque que se encuentra frente al museo en donde se exhiben las piezas más llamativas e importantes que este alberga.

Posteriormente, esta paleta de color fue modificada para crear un mejor contraste entre los colores extraídos del parque con colores utilizados por el maestro Guillermo Grajeda Mena dentro de sus obras de arte exhibidas en el museo, además de generar una similitud y coherencia con las premisas de diseño presentadas en el nivel 1 de visualización en el capítulo de producción gráfica.

Esta paleta cromática también está inspirada y contextualizada en el clima del depar-

tamento en el que se encuentra el museo, obteniendo una paleta con colores cálidos y llamativos para la vista del los usuarios de los medios de comunicación digital.

La paleta cromática está compuesta por 8 colores de los cuales tenemos 3 principales, el Color naranja, el amarillo y el morado, los cuales permiten crear diversas combinaciones con alto nivel de contrastante con los otros colores de la paleta cromática.

De cada color presentado se derivaron porcentajes los cuales permiten facilidad en la decodificación de imágenes y fácil lectura entre los textos y fondos empleados. (Ver figura 101)

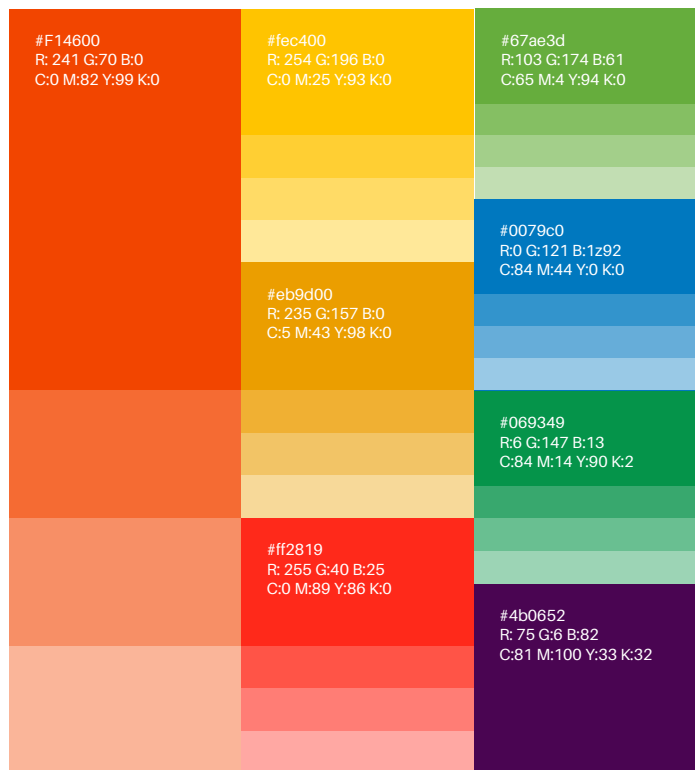


Figura 101.. Paleta cromática empleada para desarrollo de campaña

Tratamiento fotográfico

Para el estilo y tratamiento fotográfico se buscó dar una apariencia de fotografías antiguas, dentro de una línea gráfica más dinámica, apoyándose de los otros códigos visuales que fueron empleados en las piezas de diseño.

El estilo fotográfico fue modificado desde la premisas presentadas inicialmente para poder transmitir de mejor manera el concepto "Descubriendo en donde vives". (Ver figuras 102 a 104)

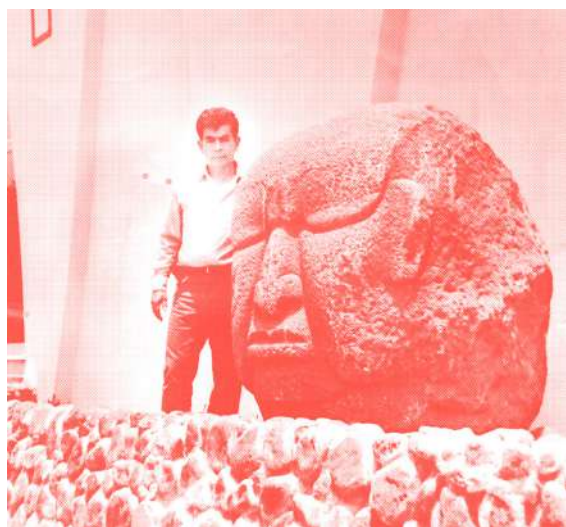


Figura 102. Fotografía Rubén Chévez van Dorne

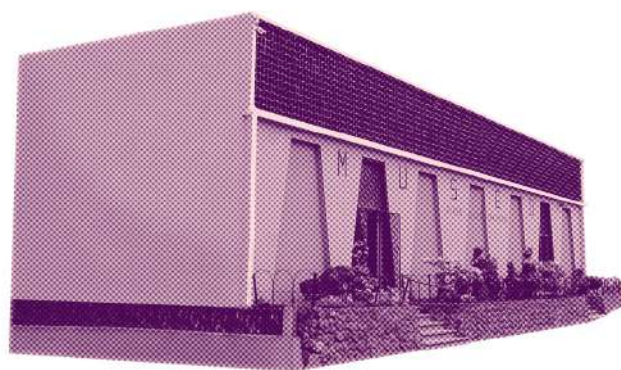


Figura 103.. Exterior MURADE



Figura 104. Fotografía Parque José Santos Toruño intervenida por proyectista

Retícula

La retícula fue uno de los elementos que más cambios sufrió durante el desarrollo de la pieza de diseño, debido a que en los primeros niveles de visualización era difícil poder evaluar la funcionalidad de esta, hasta que se pasó a un nivel de visualización digital se pudo implementar una diagramación adecuada para la correcta distribución de los elementos que las piezas requerían, los cambios consistieron en agregar columnas y filas manteniendo la propuesta de utilizar una retícula modular.

La retícula utilizada cuenta con 8 columnas y 8 filas para las publicaciones cuadradas, para las versiones verticales implementadas en las historias de las redes sociales se cuenta con una retícula de 8 columnas y 13 filas, que permitieron que los elementos fueran distribuidos adecuadamente para facilitar la comunicación entre la institución y los usuarios de las redes sociales. (Ver figuras 105 y 106)

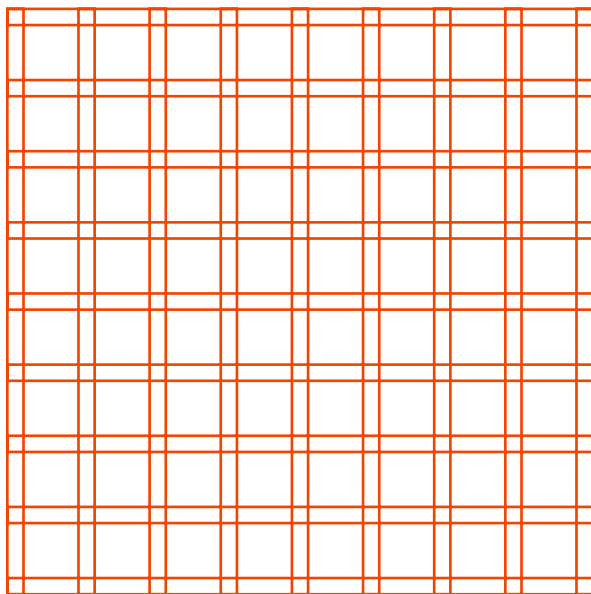


Figura 105. Retícula publicaciones cuadradas

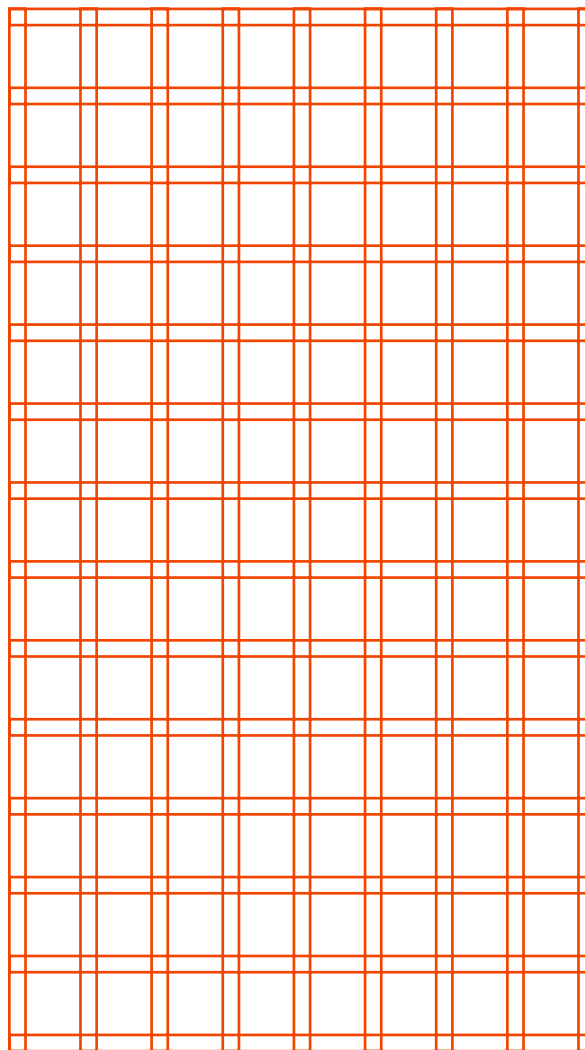


Figura 106 Retícula publicaciones verticales

Forma

Para los recortes en los fondos de las imágenes se están empleando formas extraídas de la estructura del museo, que se encuentran en la fachada frontal, en el techo de la sala "Guillermo Grajeda Mena" y en algunas de las figurillas que se encuentran en exhibición dentro del museo. (Ver figuras 107 a 110)



Figura 107. Formas extraída de fachada



Figura 108. Formas 1 extraídas para recorte de fondo



Figura 109. Formas 2 extraídas para recorte de fondo

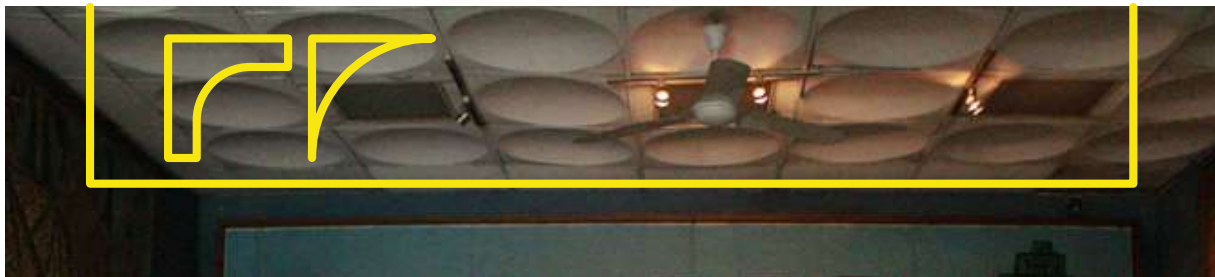


Figura 110 Forma extraída de fachada 2

Presentación gráfica de la pieza completa

A continuación se presentan las piezas completas elaboradas por el epesista para el Museo Regional de Arqueología siendo estas: piezas de expectativa, piezas de historia del MURADE, piezas de contexto de la Cultura Monte Alto, piezas informativas de los artefactos que se encuentran en el Museo y piezas de invitación a visitar el museo. Estas piezas forman parte del desarrollo de la estrategia de comunicación a través de medios digitales.

Piezas de expectativa

Estas piezas como bien su nombre lo indica, tienen la finalidad de crear en el grupo objetivo la expectativa de lo que sucede a través de las redes sociales del MURADE, crear la necesidad de investigar más de las cuestionantes presentadas y también incentivar a asistir a la institución para poder descubrir esta información.

Estas piezas podrán ser visualizadas en plataformas de comunicación digitales a través de publicaciones en el perfil de la institución y también en las historias que estos medios permiten utilizar.

Acompañado de las publicaciones en versiones cuadradas y verticales, se estará comunicando a través de correo electrónico con piezas que contendrán todas las cuestionantes y respuestas de las mismas, esto podrá ser posible gracias a la base de correos que la institución contiene.

Piezas de historia del MURADE

Por medio de estas piezas se dio a conocer datos importantes de la historia del Museo como la procedencia de las piezas descubiertas en la Costa Sur de Guatemala, sobre todo en la región de La Democracia, Escuintla. Quién fue el fundador de la institución y en qué año inició sus labores para poder compartir los descubrimientos arqueológicos dentro del territorio guatemalteco, también se comparte historia del edificio en el que se encuentra actualmente el MURADE.

Piezas de contexto Monte Alto

Estas piezas contienen información relacionado con la cultura Monte Alto, la cual permaneció en el territorio guatemalteco en la Costa Sur del país, así como también se comparte información de la época en la que habitó el mismo.

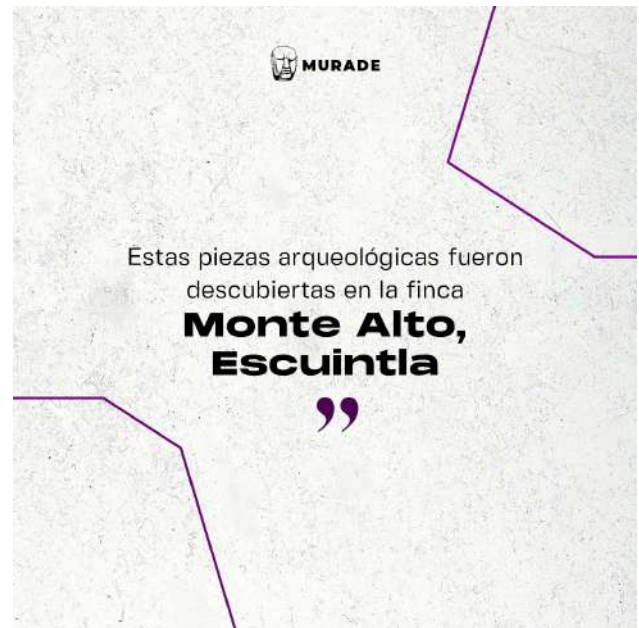
Piezas informativas de artefactos que se encuentran en MURADE

En estas piezas se comparte información de la actualidad de la institución, como los barrigones expuestos en el parque José Santos Toruño y de las pinturas donadas por Guillermo Grajeda Mena.

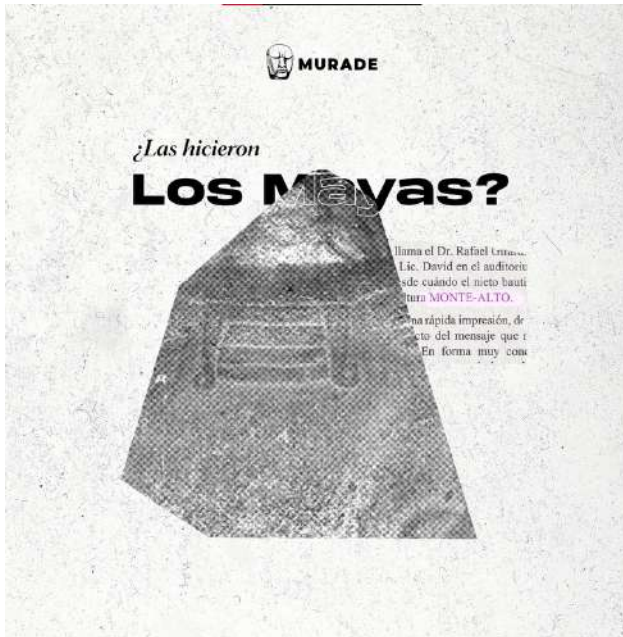
Video como llegar a MURADE

Video realizado para poder brindar indicaciones de cómo llegar al Museo.

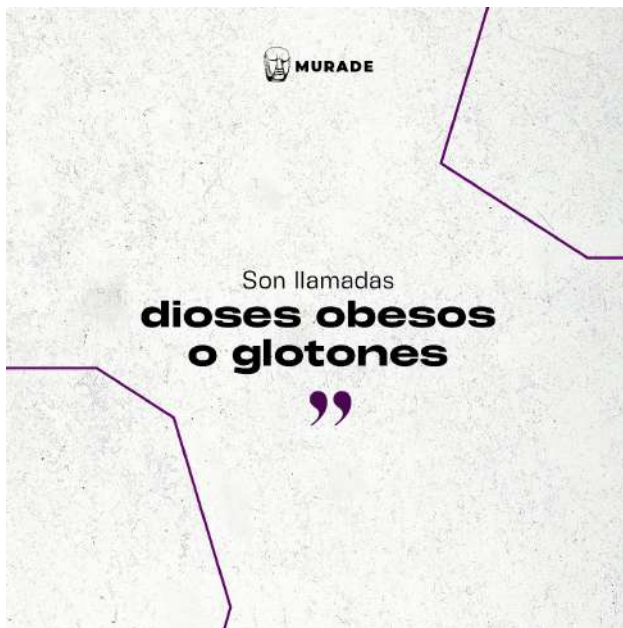
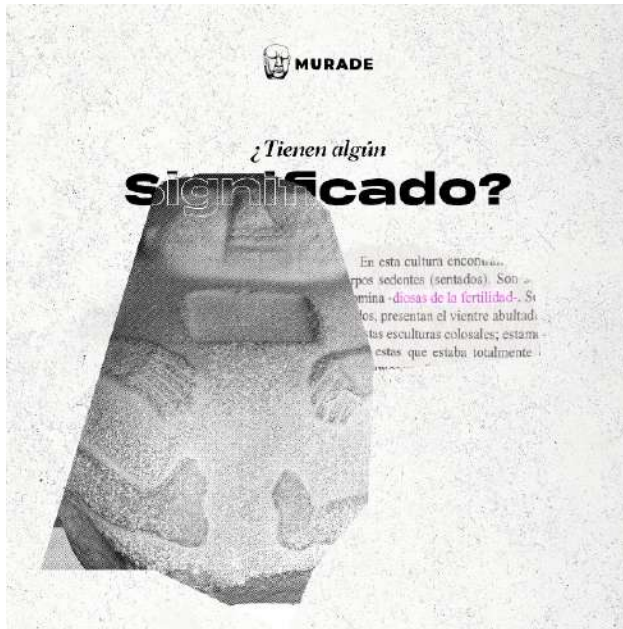
Piezas de expectativa



Piezas de expectativa



Piezas de expectativa



Mailing de expectativa



¿Qué hacen ahí
Esas piedras?

1 Forman parte de la exhibición del Museo Regional de Arqueología Rubén Chévez van Dorne

”

¿Las hicieron
Los Mayas?

1 En un inicio se creyó que las piezas arqueológicas correspondían a la época de los Mayas

”

¿Tienen algún
significado?

1 Son esculturas sedentes de Sexo Femenino

”

Aprende más acerca del Museo siguiéndonos en nuestras redes sociales

 5to Calle y 4to Av. Casco Urbano La Democracia, Escuintla
  MURADE_07
  MURADE_07



¿Qué hacen ahí
Esas piedras?

...en un primer momento se pensó que se trataba de esculturas de la época de los Mayas. Sin embargo, las estructuras arqueológicas que se descubrieron en el sitio, así como los días de lluvia y los cambios en el terreno, hicieron pensar que se trataba de una estructura más reciente. Alguien dijo: "¿Será una tumba?"

”

¿Las hicieron
Los Mayas?

...según la tesis de Dr. Rafael Guzmán, L. en. Doctor en el estudio de la cultura maya. "Desde cuando el arte ha sido una forma de expresión cultural. ALTO."

...para dar una rápida impresión, de un momento a otro del pasado que nos ha dejado. En forma muy viva

”

¿Tienen algún
Significado?

...en una cultura muy rica... en cuerpos sedentes (santitas). Son una forma de expresión cultural. ALTO. Se están haciendo, pensando en el futuro. Hay una forma de expresión cultural, entonces es una de esas que están realmente bien hechas."

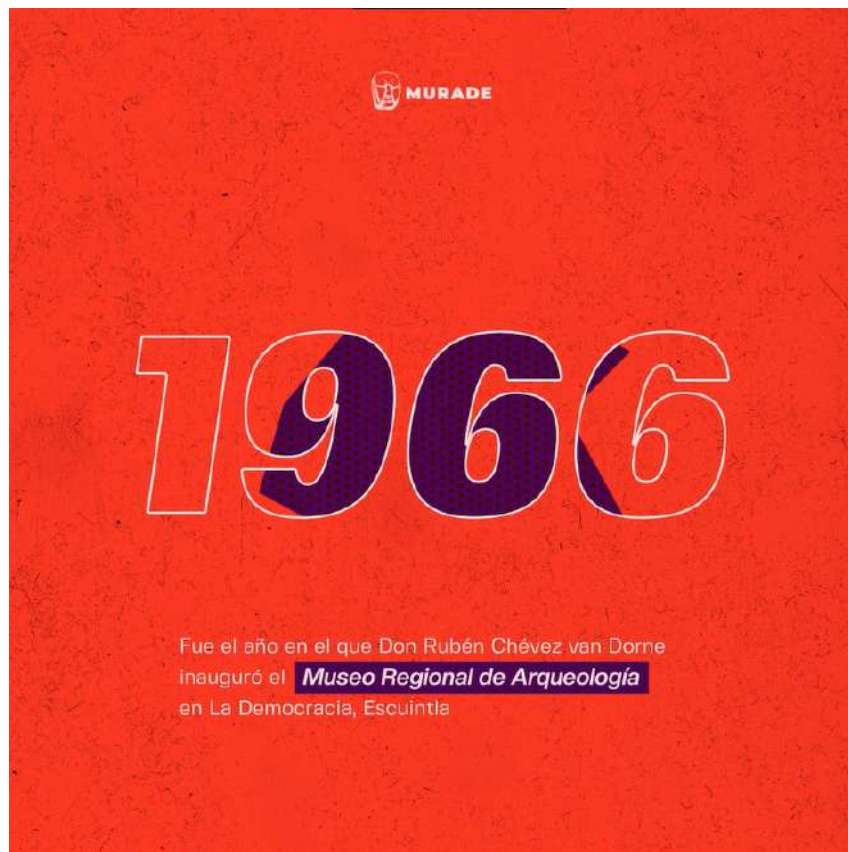
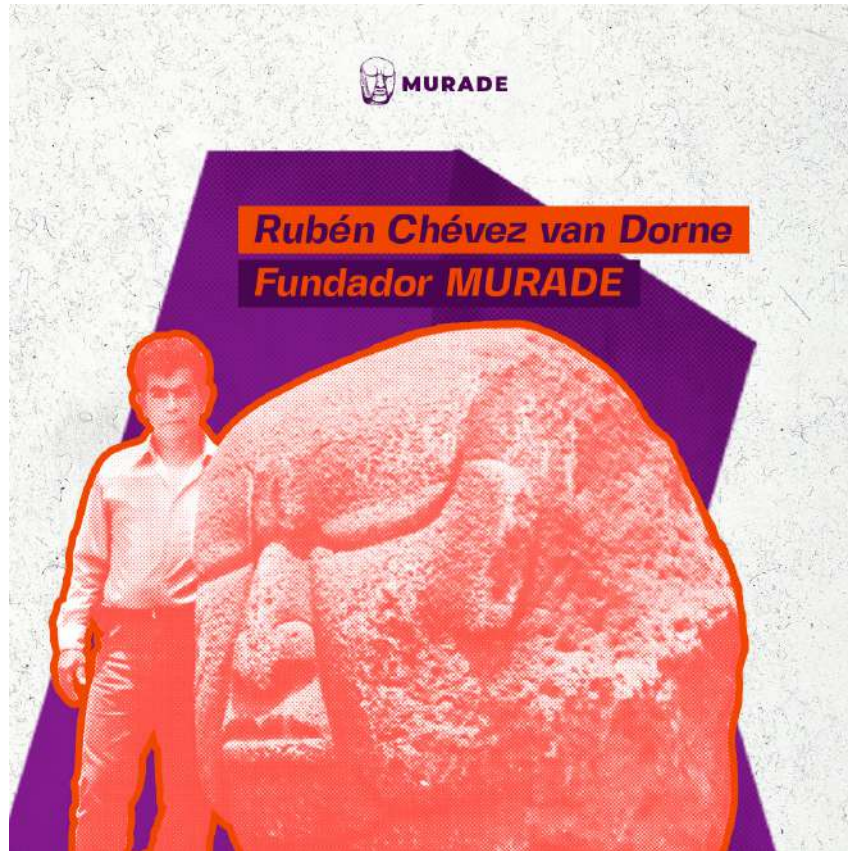
”

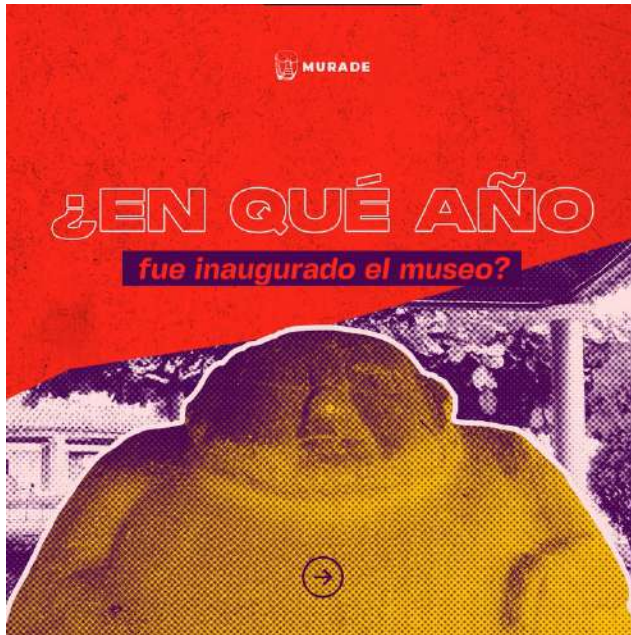
¿Quieres saber las respuestas?
Síguenos o visítanos en

 5to Calle y 4to Av. Casco Urbano La Democracia, Escuintla
  MURADE_07
  MURADE_07

Piezas de historia del MURADE







Piezas de contexto Monte Alto



Mailing de invitación

MURADE

**Ven y aprende más de
la historia de Guatemala**

Acá aprenderás de

**La arqueología
de la Costa Sur
de Guatemala**

**Grandes exponentes
de la plástica del país**

Visítanos o síguenos en

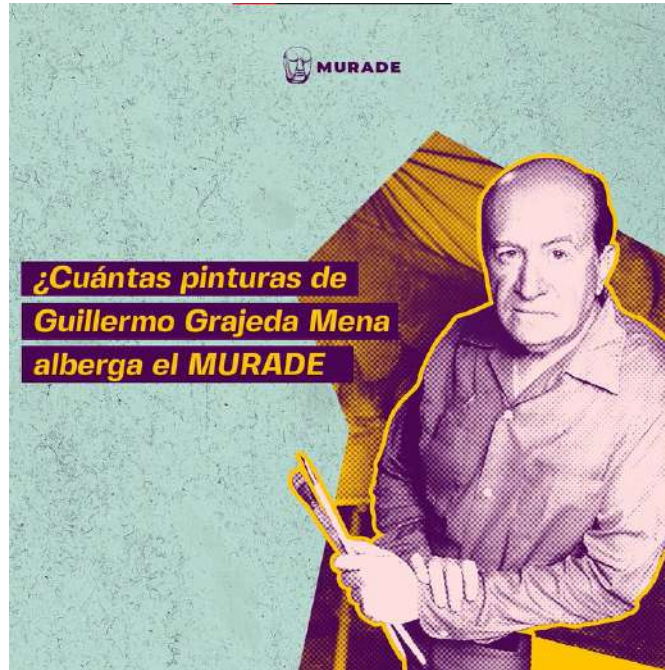
5ta Calle y 4ta Av. Casco Urbano
La Democracia, Escuintla

MURADE_GT

MURADE_GT

*Piezas informativas
de artefactos que
se encuentran en MURADE*





Video como llegar a MURADE

¿Cómo llegar a
MURADE
Rubén Chévez van Dorne?



Inicia el recorrido por
el Peaje Carretera Palín Escuintla



Tomará el próximo retorno
hacia La Democracia



Y así llegas a
el Museo Regional de Arqueología
Rubén Chévez van Dorne

Artes invitación



Plantilla para fotografías



Orientaciones técnicas para re- producir e implementar las piezas gráficas

Aplicación de la pieza de diseño a través de medios digitales

Las piezas de diseño elaboradas para la campaña de comunicación no podrán ser implementadas en ninguna plataforma digital hasta que el proyectista haya aprobado el examen privado, en el momento que estas puedan ser implementadas y se desee realizar algún cambio en la información contenida en las piezas de diseño, se podrá realizar el cambio de la información libremente, se recomienda que sea un profesional en el diseño o estudiante de la rama quien realice estos cambios para evitar cualquier complicación al momento de ingresar nueva información.

Teniendo en cuenta la posibilidad de realizar cambios en el material, se hacen algunas sugerencias a la institución antes para que el material no se vea afectado bajo ninguna circunstancia.

Modificación del material por un profesional del diseño gráfico

En caso de ser requeridos cambios dentro del proyecto, será necesario contar con el apoyo de un diseñador gráfico que cuente con los programas necesarios para la edición, siendo en este caso: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator y Adobe After Effects.

Los archivos editables serán entregados a la institución en donde se podrá encontrar todos los recursos necesarios, como fotografías, tipografías, paleta de color y cualquier otro elemento que esté incluido en las piezas de diseño.

Modificación del material por no diseñadores

En el caso de no contar con el apoyo de un diseñador, únicamente necesitará contar con los programas mencionados anteriormente, dentro de estos archivos editables estará identificado cada elemento por nombre para que sea más fácil diferenciarlo para la persona que esté editando el material.

Antes de iniciar con la edición de cualquier material, debe asegurarse que las tipografías compartidas estén previamente instaladas, seguido a esto podrá abrir cualquier archivo editable, al momento de editar el texto deberá guardar los cambios realizados y posteriormente exportar las imágenes o animaciones según sea requerido.

Se recomienda que los archivos editables no sean movidos de carpeta ya que esto podría ocasionar pérdidas dentro de los archivos modificando o dañando el archivo. En dado caso no se tenga algún conocimiento de los programas de diseño, se puede acudir a ver video tutoriales en plataformas como Youtube.

Costos de producción de la gráfica

Al finalizar el proceso de producción gráfica se elaboró un cuadro de costos de producción del diseño de piezas gráficas, dentro de estos costos se toma en cuenta desde la investigación que es fundamental para elaborar cualquier proceso creativo, hasta la elaboración de las piezas de diseño. Para tener un cálculo preciso de los costos que este conlleva, se le asigna un costo a la hora de trabajo dependiendo cada tarea que se realizó, finalizando se toman en cuenta los insumos que fueron utilizados para el desarrollo de la pieza, estos insumos podemos verlos reflejados en el capítulo de Planeación Operativa.

(Ver imagen 10 de anexos)

Costos de reproducción de la pieza diseñada

Para poder estimar el costo de reproducción la pieza diseñada, se tomó en cuenta el grupo objetivo al que se deseaba alcanzar segmentando la pauta con apoyo de herramientas de las redes sociales y obtener un costo preciso durante la campaña. El objetivo que se buscó alcanzar con la pauta en medios digitales fue dar a conocer al grupo objetivo la ubicación del Museo, los servicios prestados y compartir datos relevantes de la institución.

(Ver imagen 11 de anexos)

Entrega de artes finales a la institución

Al concluir el proceso de producción gráfica se acordó una reunión con la institución para poder presentar y entregar las piezas de diseño finalizadas. En la reunión se contó con la presencia del Director del Museo de Arqueología "Rubén Chévez van Dorne" en esta se realizó una breve explicación del material que fue entregado y cómo poder utilizar los recursos.

Para la institución los resultados fueron satisfactorios cumpliendo con las necesidades de comunicación y difusión de la información de la labor que la institución realiza. (Ver figura 111)



Figura 111. Presentación y entrega a la institución de piezas gráficas finales



Capítulo 08:

Síntesis

- 8.1 Lecciones aprendidas
- 8.2 Conclusiones
- 8.3 Recomendaciones

Lecciones aprendidas

Para el desarrollo del proyecto de graduación, el proyectista logró adquirir nuevos conocimientos a partir de su experiencia con la institución, acercamiento con el grupo objetivo y temas que investigó para la comprensión del contenido brindado para desenvolver el proyecto. A continuación se detallarán las lecciones aprendidas que este proceso de intercambio de conocimientos dejó en el estudiante:

1. Durante el desarrollo del proyecto de graduación pueden surgir interrogantes por parte del proyectista al igual que en los encargados de la institución, por lo cual el poder establecer un medio de comunicación con la institución es de suma importancia para poder resolver estas dudas, así como recopilar recursos útiles para el adecuado desarrollo del proyecto, poder establecer un orden y tiempo de entrega de los recursos para que los involucrados en el proyecto puedan tener un seguimiento de las actividades e iteraciones que se están llevando a cabo.
2. Obtener información precisa del grupo objetivo es un factor que favorecerá el desarrollo adecuado del proyecto y muchas veces son datos que más se dificultan obtener en medios digitales, por lo que establecer comunicación con el grupo objetivo de la institución desde la fase de diagnóstico es indispensable, esto permitirá que los resultados para la fase de descripción creativa resulte más eficaz y asertiva, ya que nos brindará información acerca del usuario y cómo este proyecto podrá aportar a su vida.
3. Se aprendió que el proceso de bocetaje en todo proyecto es importante, ya que este permite explorar diversas posibilidades para resolver una misma pieza gráfica, esto hace posible el proponer ideas innovadoras antes de un proceso digital, en el cual se aprovecha de mejor manera el trabajo para evitar cambios significativos en los niveles de bocetaje más avanzado o prototipado.
4. Se aprendió que como diseñadores gráficos siempre es necesario el apoyo de la institución con la que se esté trabajando para poder entender cuál es el objetivo y necesidades de crear una pieza de diseño, para que esta sea funcional para el usuario y también sea útil para hacer una comunicación visualmente agradable.
5. Durante el desarrollo del proyecto se comprendió que el definir las premisas de diseño sería de mucha ayuda e importancia para poder establecer el objetivo que se deseaba alcanzar con las piezas gráficas a desarrollarse y serían un apoyo durante la validación e iteraciones que evidencien el avance y que sobre todo se fortalezca de manera visual el concepto creativo.
6. A través del estudio y análisis de los medios de comunicación con los que se cuenta actualmente, se implementaron nuevas formas de comunicación funcionales para la institución con el apoyo del diseño gráfico, por lo que se aprendió de formatos, medidas y ajustes necesarios para una comunicación adecuada a través de estos canales.

7. Fue necesario investigar e implementar herramientas de validación que serían utilizadas con el grupo objetivo y expertos en el tema, para medir la calidad y funcionalidad de las piezas propuestas, esto ayudó a encontrar soluciones adecuadas para que el diseñador gráfico pudiera mejorar la pieza de diseño y sobretodo sea funcional para el usuario.

8. Se aprendió a hacer un uso adecuado de las redes sociales por las que se comunicaría la institución con su grupo objetivo, esto debido a que en las plataformas digitales es totalmente diferente que el uso de material de medios impresos.

9. Se aprendieron e implementaron nuevos métodos de conceptualización en los que se involucrara la investigación a profundidad y la intervención del grupo objetivo para obtener un concepto creativo que se adecue a la personalidad de la institución y el grupo objetivo se sienta identificado con ello.

10. Se aprendió a aprovechar las distintas herramientas de comunicación a distancia como Google Meet. Se pueden llevar a cabo entrevistas con el grupo objetivo, esto debido a las medidas de seguridad que conllevó la pandemia del COVID-19

Conclusiones

Con las conclusiones se finaliza el proceso de desarrollo del informe del proyecto de graduación, punto en el cuál el proyectista ya ha obtenido nuevos conocimientos y con los cuales podrá medir la eficiencia de las piezas desarrolladas en base a los objetivos definidos al inicio del proyecto con los que se buscó apoyar a la comunicación y divulgación de la institución ante su grupo objetivo.

1. Desde el inicio se establecieron junto a la institución, cuáles serían los puntos de mayor interés para difundir información de la institución, por lo que el proyecto aborda estos temas a través de las piezas diseñadas.

2. Con el apoyo de las piezas desarrolladas será posible el comunicar de manera eficiente cuál es la labor de la institución, cuál es la historia de la misma y en donde se encuentra ubicado para que el grupo objetivo interesado en la arqueología guatemalteca pueda tener un acercamiento a la institución.

3. Gracias a las piezas desarrolladas se cumplirá con el objetivo de educar a la región de La Democracia, Escuintla respecto a la historia de las piezas que son exhibidas tanto dentro como fuera de las instalaciones y poder dar a conocer esta civilización que ocupó el territorio guatemalteco.

4. Se dará a conocer un espacio cultural del país que se ha dedicado a la preservación de piezas arqueológicas que forman parte del patrimonio cultural teniendo un eficiente y alto impacto a través de los medios de comunicación digital.

5. Con el material desarrollado se apoyará a entidades educativas para promover el aprendizaje de la cultura local, conociendo sobre la historia de la misma y la adecuada preservación.

Recomendaciones

Para este apartado, se brindarán recomendaciones a la institución y a posibles estudiantes de diseño gráfico que se vean involucrados en el proyecto en cuanto a modificaciones e implementación de nuevas piezas en la línea que se ha trabajado en este proyecto.

Al Museo Regional de Arqueología Rubén Chévez van Dorne:

1. Se recomienda que para la implementación de las piezas en medios digitales, se acople al instructivo brindado por el proyectista, el toolkit, en donde se define cada pieza como debe ser implementada, el texto a redactar para cada publicación en redes sociales, en que fechas es recomendable realizarlo y sobretodo las adaptaciones que se han realizado para cada plataforma digital según el formato.
2. Si se desea aplicar algún tipo de cambio, se recomienda que sea realizado por un profesional en diseño gráfico con las habilidades en animación 2D en After Effects, en donde también se deja los documentos editables y recursos para apoyo de este proceso.
3. Incentivar a los centros educativos con quienes tienen comunicación directa, a divulgar el material compartido por redes sociales, para que más personas de la región pueda reconocer el trabajo realizado por el museo,

además de incentivar a que sean parte de la experiencia de las piezas diseñadas que fueron realizadas para brindar información y datos importantes de las piezas que se encuentran dentro del museo.

Estudiante de diseño gráfico:

1. El uso de imágenes ha sido a partir del banco de fotografías generado por el proyectista por lo tanto se utilizan fotografías exclusivas para el museo, se recomienda que para generar nuevas piezas se proyecte la misma filosofía para seguir fomentando las piezas que en el museo podrán encontrar y los usuarios las conozcan.
2. El tipo de animación, en donde se va revelando la imagen de las piezas, está estructurado bajo el concepto creativo, por lo tanto al realizar modificaciones o nuevas piezas sobre esa línea gráfica, mantener la idea evocada para fortalecer visualmente y unificar las piezas desarrolladas.
3. Para modificaciones o nuevas publicaciones se recomienda el uso de las herramientas digitales de diseño para lograr mejores resultados y vincular este proceso que es el primer acercamiento en redes sociales para la institución.

Referencias Bibliográficas

- A** Aceña, María y Menchú, Walter. 2019. El sistema educativo de Guatemala. Guatemala: Cien. <https://cien.org.gt/wp-content/uploads/2019/05/Educacio%CC%81n-y-Tecnologi%CC%81a-documento-final.pdf>
- Arroche, Karin. 2021. Historia de la arqueología en Guatemala. Guatemala: Guatemala.com. <https://aprende.guatemala.com/historia/historia-arqueologia-guatemala/>
- C** Carpio, Edgar y Martínez, Horacio. 2015. El desarrollo de la arqueología guatemalteca en los últimos 20 años: Definiendo una arqueología propia. Guatemala: Escuela de Historia, USAC. <https://core.ac.uk/download/pdf/268612494.pdf>
- Chévez, Rubén. 1999. Cultura Monte Alto. Guatemala: Ministerio de Cultura y Deportes.
- Crisóstomo, Luis. 2020. Educación en el nivel medio. Guatemala: Caminante USAC. <http://caminante.usac.edu.gt/index.php/2020/01/09/educacion-en-el-nivel-medio/>
- G** Gomes, Fabio. 2019. Medios digitales: descubre qué son y cómo gestionarlos para generar resultados en una estrategia de mercadotecnia. Guatemala: Rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/>
- L** Llasera, Jaime. 2020. Los 7 elementos visuales clave del diseño gráfico. España: Imborrable. <https://imborrable.com/blog/elementos-visuales-diseno-grafico/>
- M** Muñoz, Leidy. 2012. Las construcciones de autoridad en el aula y su interrelación con los procesos de enseñanza. Colombia: Universidad Nacional de Colombia. <https://web.archive.org/web/20180205001909/http://www.bdi-digital.unal.edu.co/8928/1/04868196.2012.pdf>

P Perea, Ilka. 2019. Códigos en el Lenguaje Visual para Diseño Gráfico. Madrid: Ilka Perea Studio. <https://ilkaperea.com/es/2019/06/25/codigos-en-el-lenguaje-visual-para-dise-no-grafico/>

S Shum, Yi. 2020. Situación digital, internet y redes sociales Guatemala 2020. Guatemala: Yi Min Shum. <https://yi-minshum.com/social-media-guatemala-2020/>

Shum, Yi. 2021. Situación digital, internet y redes sociales Guatemala 2021. Guatemala: Yi Min Shum. <https://yi-minshum.com/redes-sociales-guatemala-2021/>

Spross, Verónica. 2021. Consecuencias de la Pandemia en educación. Guatemala: Cien. <https://cien.org.gt/index.php/consecuencias-de-la-pandemia-en-educacion/>

V Vela, Claudia. 2008. Evaluación de la enseñanza de la arqueología en centros educativos guatemaltecos. Guatemala: Universidad del Valle de Guatemala. <https://www.asociaciontikal.com/simposio-22-ano-2008/012-vela-08-doc/>

Vélez, Fernando. 2019. La arqueología en Guatemala, la ciencia social. Guatemala: Estudio Digital. <http://iihaa.usac.edu.gt/revistaestudios/index.php/ed/article/view/330>

Anexos

Aspectos	Si	No	¿Por qué?
Jerarquía	✓		Si, en las piezas se evidencia la jerarquía entre titulares, cuerpo de texto e iconografía, lo cual permitirá al lector tener un recorrido visual de lectura que haga comprensible el mensaje que se desea transmitir.
Simetría	✓		Si, las piezas tienden a estar en el centro del arte, conteniendo en la parte superior el mensaje y en la parte inferior la imagen que complementa el texto.
Singularidad	✓		Si, en el los medios de comunicación digitales de otros museos o instituciones gubernamentales no se encuentra presente la intervención de un diseñador gráfico para comunicar de manera eficiente y atractiva sus servicios.
Memorabilidad	✓		Si, los usuarios al ver las publicaciones recordarán la institución que ofrece el servicio debido a que estas piezas exhibidas fuera de la institución forman parte del día a día .
Adaptabilidad	✓		Si, las piezas pueden ser adaptadas desde los medios digitales a medios impresos.
Vigencia	✓		Si, las piezas podrán ser utilizados por un plazo de tiempo aproximado de un año, para que la institución pueda planificar nuevas actividades que necesiten ser comunicadas a sus usuarios.
Legibilidad	✓		Si, las piezas a diseñar podrán ser visualizadas desde una pantalla de televisor, computadora e inclusive un teléfono celular.
Atractivo visual	✓		Si, la campaña publicitaria está centrada en el grupo objetivo tomando en cuenta tendencias del diseño que capte la atención del usuario.
Compatibilidad semántica	✓		Si, la campaña esta centrada en llamar la atención del grupo objetivo a raíz de su contexto diario, en base a esto se dará a conocer más del museo que se desconoce.
Tipografía	✓		Si, la tipografía fue elegida por su facilidad de lectura en pantallas de dispositivos móviles y se apega al concepto creativo, la morfología de la tipografía empleada en titulares fue elegida en inspiración por las pinturas y piezas exhibidas en el museo.

Imagen 01. Tabla de costos producción de piezas gráficas. Rodolfo de León. 2021

Aspectos	Si	No	¿Por qué?
Reticula	✓		Si, la reticula modular permite la correcta distribución de todos los elementos que son necesarios en las piezas a diseñar, también permite crear nuevas propuestas o variantes de una misma pieza.
Selección cromática	✓		Si, la paleta cromática fue extraída del entorno en el que se encuentra el grupo objetivo y donde se encuentran las piezas exhibidas del museo.
Composición	✓		Si, todas las piezas que se encuentran dentro de las piezas transmiten un mensaje puntual, estos elementos pueden existir sin que todas las piezas estén dentro de un mismo arte y no altera el mensaje que se desea transmitir. Los elementos empleados pueden ser utilizados tanto en medios digitales como en medios impresos.
Recorrido Visual	✓		Si, las piezas tienen un recorrido visual desde el titular, cuerpo de texto, imagen y contacto.
Fotografía	✓		Si, la fotografía es un elemento de importancia en las piezas diseñadas ya que sin estas el mensaje no sería claro.
Calidad gráfica	✓		Si, las piezas diseñadas muestran una alta calidad gráfica en el tratamiento de la fotografía, distribución de los elementos y manejo de la tipografía para que el mensaje sea comprensible.
Iteraciones	✓		Si, es evidente la experimentación durante el proceso de bocetaje hasta la obtención de la pieza final.
Grupo Objetivo	✓		Si, las piezas diseñadas fueron pensadas en la facilidad de comprensión del grupo objetivo con colores que sean agradables y se encuentren dentro de su contexto.
Piezas gráficas	✓		Si, las piezas serán entregadas con un cronograma en el que se explique cuál será el uso de las mismas, tiempos de publicación y medios de difusión.
Guía metodológica	✓		Si, el proceso para la realización de las piezas gráficas siguió los pasos requeridos para la obtención de un material adecuado a las necesidades de comunicación de la institución, el concepto creativo trabajado para la campaña fue implementado en los elementos que conforman las piezas y de esta manera tenga unidad visual.

Imagen 02. Tabla de costos producción de piezas gráficas. Rodolfo de León. 2021

EVALUADOR: Carlota Callejas					
Contenido y Mensaje	Aplicación en Medios	Interacción	Calidad técnica	Calidad Gráfica	Total
pts	pts	pts	pts	pts	pts
2	0.5	0.5	1	2	6

Comentarios: Descubrir la variedad de formatos que te ofrecen las plataformas digitales. Explorar tu paleta de color en contraste con tu contenido. Buscar referencias digitales. acortar copies en piezas.

Imagen 03. Comentarios validación Carlota Callejas. Rodolfo de León. 2021

EVALUADOR: José Carlos Molina					
Contenido y Mensaje	Aplicación en Medios	Interacción	Calidad técnica	Calidad Gráfica	Total
pts	pts	pts	pts	pts	pts
2	1	0.5	2	1.5	7

Comentarios: Mejorar y aproximar la paleta de colores al grupo objetivo y que sea coherente con las decisiones previas que has tomado. A nivel tipográfico, definir bien qué quiere comunicar; si un look más institucional formal o «como en tus referencias» un look más rústico que hace referencia a las piezas arqueológicas. Finalmente creo que lo más importante es indagar cómo es que contiene contenido tu grupo objetivo, qué tipo de lenguaje les habla y si tipo de narrativa al que están acostumbrados (la narrativa que provienen las mismas por siempre, o el storytelling breve de los títeres por mencionar otro) para ver que la función de eso y poder aplicarlo de forma efectiva y no solo hacer copia infame con una gráfica institucional.

Imagen 04. Comentarios validación José Carlos Molina. Rodolfo de León. 2021

EVALUADOR: Wendy Herrera					
Contenido y Mensaje	Aplicación en Medios	Interacción	Calidad técnica	Calidad Gráfica	Total
pts	pts	pts	pts	pts	pts
1.5	0.5	0.5	1.5	2	6

Comentarios: Te recomiendo la paleta de colores primaria. Mejorar los contrastes. (comentarios colocados en la encuesta)

Imagen 05. Comentarios validación Wendy Herrera. Rodolfo de León. 2021

Validación key visual

A continuación se te solicita que califique del 1 al 5 diferentes aspectos de la pieza presentada anteriormente, siendo 5 Satisfactorio y 1 Insatisfactorio

¿Es perceptible el concepto creativo en los códigos visuales empleados?

1 2 3 4 5

Insatisfactorio Satisfactorio

Existe contraste entre los elementos

1 2 3 4 5

Insatisfactorio Satisfactorio

Imagen 05. Instrumento de coevaluación con expertos. Rodolfo de León. 2021

Es evidente la jerarquía tipográfica en los textos empleados dentro de la composición

1 2 3 4 5

Insatisfactorio Satisfactorio

¿Las tipografías empleadas facilitan la lectura de toda la información?

1 2 3 4 5

Insatisfactorio Satisfactorio

¿Es perceptible un equilibrio en la composición tipográfica?

1 2 3 4 5

Imagen 06. Instrumento de coevaluación con expertos. Rodolfo de León. 2021

¿Representan un equilibrio visual los elementos empleados en el arte? Siendo fotografía, tipografía, iconografía y logotipo.

1 2 3 4 5

Insatisfactorio Satisfactorio

¿Es evidente la aplicación de una retícula para distribuir los elementos?

Sí

No

De haber sido Sí la respuesta anterior, ¿Considera que la distribución de los elementos es adecuada para tener un recorrido visual claro?

1 2 3 4 5

Insatisfactorio Satisfactorio

Imagen 07. Instrumento de coevaluación con expertos. Rodolfo de León. 2021

¿El tratamiento fotográfico es adecuado según el concepto creativo?

1 2 3 4 5

Insatisfactorio Satisfactorio

¿La paleta cromática es adecuada según el concepto creativo, grupo objetivo al que se dirige y temática de la institución?

1 2 3 4 5

Insatisfactorio Satisfactorio

Utiliza este espacio para describir puntos a mejorar.

Tu respuesta _____

Imagen 08. Instrumento de coevaluación con expertos. Rodolfo de León. 2021

Utiliza este espacio para describir puntos a mejorar.

3 respuestas

Me parece mejor opción la paleta cromática principal, mejorar contraste, que las piezas griten. Buscar un protagonista en tu pieza para que ahí se dirija el punto central y parta toda tu información.

Descubrir la variedad de formatos que te ofrecen las plataformas digitales. Explorar tu paleta de color en contraste con tu contenido. Buscar referencias digitales, acortar copias en piezas. Recordar siempre la frase "Mobile first"

En cuestión de textos:

- La fuente tipográfica de las redes sociales al final parecen un poco delgadas, no sé si este key visual se imprimirá o se usará en redes, pero en ambos casos recomiendo una versión más regular, semibold o bold.
- No estoy seguro de cuántas familias tipográficas estés usando, quizá son dos y la sans serif es la que está en diferentes pesos, colores y modalidades. Me agrada el hecho que a pesar de la variabilidad, haya un equilibrio en toda la composición; sin embargo, consideraría evaluar reducir algunas variantes de la type, por ejemplo, la pregunta "¿Qué son?" tiene varios niveles de énfasis: es anaranjada, es bold y está slanted...quizá solo uno de estos recursos son suficientes en lugar de los tres al mismo tiempo.

En cuestión de color:

- La primera paleta creo que alude más a la juventud del grupo objetivo, puede que haga más atractivo el contenido histórico de las redes del museo.

Imagen 09. Comentarios realizados por expertos durante la coevaluación de las piezas diseñadas. Rodolfo de León. 2021

Desarrollo del Proyecto	Horas	Costo por hora	Costo
Investigación	24hrs	Q80.00	Q1,920.00
Planeación Operativa	32hrs	Q80.00	Q2,560.00
Definición Creativa	39hrs	Q80.00	Q3,120.00
Producción gráfica	250hrs	Q95.00	Q23,750.00
Validación gráfica	20hrs	Q80.00	Q1,600.00
Elaboración de artes finales	60hrs	Q85.00	Q5,100.00
Subtotal	425hrs		Q38,050.00
Insumos utilizados			Q20,744.20
Total			Q58,794.20

Imagen 10. Tabla de costos producción de piezas gráficas. Rodolfo de León. 2021

Pieza	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Piezas expectativa Facebook	3	Q200.00	Q600.00
Piezas expectativa Instagram	3	Q200.00	Q600.00
Video ubicación Facebook	1	Q200.00	Q200.00
Total	7 piezas		Q1,400.20

Imagen 11. Tabla de costos de reproducción de piezas gráficas. Rodolfo de León. 2021

Lilian Patricia Guzmán Ramírez

Licenciada en Letras por la USAC
Colegiada activa 7596

patricia.guzman2014@gmail.com
Cel.: 55652717

Guatemala, 20 de julio de 2022.

Arquitecto
Sergio Castillo Bonini
Decano en funciones
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimados señores:

Atentamente hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación **Diseño y desarrollo de estrategia de comunicación digital para promover en docentes y jóvenes estudiantes la visita al Museo Regional de Arqueología "Rubén Chévez van Dorne" en La Democracia, Escuintla** del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico **Rodolfo Antonio De León** de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, quien se identifica con carné universitario **201701373**, previamente a conferírsele el título de Diseñador Gráfico en el grado académico de Licenciado.

Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron 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,



Lilian Patricia Guzmán Ramírez
LICDA. EN LETRAS
COLEGIADA No. 7596

Lilian Patricia Guzmán Ramírez
Licenciada en Letras

***"Diseño y estrategia de comunicación digital para promover en docentes y jóvenes estudiantes la visita al Museo Regional de Arqueología "Rubén Chévez Van Dorne",
La Democracia, Escuintla"***

Proyecto de Graduación desarrollado por:

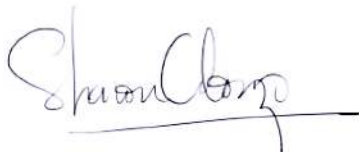


Rodolfo Antonio de León

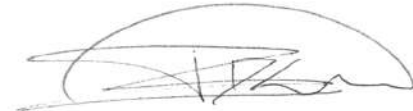
Asesorado por:



Lic. Axel Gabriel Flores Menéndez



Licda. Sharon Yanira Alonzo Lozano



Lic. Edwin Rolando Pérez Robles

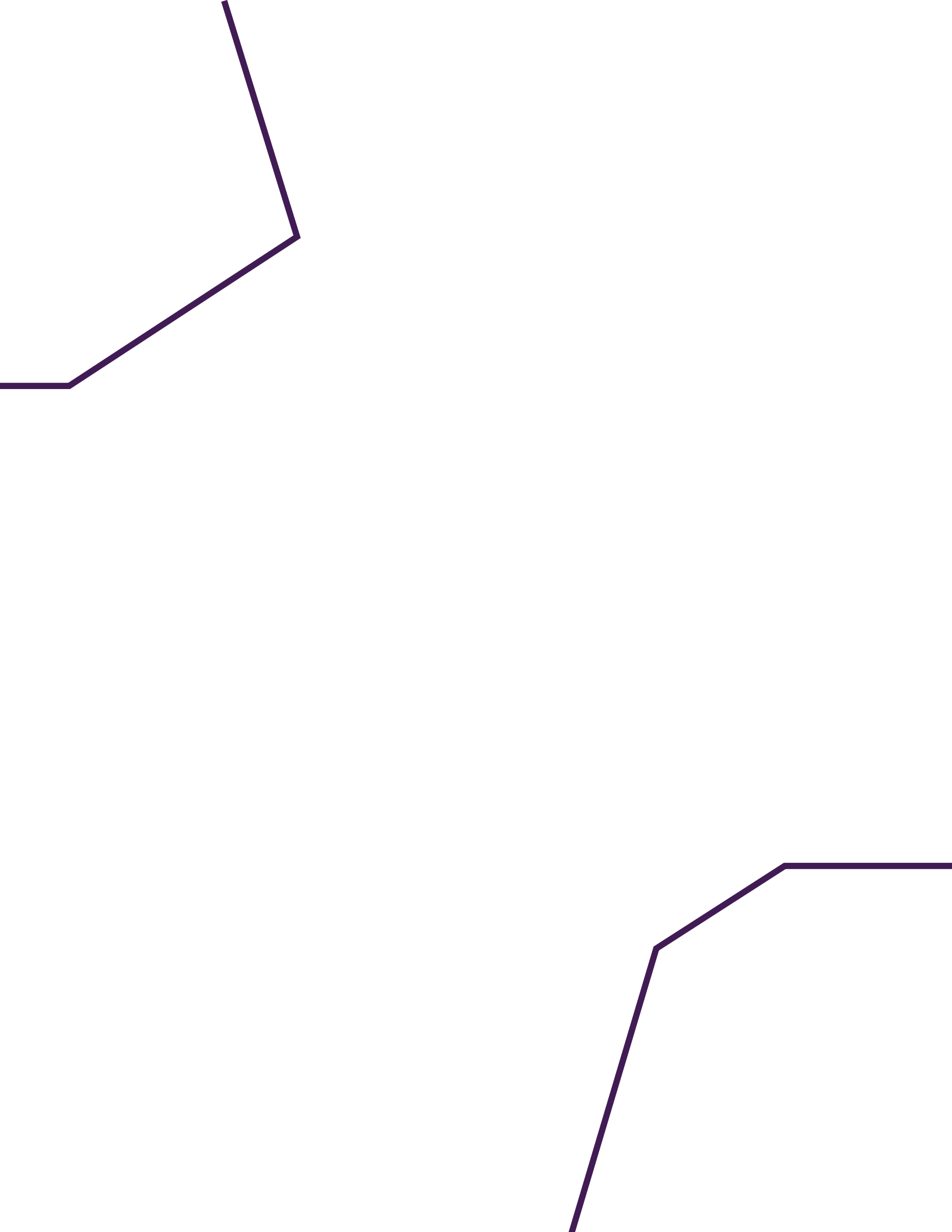
Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

Decano





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA