



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Diseño de imagen gráfica institucional para el
Museo Nacional de Historia

Por Jorge Alejandro Quiñónez Reyes

Previo a optar por el título de
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, agosto 2018



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Diseño de imagen gráfica institucional para el
Museo Nacional de Historia

Por Jorge Alejandro Quiñónez Reyes

Previo a optar por el título de
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, agosto 2018

El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos

Nómina de autoridades

Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos
Secretario Académico

Arq. Gloria Ruth Lara de Corea
Vocal I

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal II

Msc. Arq. Alice Michele Gómez García
Vocal III

Br. María Fernanda Mejía Matías
Vocal IV

Br. Lila María Fuentes Figueroa
Vocal V

Tribunal examinador

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos
Secretario Académico

Lic. Marco Antonio Morales
Asesor metodológico

Licda. Isabel Meléndez
Asesora gráfica

Lic. Miguel Álvarez
Asesor externo



Presentación	7
Capítulo 1. Introducción	8
Identificación de la necesidad de comunicación visual	10
Justificación	11
Objetivos	14
Capítulo 2. Perfiles	16
Perfil de la institución	18
Grupo objetivo	23
Capítulo 3. Definición creativa	26
Estrategia de aplicación de la pieza a diseñar	28
Informe creativo	30
Insight	32
Concepto creativo	35
Línea gráfica y premisas de diseño	38





Capítulo 4. Planificación operativa	42
Flujograma	44
Cronograma de actividades	45
Capítulo 5. Marco teórico	46
El lugar donde la historia se hace presente y se olvida	48
La importancia de la imagen corporativa en un museo	52
Capítulo 6. Producción gráfica y evaluación	58
Capítulo 7. Lecciones aprendidas	100
Capítulo 8. Conclusiones y recomendaciones	106
Fuentes consultadas	110
Anexos	116



Presentación

Actualmente, el diseño gráfico es una disciplina que no se encuentra posicionada en el medio social guatemalteco. Suele confundirse con otras profesiones afines al arte, como la arquitectura o el manejo de programas de edición. Las principales causas suelen ser el desconocimiento de su campo de trabajo y su cuestionado aporte al desarrollo sociocultural.

Desde 1986, la Universidad de San Carlos de Guatemala, en conjunto con la Facultad de Arquitectura y la Escuela de Diseño Gráfico, han buscado revertir este desconocimiento con la creación y ejecución de un proyecto de graduación conocido como Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), el cual pretende demostrar los conocimientos, habilidades y técnicas que la carrera ofrece a los estudiantes. Dicho proyecto busca de manera activa apoyar a instituciones de carácter social, educativo o gubernamental para que aprovechen las diferentes circunstancias que el Diseño Gráfico ofrece. Estas posibilidades pueden ser la creación, reinención o mejora de elementos visuales utilizados por dichas instituciones y que, eventualmente, buscan la calidad de materiales gráficos. Así se les brinda apoyo para alcanzar las visiones, metas y objetivos requeridos. Estos aportes demuestran la necesidad social que satisface actualmente el Diseño Gráfico.

El siguiente informe demuestra los procesos de investigación, diagnóstico y determinación sobre los conceptos creativos acordes a las necesidades pertinentes sobre la institución seleccionada y sus grupos objetivos. También se proporcionan datos sobre la actualización de la señalética, la creación de la papelería básica y el establecimiento de la imagen institucional suministrada al Museo Nacional de Historia de Guatemala.

Capítulo 1
Introducción





Antes de iniciar todo proceso de diseño se comienza con un proceso de investigación, en el cual se busca encontrar e identificar posibles oportunidades en las cuales el diseñador gráfico pueda intervenir. Para ello, se recurre a una serie de pasos que van desde la búsqueda de una sede que pueda albergar un proyecto de diseño, hasta el planteamiento de diferentes objetivos de comunicación y diseño que se espera cumplir al final de dicho proyecto.



Identificación de la necesidad de comunicación visual

Un museo es una institución que busca apoyar la educación a través de la exposición de objetos históricos que marcaron una época y una cultura en un tiempo completamente diferente. Tales objetos se encuentran acompañados de una breve descripción que la ubica dentro de un tiempo histórico, además de contener información de lo que se puede observar. Por tanto, ir a un museo que carece de este tipo de elementos básicos dentro del recorrido, es completamente inaceptable.

Si bien el Museo Nacional de Historia posee dichos elementos —llamados cédulas— existe cierta inconsistencia entre las diferentes cédulas repartidas por todo el museo, en cuanto a tamaño, color, material y tipografía. Esto no ocurre solamente con dichas piezas gráficas, sino también con la señalética básica dentro de la institución.

La dispersión de la línea gráfica en las instalaciones del museo conlleva a que los usuarios no se sientan cómodos dentro de las mismas, por lo cual no vuelven a visitar el museo y, en el peor de los casos, recomiendan no visitarlo. Tampoco existe una memorabilidad de la institución, porque no hay una línea gráfica que marque una imagen clara de la misma.

Todo esto conduce a detectar la necesidad de establecer un estándar y una regulación para las diferentes piezas gráficas dentro del museo, como parte de la mejora de la experiencia del usuario y el reconocimiento y memorabilidad del lugar.

Justificación

Al establecer un estándar y regulación para las piezas gráficas que se encuentran en el Museo Nacional de Historia, se puede mejorar la forma en la que el grupo objetivo percibirá a la institución. Además, dentro de los aportes del diseño gráfico se encuentra una mayor facilidad para reconocer y recordar gracias a la identidad corporativa.

Incidencia del diseño gráfico

Se creará un sistema que regule cómo se crearán las piezas impresas más comunes por parte del Museo Nacional de Historia. Comprende una paleta de colores, una tipografía institucional, la colocación de su logotipo en las diferentes piezas y plantillas para publicaciones en medios digitales.

Estos tipos de lineamientos serán de gran ayuda para mejorar la percepción, memorabilidad y atracción de los usuarios hacia las diferentes piezas gráficas que encontrarán al recorrer el museo. A la vez, comprenderán mejor la información gracias a una mayor claridad y consistencia de los elementos antes mencionados. Todos estos son los aportes que se harán desde el diseño gráfico.

De no llevarse a cabo, el problema continuará como hasta ahora. Se seguirán creando piezas de la forma que cada quien considere adecuada; no existirá una regulación con respecto a una tipografía institucional y, al final, se seguirá viendo como un enorme collage con diferentes piezas y sin una línea gráfica establecida.

Trascendencia del proyecto

Lo que se espera lograr con la primera parte del proyecto es ayudar a la institución a lograr su misión y objetivos. Se justifica por la cadena de influencias que se podrán ver y se desarrollarán en la ejecución del proyecto.

El diseñador se convierte en el primer eslabón de la cadena. Su trabajo comienza con la detección de la necesidad y la explicación de la misma a las autoridades de la institución. Sigue con la ejecución y puesta en marcha del proyecto para satisfacer dicha necesidad.

Los primeros en ser afectados serán la institución —de manera completamente directa— y el grupo objetivo, que frecuenta las instalaciones del museo. En este punto, se puede diversificar el siguiente nivel de influencia en dos diferentes caminos, entre los que se encuentran ambos afectados.

Primero se analizará la institución, lo que puede repercutir en otras instituciones al alentar una competencia sana para mejorar la imagen corporativa de las mismas. Otros afectados podrían ser diferentes instituciones educativas y culturales que, al percatarse acerca de los cambios llevados a cabo dentro de la misma, buscarán acercarse más a la institución, conocerla y llevar a cabo proyectos. Este nivel de influencia es puramente administrativo.

En cuanto al segundo afectado dentro del segundo nivel, que es el grupo objetivo, se puede decir que existiría una diversificación de publicidad de boca a boca dentro de los mismos. Podrían invitar a más personas a visitar las instalaciones, haciendo que la institución ocupe un lugar en el subconsciente de los posibles usuarios que visitarán el lugar.

Como último nivel de influencia están los turistas. Si bien no son las personas que buscan atender principalmente en el museo, se verán beneficiados con los cambios que se llevarán a cabo.

Factibilidad del proyecto

Tomando en cuenta el tiempo establecido para realizar el proyecto, se estima que sí se pueden incluir temas con respecto a señalética (reformación) y plantillas para medios digitales. Antes de comenzar, se tiene previsto realizar una lista de cotejo acerca de las cosas más importantes, para priorizarlas dentro del proyecto. Se dejará al final las cosas que podrían ser un segundo proyecto dentro de la institución o que puedan alargar el proyecto más allá del tiempo establecido para poder llevarlo a cabo.

El proyecto se encuentra en planificación desde el primer momento que se hizo contacto con el museo Nacional de Historia. Sin dudarlo, abrieron sus puertas al diseñador y se mostraron interesados y entusiasmados con la ejecución del proyecto. Son bastante abiertos con la información cuando se les es solicitado, además de que la brindan de una manera fácil y rápida. Además, son claros en decir cuáles son los límites que no se deben cruzar, porque eso ya no dependería de ellos si no de alguien más arriba; entonces, prefieren que las cosas se arreglen dentro de la institución. Además de eso, son conscientes de las necesidades que poseen y siempre buscan la forma de poder apoyar al practicante.

Como practicante, se encuentra el compromiso de ejecutar y finalizar el proyecto en buenos términos, para lo cual se espera contar con elementos importantes como la puntualidad, el profesionalismo y la sinceridad sobre lo que se puede y no se puede realizar. Sin embargo, a pesar de que la institución cuenta con todo el entusiasmo para llevar a cabo el proyecto, carece de las instalaciones adecuadas para apoyar al practicante con un lugar y equipo apropiados. Por tanto, el practicante pondrá su mobiliario y equipo para trabajar.

La Universidad de San Carlos es una pieza fundamental, ya que guiará al practicante en todo el proceso, a través de los asesores docentes que conocen y saben qué es lo mejor en estos casos. Además, brindará el equipo para que pueda trabajar y, lo más importante, el acompañamiento técnico sobre lo que se debe y no se debe hacer en este camino.

Objetivos

Objetivo general

- Rescatar y difundir el patrimonio cultural histórico nacional a través de la mejora de la identidad corporativa del Museo Nacional de Historia.

Objetivo de comunicación visual institucional

- Mejorar la orientación que se brinda a los visitantes dentro de las instalaciones del museo, a través de una actualización de la señalética e información impresa acerca de las piezas expuestas.

Objetivo de diseño

- Crear un material gráfico a partir del conocimiento de casos análogos de instituciones similares para estandarizar y mejorar la calidad de piezas gráficas creadas por el Museo Nacional de Historia.

**“Toda la gloria proviene
de atreverse a comenzar”**

Eugene F. Ware

Capítulo 2

Perfiles





Una vez encontrada una institución que acoja al estudiante y a su proyecto, es importante conocer desde su perfil histórico hasta los servicios y actividades que ofrece actualmente.

Pero el proceso no termina allí: también es importante conocer quienes serán los beneficiarios directos del proyecto, es decir, el grupo objetivo, para tomar las mejores decisiones al momento de desarrollar el proyecto.



Perfil de la institución a apoyar

Nombre de la institución: Museo Nacional de Historia

Sector social al que pertenece: Educación.

Correo electrónico: museonacionaldehistoria@gmail.com

Teléfono: (502) 2253 6149

Horario: lunes a viernes 9:00 a 17:00 horas.

Admisión: visitantes nacionales, Q5.00; extranjeros Q50.00. Estudiantes de escuelas e instituciones nacionales: gratuita.

Ubicación: 9 calle 9-70 zona 1, Centro Histórico.

Historia

En la Ciudad de Guatemala, uno de los pocos edificios que quedaron en pie después de los terremotos de 1917 y 1918 fue el del Registro de la Propiedad Inmueble, construido en el barrio de Santa Rosa en un terreno que había sido utilizado como huerta por el Colegio Tridentino. Está ubicado en la cuadra 79, actual 9ª calle y 10ª avenida de la zona 1, sector de importancia económica, cultural y política de aquella época.

La construcción del edificio —diseñado para contar con todo tipo de seguridad contra agua, fuego, pérdidas y deterioro de valiosos documentos— se inicia el 15 de septiembre de 1894. Su inauguración fue el 16 de septiembre de 1896.

Sus cimientos profundos fueron construidos a base de ladrillos. Las paredes llegaron a tener hasta un metro de espesor en los exteriores y un mínimo de 0.60 metros en los interiores. Las estructuras de los muros fueron reforzadas con hierro y unidas por medio de tirantes. La tendalera de los entrepisos también fue construida con hierro. Se colocó madera únicamente en donde fuera absolutamente necesario, por ser un material combustible.

En el segundo nivel se colocó cielo falso, el cual fue fabricado con mezlón sobre malla metálica y perfiles de hierro. Se le dio un acabado liso rematado contra la pared con una moldura de estuco.

La portada de ingreso tiene una escalinata de mármol procedente de canteras nacionales y es aquí donde se usan por primera vez. Los mármoles fueron labrados en los talleres de Granai y luego montados en los muros. Las cornisas, molduras, remates, frisos, piedras falsas y otros elementos sencillos fueron realizados sobre la pared por estucadores extranjeros.

Las ventanas del sótano están aseguradas con vidrio, tela metálica y balcones. El patio central está techado con una cubierta de vidrio sostenida por una estructura de acero. La cubierta y las escaleras helicoidales de hierro fueron hechas en los talleres Ayau.

Los cancelos, también de hierro, fueron elaborados en los talleres A. Witting. Todos estos detalles resaltan la innovación en el uso de materiales de construcción y el diseño, con lo que se logró un edificio de gran calidad y funcionalidad.

Este estilo arquitectónico planteaba un nuevo concepto de espaciamento que pudiera cumplir con las necesidades que la industria de la época requería. Se retomaron estilos históricos y se introdujo el llamado “eclecticismo”. El edificio de estilo “neo-renacentista francés”, con costo aproximado de 200 mil pesos, está elevado 14 metros desde la acera (más 1.50 metros que tiene el sótano abovedado) sobre una planta de 742.72 metros cuadrados.

Su fachada, simétrica y plana con salientes poco resaltados, tiene tres secciones horizontales que corresponden a los tres niveles en su interior. Cada uno está rematado con cornisas que en cada piso aumentan de complejidad, al mismo tiempo que su altura y ornamentación. En la sección del sótano predomina un zócalo sencillo.

Verticalmente se divide en cinco secciones a manera de torreones colocados en cada una de las esquinas del edificio. En medio de dos torreones sobre la 9ª calle, se encuentra la portada.

Las ventanas están ubicadas una sobre otra y, al igual que las cornisas, su ornamento va en aumento.

Sus espacios interiores, perpendiculares a la fachada, se alteran únicamente por la escalera helicoidal que ocupa el espacio poniente al ingreso. Este, con la escalinata de mármol, tiene una doble altura. Frente a ella se encuentra el patio de honor, que puede albergar a 300 personas. Cuenta con dos amplias tribunas en el piso superior y está ubicado aparentemente en el centro del edificio, que es también un espacio de doble altura con cuatro columnas de acero que soportan los pasillos del segundo nivel y salen desde el sótano. Este patio era utilizado como salón de conferencias y reuniones. Está circulado por pasillos que separan por medio de arcos y vidrieras.

Para los terremotos de 1917-1918, el edificio sufre algunos daños de poca consideración, especialmente en el muro de la fachada oriente. Sin embargo, el terremoto de 1976 lo destruyó en un 50 por ciento, por lo que el Registro de la Propiedad Inmueble no pudo seguir funcionando en ese lugar. Entonces se dispuso destinar tal sitio para la construcción de un estacionamiento del Congreso y demoler aquel “edificio viejo”.

A principios de la década de los ochenta, la licenciada Magda de Hernández y el cronista de la ciudad, licenciado Miguel Álvarez, lograron que el edificio fuera respetado por considerarse representativo de un testimonio real de las manifestaciones arquitectónicas de fin del siglo XIX, y que se incluyera en el Patrimonio Cultural de la Nación. Por poseer un valor artístico e histórico —ya que es en esta época cuando se gestan los movimientos que darán lugar a la arquitectura contemporánea del país— el Organismo Ejecutivo emite el acuerdo número 13, de fecha 5 de julio de 1981, donde se asigna este edificio al Ministerio de Educación para albergar el Museo Nacional de Historia, que desde su fundación en 1934, no poseía edificio propio.

Misión

Mostrar y enseñar la historia del país desde la realidad de los distintos grupos étnicos y sociales de la nación para colaborar en la formación de nuestra propia identidad. La razón del Museo Nacional de Historia debe ser la exposición de la verdadera y real historia del país, a través de sus diferentes épocas, para conocer los valores históricos y practicarlos.

Visión

Somos un museo que narra la historia de Guatemala a través de montajes museográficos y programas especiales de acuerdo con su naturaleza.

Somos una institución que pone al individuo en contacto con su realidad, de acuerdo con la naturaleza del mismo. Por lo tanto, el Museo Nacional de Historia se debe a la realidad histórica de Guatemala mediante exposiciones permanentes, temporales e itinerantes, y eventos propios.

Valores

- Respeto a la persona
- Fomento a la identidad nacional
- Compromiso con la sociedad
- Compromiso con el visitante
- Trabajo en equipo
- Mística de trabajo
- Responsabilidad
- Comunicación

Objetivos

- Coadyuvar a rescatar, recolectar, resguardar, conservar, registrar y difundir el patrimonio cultural, con la función de fortalecer los valores cívicos para afianzar la identidad nacional.
- Además de satisfacer esta necesidad de conocimientos, proporcionar la oportunidad de esparcimiento, rescatar y enriquecer el patrimonio cultural.

Proyectos estratégicos

- Capacitación laboral basada en la competencia propia del museo.
- Aplicación de la informática en el Centro de Documentación del Museo Nacional de Historia.
- Mayor cobertura institucional.
- Restauración de colecciones.
- Renovación museográfica.
- Formación profesional en materia museográfica.
- Formación profesional en materia de conservación.

Identidad visual



Grupo objetivo

Características geográficas

Residentes de la ciudad de Guatemala o municipios aledaños.

Características sociodemográficas

- Edad: entre los 10 y 25 años.
- Sexo: ambos sexos.
- Escolaridad: nivel primario, secundario, diversificado y universitario.
- Tipo de educación: estudiantes de instituciones públicas y privadas.
- Responsabilidad familiar: ninguna.
- Residencia: estudian dentro del casco urbano.

Características socioeconómicas

- No poseen ingresos a nivel laboral.
- Mayormente pertenecientes a los niveles socioeconómicos medio y bajo.
- Según el último estudio de la Unión Guatemalteca de Agencias de Publicidad (UGAP) hecho en Guatemala, el grupo se encuentra conformado por personas que pertenecen a los niveles C1, C2, C3, D1 y D2.

Características psicográficas

Niños de primaria (10 a 12 años)

- Si no prestan atención, no entenderán explicaciones.
- Responden sin pensar, sin haber escuchado por completo la pregunta o terminado de leer el texto.
- No planean lo que van a hacer.
- No piensan en las consecuencias de sus actos.
- Les cuesta aprender de sus errores o experiencias previas.
- Dejan las tareas de la escuela sin finalizar.
- No tienen organización, método ni hábito de estudio.
- Gustan de recibir gratificaciones inmediatas.
- Dependen de los adultos.
- Son atraídos por colores brillantes.
- Comprenden formas fáciles y sencillas como los animales y las figuras geométricas.
- La tipografía ideal debe ser redonda porque es de fácil lectura.

Básicos (13 a 16 años)

- No planean ni organizan su tiempo de estudio.
- A veces tienen problemas de aprendizaje
- Tienen problemas de atención e impulsividad.
- Su conducta aún no es responsable ni madura.
- Tienden a ignorar las reglas

Diversificado (17 a 18 años)

- La hiperactividad se interioriza.
- Poseen una conducta más estable.
- Inmadurez emocional.
- Aversión por la escuela.
- Siguen siendo distraídos y descuidados.

Universitario (19 a 25 años)

- Gustan de viajar y conocer otras culturas.
- No se quedan con la información que reciben: investigan.
- Poseen responsabilidad social y ambiental.
- Leer les resulta tortuoso.
- No tienen un sentido histórico.
- Tienen miedo al fracaso.

Relación entre el grupo objetivo y la institución

El grupo objetivo acude regularmente a la institución a través de un intermediario —que puede ser un profesor o su institución educativa— quien los lleva de excursión para reforzar los temas sobre la historia de Guatemala. En menor medida asisten al museo por voluntad propia. La otra razón para visitar las instalaciones es por alguna tarea con un tema demasiado específico que, en este caso, solamente la institución podría ayudar a resolver.

**“Para conocer a la gente
hay que ir a su casa.”**

Johann W. Goethe

Capítulo 3

Definición creativa





Desde la perspectiva del diseño se comienza a desarrollar un concepto creativo, el cual es una idea que servirá durante todo el proyecto como un eje central que generará los diferentes lineamientos, unidos bajo la coherencia y la línea gráfica.



Estrategia de aplicación de la pieza por diseñar

¿Qué se va a comunicar?

La historia de Guatemala a diferentes sectores de la sociedad guatemalteca y a personalidades extranjeras que buscan conocerla a través de un medio visual informativo. Se contará con personas que manejen y se desarrollen dentro del tema.

¿Para qué se va a comunicar?

Para contribuir al rescate y la difusión del patrimonio cultural histórico nacional a través de la mejora de la identidad corporativa del Museo Nacional de Historia.

¿Con qué se va a comunicar?

Con un manual de normas gráficas, el cual busca estandarizar y crear un sistema de reglas para la creación de elementos visuales dentro de la institución. Entre ellos se pueden desarrollar los siguientes, pero queda a discreción de la institución determinar cuáles son más relevantes:

- Estructura del imagotipo e isotipo
- Reserva
- Versiones
- Variaciones
- Colores institucionales
- Tipografías institucionales
- Tipografías sustitutivas
- Papelería corporativa
- Firma de correo electrónico
- Presentaciones
- Señalización
- Cédulas

¿Con quiénes se desarrollará el proceso de diseño gráfico?

La propuesta será trabajada a nivel institucional con el encargado de documentación, el guía y el director del museo. A nivel educativo, será con los catedráticos del décimo semestre de Diseño Gráfico. A nivel social, con los visitantes del museo.

¿Cuándo se realizará y utilizará la pieza de diseño gráfico?

Se elaborará entre agosto y noviembre de 2017. La institución determinará el tiempo de vida útil de las piezas y hará los cambios según lo considere necesario.

¿Dónde se utilizará la pieza gráfica?

De manera institucional e interna podrá verse reflejada en los diferentes elementos que se quedarán dentro de ella, como los mapas, señalización, cédulas, etc. De manera externa puede observarse de manera indirecta a través de la publicidad, gracias a los reglamentos establecidos por el manual de normas gráficas para piezas como las presentaciones y la papelería institucional, o bien con la simple utilización del imago tipo en diferentes eventos sociales.

Informe creativo

Nombre de la institución

Museo Nacional de Historia

Sector el que desempeña su labor

Cultural y educativo

Servicios

Exposiciones permanentes y temporales, guía dentro de las instalaciones, servicio de documentación acerca de la historia de Guatemala.

Valores de la institución

- Respeto a la persona
- Fomento de la identidad nacional
- Compromiso con la sociedad
- Compromiso con el visitante
- Trabajo en equipo
- Mística de trabajo
- Responsabilidad
- Comunicación

Ventajas sobre otras instituciones

- Es la única que maneja el tema de la historia de Guatemala desde el descubrimiento de América hasta la contrarrevolución.
- Posee artefactos de carácter histórico únicos en el país.
- Cada espacio del inmueble donde se ubica tiene algún tipo de carácter histórico.

¿En qué consiste el proyecto?

Es un manual de normas gráficas que busca crear una imagen más seria ante la sociedad guatemalteca y otras instituciones, además de crear una imagen de confianza e interés por el visitante del museo.

Objetivo del proyecto

Cambiar la imagen de la institución a través de un manual de normas gráficas.

Público objetivo***Primario***

Hombres y mujeres estudiantes comprendidos entre los 15 y 25 años, que estudian y residen en la ciudad de Guatemala o sus alrededores. Incluye varios niveles socioeconómicos.

Secundario

Sociedad en general comprendida entre los 26 y 60 años, con un trabajo estable y que buscan un lugar donde pasar la tarde un fin de semana. Muchos de ellos no tienen hijos. Incluye varios niveles socioeconómicos.

Indirecto

Turistas extranjeros que buscan acercarse a la sociedad guatemalteca a través de la historia de esta. Hay un rango indefinido de edades e incluye varios niveles socioeconómicos.

¿Cómo el proyecto puede cambiarle la vida a la gente?

Dando a conocer más de la historia del país que habitan, además de conocer a través de un viaje gráfico la historia de la sociedad a la cual pertenecen.

¿Por qué este producto es más importante que otros?

Porque se debe generar una imagen de compromiso y seriedad ante los visitantes del museo, quienes muchas veces —debido a la falta de información— consideran que las instalaciones se encuentran en mal estado o abandonadas.

¿Cómo debería sentirse el grupo objetivo con el proyecto?

Debería sentirse lo bastante cómodo para permanecer, por lo menos, más de una hora dentro de las instalaciones, además de saber ubicarse dentro y sentir cada vez más curiosidad acerca de la historia de Guatemala.

Medio en el que se planea trabajar

Impreso: cartelería, señalización, ambientación.

Insight

El *insight* es la parte creativa donde se busca encontrar un sentimiento de empatía entre el diseño y el grupo objetivo. Aunque parece sencillo, realmente es bastante complejo, debido a que es un sentimiento que el grupo objetivo posee pero no sabe que existe y está allí.

Esta parte del proceso de diseño es una de las piezas claves, debido a que si se logra desarrollar un buen insight, todo el diseño logrará despertar cierto interés tanto de atractivo visual como de comodidad para el grupo.

Se sabe que se ha desarrollado un buen concepto creativo cuando la elección de elementos visuales es sencilla, determinada y posee un trasfondo que respalde la decisión tomada. Por el contrario, si el insight no concuerda en lo más mínimo con lo que se busca desarrollar, el proceso de diseño se estanca y los resultados no serán los mejores.

Para desarrollar esta parte de diseño, en el caso específico del Museo Nacional de Historia, se emplearán diferentes herramientas de conceptualización con base en:

- Entrevistas
- Investigación
- Observación

La información recolectada fue aplicada a diferentes técnicas de generación de ideas, tales como:

- Lluvia de ideas
- Mapas mentales
- Relaciones forzadas

A continuación, las diferentes ideas que surgieron fueron ordenadas y presentadas como una figura retórica para ser mostradas a la institución. Son las siguientes:

Una ventana al pasado

Apela al sentimiento de ver hacia la forma en la cual se vivía en otras épocas, su estructura social y cultural.

Un baúl de recuerdos

Por medio de la figura retórica llamada elipsis, se busca conectar con el sentimiento de todo aquello que en el pasado ocurrió, y que pasado cierto tiempo, fue resguardado y preservado dentro de las paredes del recinto.

El inicio de nuestra sociedad

Es un eufemismo para dar a entender que todo lo que vivimos hoy no es más que un legado que fue construido a través del paso del tiempo y los diferentes acontecimientos que ocurrieron.

¿Qué sería del presente sin el pasado?

Erotema para apelar al sentimiento de que nuestra vida actual es un reflejo del pasado, de todo aquello que ocurrió y moldeó nuestro presente.

Yo soy historia

Hipérbaton para mostrar que hagamos lo que hagamos y seamos quien seamos, siempre tendremos que recorrer un camino, a través del cual cambiaremos, nuestro entorno cambiará y dejaremos una huella, al igual que la historia del país.

Guardianes de la historia nacional

Hipérbole para connotar el hecho de que en el recinto se resguarda y documenta toda la historia de nuestra sociedad, para luego presentarla nuevamente y seguir aprendiendo de lo que hemos vivido.

Los engranajes del incosciente colectivo

Es una metáfora para dar a entender que todo lo que realizamos no es otra cosa que lo que aprendemos de nuestros padres, a través de una constante educación histórica.

El futuro se encuentra en el pasado

Es un oxímoron para dar a entender que hagamos lo que hagamos, siempre estaremos atados a nuestras acciones y vivencias pasadas, y ellas serán las que guíen nuestras decisiones.

Descubre tu pasado

Sentencia para decirle al visitante la importancia de conocer su pasado y encontrar en él mil y una historias sobre cómo nuestra sociedad se ha convertido en lo que es hoy.

El tiempo como fuente de conocimiento

Símil para demostrar la importancia de que si no conocemos nuestra historia, la repetiremos una y otra vez.

Si estos objetos pudieran hablar

Prosopopeya inspirada en la falta de información en el museo. Apela a aquel sentimiento de observar un objeto en exhibición y que carezca de algo que lo describa, lo cual invita a preguntarse lo que pudiera contar si tuviese la capacidad de conversar.

Los cimientos de nuestra sociedad

Expresión que trata de encontrar en la historia una justificación para la realidad nacional actual.

Concepto creativo

Básicamente, el concepto creativo es “cómo” el diseñador plantea al grupo objetivo la idea que desea expresar. En el caso del trabajo para la institución, se siguió un orden de jerarquía, en el cual primero se buscó el insight y con base en este se decide desarrollar un concepto creativo.

Para la creación del mismo no se utilizan figuras retóricas sino expresar la idea que se desea hacer llegar al grupo objetivo. El concepto creativo funciona de igual manera junto al insight. Si no se encuentra bien desarrollado, puede provocar más problemas que soluciones durante la etapa de diseño gráfico.

Es importante, entonces, llegar a un punto intermedio entre ambas ideas para generar un diseño que no sea simplemente algo bonito sino funcional y que, además, logre comunicar un mensaje hacia el grupo al que nos estamos enfocando.

Para generar estos conceptos, nuevamente fueron aplicadas las tres técnicas anteriores:

- Lluvia de ideas
- Mapas mentales
- Relaciones forzadas

Los resultados son los siguientes:

El lugar dónde muchas historias convergen

El museo se convierte como una terminal de buses, que en lugar de poseer dicho medio de transporte, es un lugar con múltiples portales para viajar a través del tiempo y el espacio y, de esta manera, conocer los hechos históricos de la mano de sus autores.

Los tesoros que puede guardar un museo

Apela a la idea de que dentro del museo se encuentran objetos únicos a nivel histórico y artístico, y esto lo convierte en algo que, al igual que muchos tesoros piratas, deben ser buscados, encontrados y disfrutados.

Una línea de tiempo de nuestra historia

Como una línea del tiempo, busca a través de una línea recta dar a conocer los diferentes espacios del museo, de manera cronológica.

La importancia que tiene el pasado en el presente

Con un toque de diferentes periodos culturales antiguos, se presenta esta idea, que busca hacer de cada uno de los espacios del museo, una experiencia según su época.

Como todos, tarde o temprano, creamos historia

Apela a apoyar a los jóvenes acerca de cómo ellos mismos pueden ser artífices de su propia historia, presentando una línea gráfica juvenil y atractiva.

El lugar donde se conserva y preserva la historia

Funciona como un gran templo de conocimiento, donde los guardianes de la historia documentan y la preservan para darla a conocer a las generaciones futuras.

Como la historia ha moldeado nuestra cultura

Una combinación de diferentes elementos históricos que convergerán para crear una línea gráfica estable.

Lo que sucedió ayer, repercute hoy

Con un tono más rebelde y anárquico, busca demostrar que los errores que cometimos en el pasado, pasarán factura más adelante.

La importancia de conocer nuestra historia

Con una línea simple, busca dar a conocer la importancia de la historia en nuestra realidad actual.

Cómo a través de la historia hemos aprendido valiosas lecciones

Busca llevar al visitante a través de una experiencia de aprendizaje, sobre cómo todo aquello, bueno o malo que hemos hecho, nos ha marcado y nos ha hecho crecer como sociedad.

Todo tiene una historia

Busca unir las diferentes colecciones a través de una historia contada por aquellos que estuvieron allí; es decir, las piezas, utilizando como referencia las corrientes culturales con las que estas fueron creadas, incluido el edificio del museo.

Esto es lo que nos llevó a donde estamos hoy

Línea gráfica basada en la época republicana para demostrar que todo lo que nuestros padres hicieron un día, los hijos vivirán con las consecuencias de esas acciones.

Línea gráfica y premisas de diseño

Después de haber procesado todas las ideas anteriores y tras varias asesorías, hemos concluido con nuestros catedráticos y compañeros de trabajo que la idea más acertada para desarrollar como *insight* y concepto creativo, es la número once. Después de pasar por varias revisiones, fue pulida un poco más y al final quedó de la siguiente manera:

Insight

Ojalá los objetos pudieran hablar

Concepto creativo

Todo aquí tiene historia

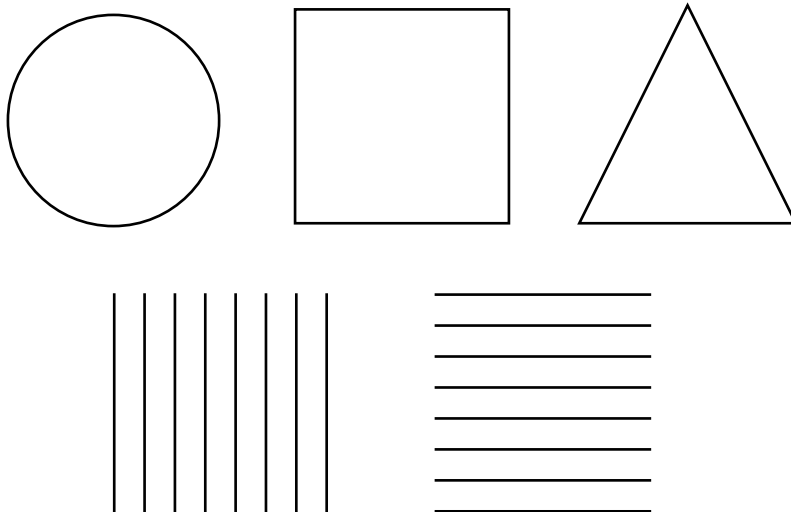
Gracias al concepto creativo —que no solamente busca enlazar todas las colecciones a través de las diferentes historias que cuenta en su ubicación cronológica en la historia de Guatemala, sino también al mismo inmueble como parte de la misma—, se busca que dejen de ser parte de las exposiciones y se conviertan en actores vivos de la historia del país, contando el contexto social y cultural en el cual se desarrollaron.

A pesar de que todo lo anterior suena bastante bien, existe un problema grave que es la uniformidad de las piezas. Al ser todas de diferentes períodos históricos y culturales, deberían poseer una forma completamente distinta de expresarse. Este sería el error más grande que un mal concepto hubiese generado. En el caso nuestro existe algo más grande que encierra todas las colecciones y las unifica: el museo.

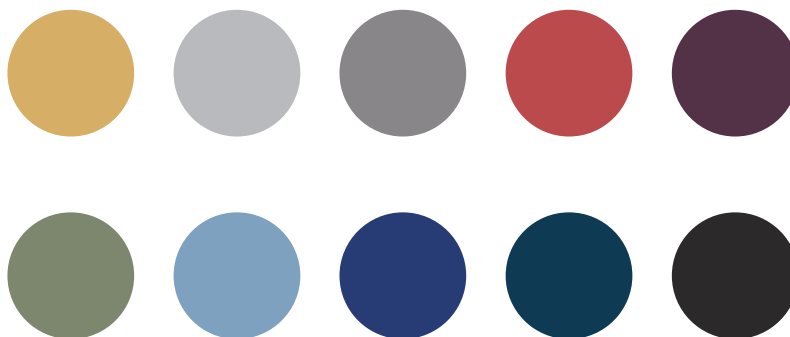
De estilo neoclásico, la estructura del museo es rica tanto en detalles como en historia y cultura. Es por eso que se ha tomado esta corriente artística como un punto de partida, que se unificará con corrientes modernas para crear el punto perfecto de encuentro entre el ayer y hoy.

Formas

Se pueden utilizar como recurso geométrico las tres figuras básicas: cuadrado, triángulo y círculo. Sin embargo, existe una mayor predominancia del primero, así como también de líneas rectas horizontales y verticales. No existe un mayor uso de las líneas diagonales ni de las circulares. Si existe presencia del círculo será únicamente de manera parcial; es decir, como un arco.

**Color**

Se basa en colores sobrios y sombríos. Se busca minimizar la cantidad de tonos vibrantes y llamativos dentro de la paleta de color, porque se busca que la atención vaya directamente a las piezas y que sirvan únicamente como complemento de ellas. Los colores sobrios, además, buscan reflejar una imagen seria y educativa ante el visitante.



Tipografía

Datadas en el siglo XVIII, este grupo de tipografías serif con remates rectos buscan mostrar un encanto y elegancia al visitante. Además, son versátiles para generar una lectura bastante sencilla y fluida. Sirven de buena lectura tanto para las personas jóvenes como para las mayores.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!."\$%&/()

Baskerville

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!."\$%&/()

Didot

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!."\$%&/()

Bodoni

Lenguaje

Debe ser de tipo denotativo la mayor parte del tiempo; es decir, que no debe poder interpretarse de muchas formas diferentes, a diferencia del lenguaje connotativo. Esto se debe a que, al ser una institución educativa, la información debe llegar de manera clara y directa al grupo al que intentamos alcanzar.

Ilustración

Para acoplarse a la corriente artística que buscamos solo existen algunos lineamientos que debemos tomar en cuenta. La mayoría de ilustraciones deberían ser simétricas y cerradas. Se busca utilizar ya sea ilustraciones de trazos o planas por la facilidad para su interpretación. Bajo ninguna circunstancia se deberá considerar algún tipo de ilustración con volumen.



**"No tengas miedo de la perfección,
nunca la vas a alcanzar."**

Salvador Dalí

Capítulo 4

Planificación operativa

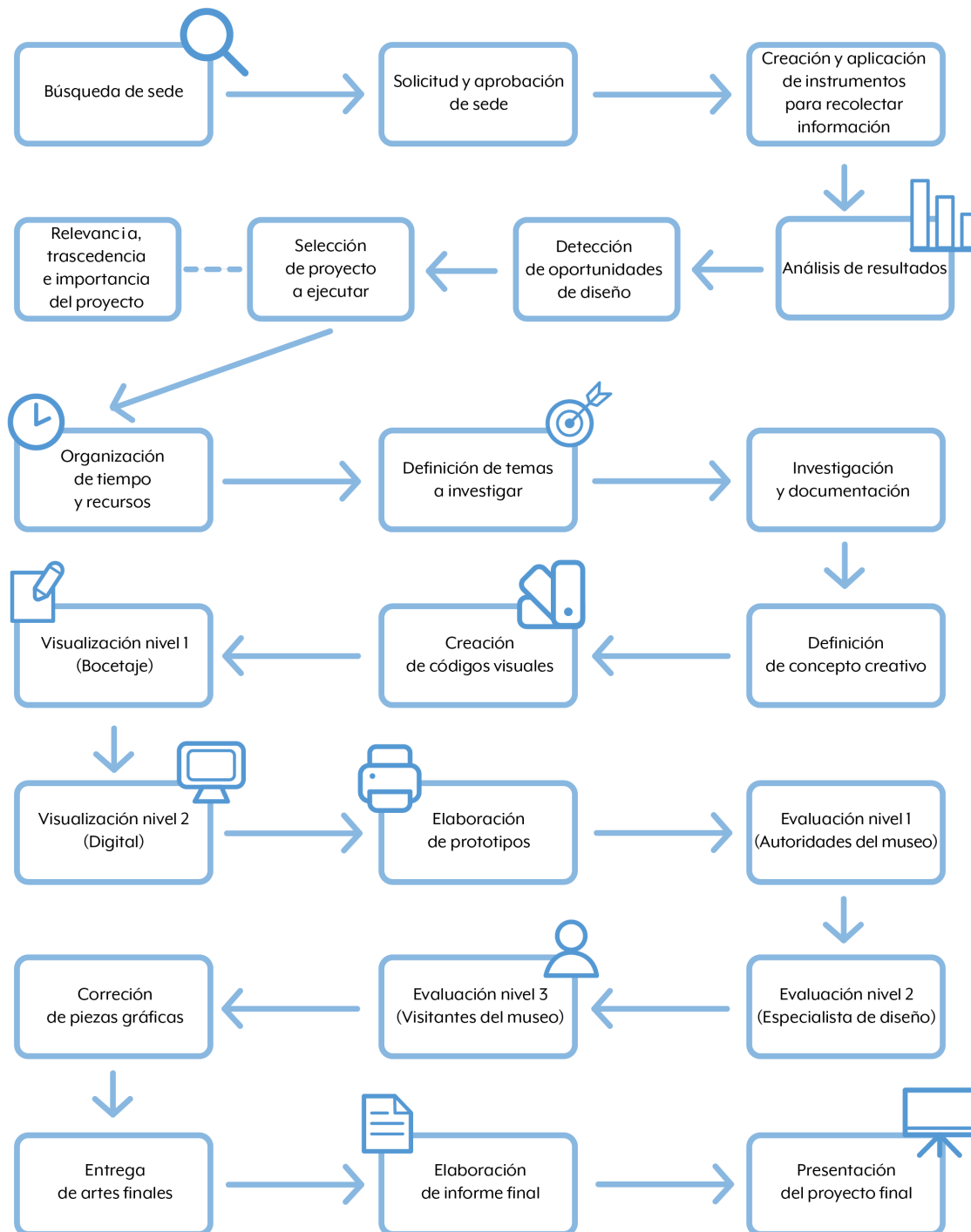




Para el buen desarrollo del proyecto se establecen dos herramientas que nos ayudarán a entender el proceso que seguirá. El primero es el flujograma de actividades, que engloba de manera general desde el inicio de búsqueda de la sede hasta su finalización, todo de manera muy general. El cronograma, en cambio, funciona con base en fechas y actividades específicas para el buen funcionamiento del proyecto.



Flujograma de trabajo



Cronograma de actividades

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	Agosto					Septiembre				Octubre			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4
Planificación operativa	■												
Investigación y elaboración de marco teórico		■											
Investigación de referentes y casos análogos		■											
Elaboración de informe creativo			■	■									
Creación de concepto creativo			■	■									
Definición de códigos visuales				■	■								
Primer nivel de bocetaje						■							
Visualización de bocetos digitales						■							
Visualización de prototipos a escala							■						
Autoevaluación de nivel 1							■						
Coevaluación con profesionales de diseño gráfico, nivel 2							■						
Evaluación de nivel 3 con grupo objetivo (Efectividad)								■					
Correcciones de piezas									■				
Presentación y entrega de artes finales										■			
Evaluación y conclusiones acerca de los objetivos del proyecto											■		
Lecciones aprendidas en gestión											■		
Lecciones aprendidas en producción gráfica											■		
Lecciones aprendidas en costos												■	
Conclusiones según logros y objetivos												■	
Recomendaciones para uso de piezas gráficas a la institución												■	
Recomendaciones a futuros practicantes de diseño gráfico												■	
Recomendaciones a la escuela de Diseño Gráfico												■	
Redacción de informe final												■	
Diagramación de informe final													■
Presentación de informe final													■

Capítulo 5
Marco teórico





Para conocer la importancia del proyecto se desarrollan dos ensayos: en el primero se aborda el tema del proyecto desde su relevancia social para la comunicación de la institución; en el segundo, las ventajas que las piezas de diseño por desarrollar para la institución y sus diferentes ventajas que aportarán, una vez sean implementadas.



El lugar donde la historia se hace presente y se olvida

El Museo de Historia Nacional de Guatemala, ubicado en la 9ª calle 9-70 de la zona 1 de la ciudad capital de Guatemala, ocupa lo que alguna vez fue el edificio del Registro de la Propiedad Inmueble. Construido entre 1894 y 1896, de estilo neo-renacentista francés, alberga hoy cientos de piezas de carácter histórico para la sociedad guatemalteca.

Fundado en 1934, el Museo nunca tuvo un edificio propio, sino hasta 1981, cuando el edificio es rescatado antes de ser demolido. En el lugar que ocupa hoy se planificó la construcción de un parqueo vehicular que serviría para los trabajadores del Congreso, pero tras la intervención de varias personas que buscaban rescatar aquella construcción de estilo único dentro del Centro Histórico, se logró adjudicar el inmueble al Ministerio de Educación, quien en ese entonces era el encargado de los museos nacionales.

El edificio es restaurado y entregado al Museo. Fue declarado Monumento Histórico y Artístico el 16 de septiembre de 1996 y, desde entonces, han pasado por sus salas diferentes piezas y colecciones que han servido para recordar y enriquecer el conocimiento de la sociedad. Dentro de las diferentes colecciones que allí se resguardan, podemos encontrar piezas que van desde el período colonial, el proceso de independencia, la Federación Centroamericana, el período conservador, la Reforma liberal hasta llegar a la Revolución de Octubre de 1944.

Actualmente, el Museo busca recolectar, resguardar, registrar y difundir el patrimonio cultural para satisfacer la necesidad de conocimiento a los jóvenes estudiantes, así como brindar una oportunidad de esparcimiento y recreación dentro de un ambiente de conocimiento e intercambio cultural. El Museo como tal no busca satisfacer a un sector específico de la sociedad, sino dar a conocer la historia de Guatemala a través de un recorrido cronológico que ayude a mostrar la evolución a nivel cultural, artístico y antropológica del desarrollo del guatemalteco, para recordar el camino que se ha andado hasta ahora.

Sin embargo, hoy los museos, sobre todo los nacionales, se enfrentan a un problema cada vez mayor: la falta de visitantes a sus instalaciones. Podemos atribuir este desinterés a diferentes causas. Bourdieu (1969) justifica que “(...) después de la etapa estudiantil, sólo el público con un bagaje y educación cultural previa, continúan visitando regularmente museos.”

En un país como Guatemala, donde tres de cada diez niños no concluyen el nivel primario, y donde existe una deserción constante del 6% en el ciclo básico y 7% dentro del ciclo de diversificado, podemos asumir que de una manera indirecta se afecta el interés de la sociedad para visitar este tipo de lugares como actividad recreativa.

Pero no solamente este problema causa la falta de interés de los visitantes. El Estado asigna presupuestos a los diferentes ministerios según el resultado que obtengan. En el caso del Ministerio de Cultura y Deportes, encargado de los diferentes museos nacionales, los fondos que recibe sirven para cubrir únicamente los salarios de sus trabajadores. Además de las diferentes actividades que lleva a cabo con diferentes sectores sociales, en el caso de los museos, existe una batalla internacional por recuperar el patrimonio que se ha extraído ilegalmente del país, el cual se encuentra en colecciones privadas fuera del límite territorial.

Uno de los casos que más resonaron a nivel nacional fue el de las dos estelas repatriadas desde El Salvador. Solamente los gastos de traslado, según José Luis Chea Urruela, titular del Ministerio de Cultura y Deportes, se calcularon en Q2,2 millones, de los Q100,7 millones que maneja el ministerio. Este gasto es sinónimo de recortes de presupuesto para las entidades que están a su cargo y, por consiguiente, una falta de interés por restaurar y resguardar correctamente las diferentes piezas que se encuentran dentro de las instalaciones. Esto genera un deterioro dentro de la museología en la institución: hay cédulas con falta de información, si en el mejor de los casos existen, o piezas que parecen haber sido olvidadas a su suerte dentro de las paredes del recinto.

Durante la fase de investigación y análisis del grupo objetivo, se pudo observar que el ya reducido grupo de visitantes que asiste a las instalaciones sale de allí con más decepción que satisfacción; con más quejas que admiración, lo que genera toda una cadena de malos comentarios hacia

la institución. Lo anterior, de manera inevitable, afecta la reputación de la institución educativa y ocasiona la pérdida de potenciales clientes.

Los museos, ante la falta de afluencia, ya comenzaron a dar batalla. Martín (2014) afirma que “Esto ha originado agresivas tácticas de captación de públicos, como las tiendas de museo, cafeterías, restaurantes, las famosas blockbuster exhibitions, olvidándose de sus funciones educativas y de investigación. Si el museo como fórmula está en crisis, es por el tipo de relación que construye con la obra expuesta y el público. La forma de mirar nuestro pasado y presente como nación y humanidad ha cambiado”.

A esto debemos agregar diferentes actividades culturales, como presentaciones de exposiciones internacionales, proyecciones de películas y mesas de diálogo para atraer atención. Esto ha hecho que varias instituciones logren luchar con la primera causa aquí mencionada. Sin embargo, dichas instituciones son todas de carácter privado, con un presupuesto mucho más amplio para realizar dichos eventos y a las que la segunda causa expuesta, no les afecta.

Los museos nacionales no se pueden dar el lujo de abrir los diferentes ambientes que menciona Martín, pero sí pueden llevar a cabo una mejora interna para hacer que la estadía del visitante sea más placentera y enriquecedora. Según Noelia Pérez (2016), en un artículo para el periódico 20 minutos, “el museo Nacional de Escultura de Valladolid ha incrementado sus visitas debido a un constante intercambio cultural y recepción de exposiciones temporales”. Continúa diciendo que “(...) Otro de los motivos que ha atraído a los visitantes ha sido el programa de actividades. Talleres infantiles, conferencias, proyecciones, lectura e incluso degustaciones han formado parte de los eventos programados durante todo el año (...)”.

Martín agrega que “Afortunadamente, cada vez más instituciones están conscientes de que la “creación de significado” es dinámica y variable, además de estar en concordancia con los intereses del público que también se modifican constantemente. A través de la interactividad, el conocimiento relacional y no excluyente, así como los departamentos educativos, los museos llevan a cabo programas que ayudan a la asimilación de los contenidos, de una manera didáctica y hasta lúdica.”

Lorena Navas (2016) reafirma la posición de Martín, agregando que “La cuestión no es generar entretenimiento sí o sí, sino crear una experiencia que provoque que las personas vivan momentos agradables en un entorno educativo, donde puedan obtener y comprender su propio sentido de espacio personal en el mundo”.

Sin embargo, ambas afirmaciones nos hacen pensar en la cantidad de dinero que haría falta para implementar este tipo de acciones para atraer a los visitantes a los museos, dinero que el Museo no posee.

Palahníuk (2015) contradice esa idea, afirmando que “Cada día los museos son mejores, debido a que muchos de estos se han esforzado por llevar el conocimiento con un lenguaje especializado, dando relevancia a las edades e intereses del público que los reside, sin adentrar en todas las herramientas tecnológicas que hacen más placentero el recorrido en estos importantes centros culturales (...)”.

Efectivamente, no hace falta invertir en tecnología de punta para lograr un cambio trascendental dentro de este tipo de instituciones. Es allí donde los diseñadores se convierten en sujetos clave. A través de piezas de bajo presupuesto, pero que tengan una justificación de ser y una elaboración para un grupo específico, se puede lograr atraer la afluencia nuevamente a estos recintos.

Quizás ante muchas personas, este tipo de aporte no sea tan importante como algo monetario, pero se trata de resolver el problema de manera creativa, desde un punto de vista completamente diferente. Todo este proceso no es una carga que llevaremos solos, debido a las autoridades del museo se han mostrado entusiasmadas e interesadas con estos planes.

A ciencia cierta no podemos predecir el futuro, no podemos asegurar que de la noche a la mañana el Museo se convertirá en un ejemplo a seguir para el resto de entidades, pero sí podemos asegurar que gracias a las nuevas piezas gráficas que se desarrollarán, el tiempo que los visitantes pasarán dentro del museo será mucho mayor, así como también la forma en la que ellos se desplacen dentro de sus instalaciones. Todo esto será generado a través de un manual de normas gráficas, que incluso logrará colocar de manera inconsciente la institución en la mente de quienes lo visiten.

La importancia de la imagen corporativa en un museo

El Museo Nacional de Historia se encuentra ante una crisis que día a día se agrava. Lucha contra la falta de visitantes, así como un recorte presupuestario y la cada vez menos existente mano de obra dentro de sus instalaciones. Para todos estos problemas, ¿existe algún tipo de solución?

Según las autoridades del Museo, estos reciben presupuesto según la cantidad de visitas que reporten. Los museos de Arte Moderno y Antropología son los que más presupuesto reciben año con año. No hace falta ir tan lejos para ver el contraste con aquellos museos que no son tan favorecidos, como el caso del Museo de Historia Natural.

La diferencia de estos radica dentro de sus instalaciones. Mientras que en el interior de los primeros dos podemos observar colecciones mejor conservadas y llamativas, una señalización bastante atractiva y un recorrido que hace que el tiempo dentro de ellos se pase de manera casi imperceptible, dentro del tercero encontramos abandono, un ambiente bastante sombrío e incluso cierta atmósfera de incomodidad.

En su artículo “El perfil del usuario de los museos”, Grund (2016) nos explica que hay diferentes tipos de museos para diferentes tipos de usuarios. El Museo de Historia Natural de Guatemala pertenece a aquellos que aún hoy tiene un modelo de exposición bastante arcaico: “A menudo visitamos las exposiciones, paseamos por sus salas, vemos las obras y ahí queda todo. No hay interacción con el museo, ni con las obras.”

Nos explica cuál debería ser la dinámica ideal para un museo: “Los visitantes pueden interactuar con la institución como creadores de contenidos, distribuidores, consumidores, críticos y colaboradores”.

Los dos primeros museos se caracterizan por algo tan simple como la personalización. “El primer paso para la personalización de las instituciones culturales es tomar un enfoque centrado en la audiencia.

Esto significa alinear los contenidos con las expectativas de los visitantes". Así, mientras el Museo de Arte Moderno se enfoca a un grupo que visita sus instalaciones buscando conocer lo que se está haciendo en la plástica nacional, el Museo de Antropología está enfocado a atender la visita de extranjeros que llegan buscando la historia precolombina que caracteriza a nuestro país.

¿Y dónde queda el Museo Nacional de Historia? Actualmente se encuentra en un limbo entre ambos grupos. Si bien la institución no se encuentra casi olvidada, como el Museo de Historia Natural, tampoco está a la altura de los de Arte Moderno y Antropología. Lo que se necesita, en el caso de este museo, es darle un pequeño empujón para que llegue más lejos, para que suba de categoría y atraiga la atención de los usuarios que buscan conocer el pasado de la sociedad guatemalteca.

Museos como el de Arte Moderno y Antropología se caracterizan porque dentro de sus instalaciones se encuentra el toque de un diseñador gráfico; es decir, hay cédulas explicativas con una intención, señalización que armoniza y es unificada.

Al ser una institución de carácter educativa, debería quedar implícita la participación del diseño gráfico dentro de esta, pero la realidad es completamente diferente. El museo sufre por la falta de información, y como lo define Consentino (2009), "Los museos de historia se encuentran en la disyuntiva entre mostrar un contenido y mostrar la interpretación, o bien, en definir si el contenido no es en sí, la interpretación."

Consentino encuentra dos grandes problemas dentro de la señalización y diseño de cédulas dentro de un museo: "Uno de los aspectos menos estudiados ha sido el análisis de la complejidad conceptual del texto. Un tema alternativo es el planteo de redes conceptuales de modo que se observe con claridad la diferencia de complejidad conceptual y estructural entre los diferentes niveles".

Continúa diciendo que "El segundo problema grave es que en las exposiciones los textos aparecen diseñados en función de claves de diseño más que en función de aspectos comunicativos. Tanto el color de las letras y del fondo como los materiales colocados sobre

claves estéticas deben cumplir un mínimo de calidad perceptiva para que el texto pueda leerse. Muchas veces los textos no están colocados adecuadamente y es difícil saber a qué piezas hace referencia, suelen estar alejados de los recorridos del público o ubicados en lugares inadecuados de la sala.”

Esto nos hace darnos cuenta que, si bien como diseñadores se quiere aportar un granito de arena a la institución, el esfuerzo por sí solo podría llegar a ser algo completamente banal y superficial. Para obtener un resultado más efectivo, debe haber una colaboración interdisciplinaria entre el diseñador, el curador y un letrado. Todos ellos, lograrán sin duda conseguir algo que sea más efectivo que simplemente algo que se vea bien.

Si bien no podemos contar con tecnología de punta para modernizar las instalaciones del Museo, sí podemos hacer cambios con respecto a la señalización dentro de esta. Serrel (1996) afirma “Cualquier señalética que sirve para explicar, guiar, plantear dudas, informar o generar provocación, en una palabra, para invitar al visitante a ser lector, se denomina interpretativa.”

Pero todo esto no funcionará por sí solo dentro de la institución si no se amarra a algo mayor. Es allí donde entra la propuesta del diseñador de crear un manual de normas gráficas, para institucionalizar al museo y mostrar los diferentes valores que este posee a través de la forma en la que expone sus objetos y ayuda al usuario.

El punto expuesto puede resultar algo confuso. Si estamos hablando acerca de cómo la señalización puede mejorar la experiencia de un usuario dentro de las instalaciones del Museo, ¿por qué tomamos en cuenta un manual de normas gráficas? ¿Acaso no sería mejor una campaña de difusión para dar a conocer el museo en complemento con la modernización de la señalética?.

La respuesta es que no. Fusión Tribal (2008) asegura que “No es suficiente una buena campaña publicitaria de imagen que diga quiénes somos y qué hacemos”. Agrega que “Una empresa con buena imagen es aquella en donde los mejores profesionales quieren trabajar, con quien los proveedores quieren tener tratos

comerciales, donde los clientes quieren comprar sus productos pues estas instituciones gozan de buena fama, sus valores son reconocidos y sus empleados mismos los reflejan”.

Santa María (2015) afirma que “Algunas de las señales de peligro con las que las empresas pueden tener problemas incluyen una alta tasa de rotación de empleados, la desaparición de clientes, una baja en el valor de sus acciones y una pobre relación con vendedores y agentes de gobierno”. Si analizamos su opinión, podemos darnos cuenta que, en parte, esto podría estar afectando a los visitantes del museo.

ZIP (2014) también apoya la idea de la imagen corporativa, “Porque una empresa sin identidad corporativa pasa desapercibida por los clientes o usuarios, muchas veces una empresa sin identidad misma expresa falta de seriedad y de compromiso de la empresa hacia los clientes”.

Hay quienes incluso pensarán que esto es algo completamente innecesario e irrelevante para la empresa, a lo cual ZIP agrega “(...) si nuestra empresa cuenta con valores intangibles como los son: la misión, visión y filosofía, es necesario agregar aspectos tangibles como: marca, tipografía, colores corporativos y elementos gráficos auxiliares para reforzar a la marca y, por ende, darle mayor imagen a la empresa”.

Pero hablamos tanto de imagen corporativa que al final entonces no nos queda claro qué es. Una vez más, ZIP responde de manera concisa: “La identidad corporativa no sólo se trata del logotipo o tarjetas de presentación de la empresa, también abarca papelería corporativa, tipografías, colores corporativos, elementos gráficos auxiliares, página web, diseño de interior y arquitectura corporativa”.

De manera entonces más precisa, los beneficios que tendremos al desarrollar nuestra imagen corporativa, serán fidelizar a nuestros clientes, crear una imagen de credibilidad ante los visitantes, exponer una imagen positiva ante la sociedad, lograr diferenciarnos ante la competencia, obtener nuevos clientes, demostrar que existe una conexión entre el compromiso y el profesionalismo y, finalmente, que nuestro producto o servicio tenga mayor presencia

ante nuestro consumidor.

El manual de normas gráficas es una herramienta bastante fuerte que puede llegar a cumplir todas las funciones anteriores. Con diferentes piezas unificadas bajo una misma línea gráfica se puede fidelizar de manera inconsciente al grupo objetivo. La utilización de colores, tipografías, figuras, patrones e incluso imágenes que sean reguladas por dicho manual, serán la clave para reconocer a la institución y lo que produce en los diferentes lugares donde esta presente información o actividades.

También gracias a la unificación de diferentes elementos, podemos decir que se crea una imagen más estable y formal para ser presentada al público al que va dirigido. Las investigaciones previas ayudan a desarrollar un concepto y una línea gráfica que resulten atractivos para este, así como también atraer su atención para que se acerque, conozca y quiera formar parte del entorno en el que la institución se maneja.

Para concluir, en un mundo con cada vez más competencia, estímulos visuales e información por todas partes, es importante encontrar una forma para darnos a conocer y causar una buena impresión como empresa o entidad. Lo que se debe lograr es impactar lo antes posible y lograr posicionarse y mantenerse en la memoria del grupo objetivo.

**“Los museos son lugares donde el
tiempo se transforma en espacio”**

Orhan Pamuk

Capítulo 6

Producción gráfica y evaluación





Después de haber desarrollado el proyecto de forma bastante teórica, en esta parte podrá verse desde un punto de vista gráfico. Conoceremos su inicio y evolución, desde un simple boceto hecho a lápiz hasta el resultado final, justificado con todas las tomas de decisiones llevadas a cabo durante las diferentes validaciones hechas con profesionales del diseño gráfico y el grupo objetivo. Todo esto, con la finalidad de crear una pieza gráfica que genere impacto y cumpla con los objetivos establecidos al principio del proyecto.



Bocetaje primer nivel de visualización

Retícula

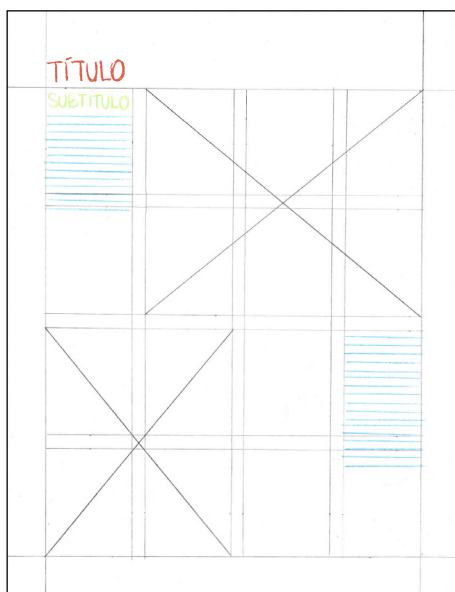
El proceso de bocetaje de retícula se comenzó con nueve propuestas diferentes, todas basadas en el concepto creativo que, a su vez, tomó como referencia el estilo arquitectónico del museo como piedra angular de las decisiones de diseño. Entre las características que deberían tener los diferentes bocetos se encontraban líneas rectas, distribución y simetría.

Las líneas rectas podían converger de manera vertical u horizontal. A pesar de que dentro de la arquitectura neoclásica se encuentra el uso de la línea diagonal —como por ejemplo en tímpanos de fachadas, o también el círculo, en cúpulas—, la decisión de utilizar únicamente líneas rectas se debió a que al ser la estructura que soportará todos los demás elementos de diseño, en la base del edificio la retícula no presenta ninguna de las variables arquitectónicas mencionadas. Es importante también mencionar que el edificio del Museo carece de una cúpula o tímpano decorativo.

La distribución es algo importante en la arquitectura y el diseño gráfico. En el neoclásico podemos constatar que los elementos se encuentran distribuidos dentro de su respectiva área, a una distancia igual entre cada uno de ellos. Esto permite que puedan ser apreciados de manera individual, pero sin romper la estructura de conformar un todo más grande. Esto nos limita a no poder colocar elementos demasiado cerca el uno del otro. Otra referencia interesante es el hecho de que las diferentes áreas de las diagramaciones se encontrarán divididas, al igual que en el caso de la arquitectura, donde existen elementos como la cenefa o la columna, cuyos trazos cortan y separan. Si las observamos detenidamente, nos daremos cuenta que marcan una división tanto de espacios o de ambientes, y lo mismo ocurre en el diseño. Pueden servirnos para marcar una jerarquía, para determinar qué elementos pertenecen y cuáles no a una sección del diseño.

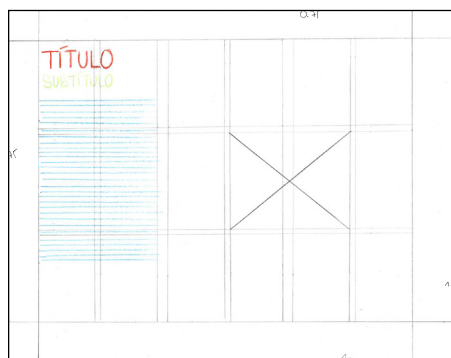
Finalmente, cuando hablamos de simetría, hablamos también de equilibrio. Lo que se busca en cuanto al diseño del manual es que en todo momento se sienta que ambas páginas son un reflejo la una de la otra, ya sea con la distribución de elementos, con el uso de imágenes o con la composición tipográfica. Todo ello buscará llegar a un peso ideal dentro de la misma retícula que, a su vez, busca el correcto equilibrio y distribución entre los diferentes elementos que contiene.

Las propuestas fueron presentadas en asesoría a los catedráticos, quienes sugirieron ciertos cambios o mostraron su aprobación hacia aquella que consideraban la más apropiada para el manual. Su aporte fue algo muy útil en la toma de decisiones, y junto a los diferentes criterios de diseño establecidos por nuestro concepto creativo, se determinó qué piezas entran dentro de lo que estamos buscando representar y cuáles no.

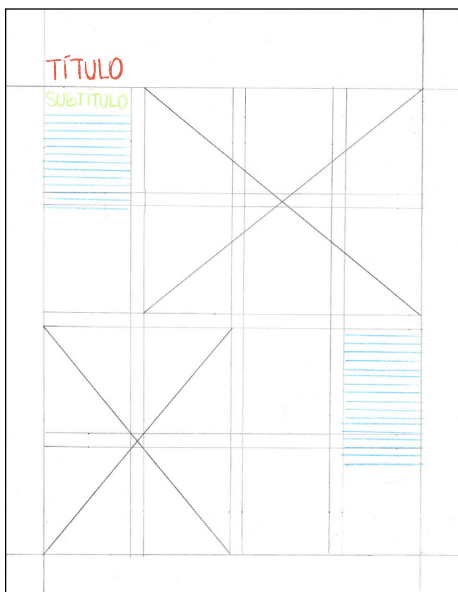
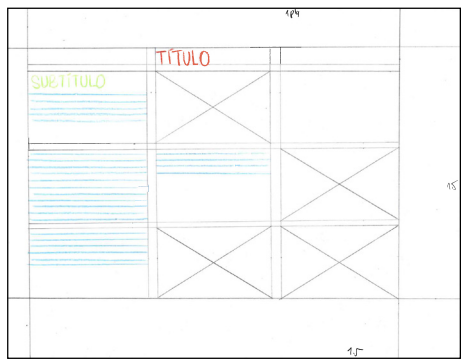


Esta primera propuesta muestra un boceto, expresa una propuesta vertical en la cual se juega con los diferentes espacios para la utilización de imágenes y textos. Se ocupan al menos dos elementos por página pero se pueden incrementar hasta cuatro. El título sale de la diagramación para mostrar su nivel de jerarquía.

Por el contrario, este boceto muestra una imagen horizontal en la cual el título se encuentra siempre del lado izquierdo para darle prioridad a la pieza gráfica ubicada al centro del diseño, libre de cualquier elemento distractor.

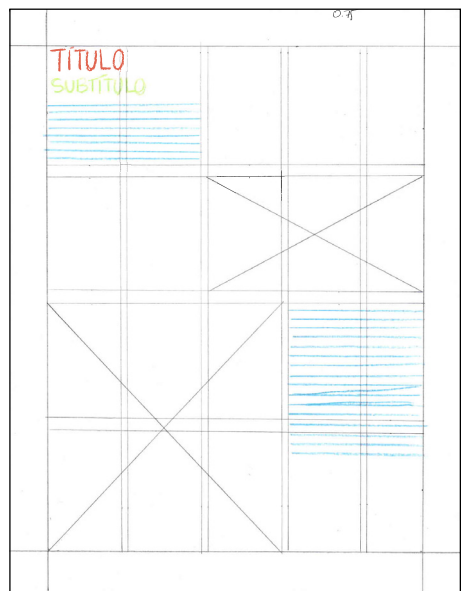


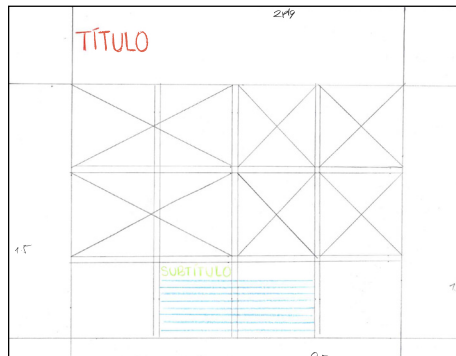
Esta variación de la propuesta anterior muestra una columna de texto mucho más grande con más espacios para ubicar imágenes y elementos gráficos, lo cual puede llegar a ser un poco contraproducente a la hora de la diagramación.



En la segunda versión vertical se aprecia cómo la imagen se convierte en el centro del manual, ocupa la mayor parte del espacio, mientras que el texto se ve reducido tanto en cantidad como en el lugar que ocupa dentro del espacio. También se observa cómo la retícula es cuadrada pero se rompe para brindar mayor versatilidad.

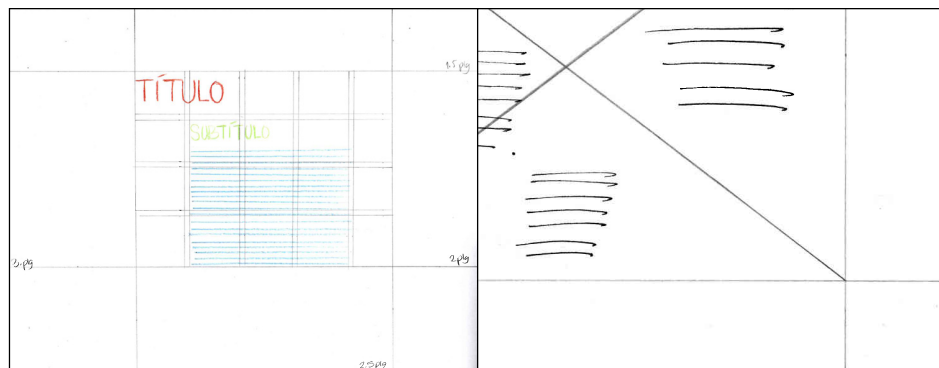
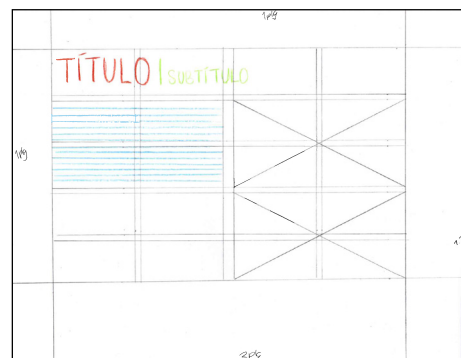
En esta tercera versión vertical se aprecian dos ejemplos de aplicación de imagen y texto. En la primera se ve que se encuentran separadas una del otro, a pesar de que ambas pudieran compartir el mismo espacio. Mientras, en la parte inferior sí se encuentran una al lado del otro, lo que genera cierta confusión en cuanto a distribución.



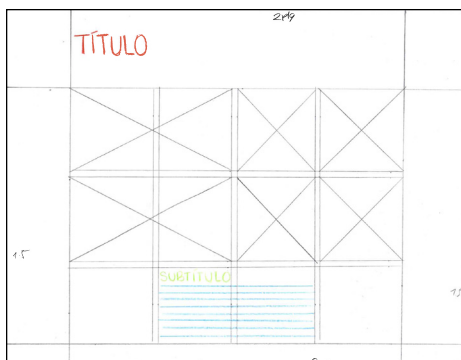


Esta propuesta es una clara evidencia de lo que se llama simetría. Los textos se encuentran centrados, al igual que las imágenes. Su estructura resulta bastante parecida a un árbol, robusto en la base y luego se propaga en las hojas.

Es una propuesta horizontal donde podemos ver cómo los márgenes se expanden en mayor medida mientras los cuerpos de texto e imágenes ocupan un espacio mínimo, centrados y mostrando cierto equilibrio.

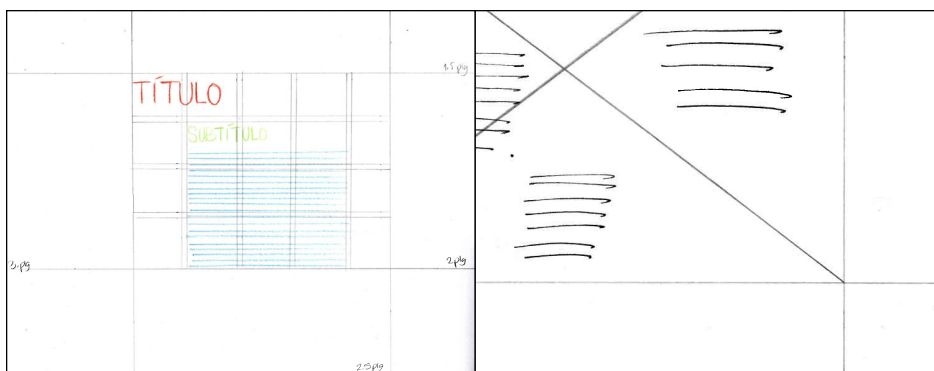


De las nueve propuestas mostradas, todas cumplen con los requisitos expuestos. Para hacer una referencia al edificio en todo momento, se decide que un formato horizontal representa mejor la edificación. Se descartan aquellas propuestas que manejan un formato vertical. Al desarrollar el resto de propuestas, se busca un equilibrio en ambas hojas del formato desplegado, por lo cual se eliminan las que distribuyen las imágenes siempre de un mismo lado, lo que causa un patrón de imágenes y texto intercalado, mas no una simetría.



La primera propuesta presenta el texto de manera centrada y una distribución de imágenes que abarca el centro de la retícula. En ella se puede apreciar un titular al centro y un subtítular que, de la misma manera, se alinea al cuerpo y al título. Entre las ventajas de esta diagramación se

encuentran un mayor énfasis a las imágenes, aprovechando que el grupo objetivo es mayormente visual y no se acerca tanto a la lectura. Entre las desventajas es que si se redactan textos muy largos, deberán sintetizarse porque no existe mucho espacio para ser distribuido.



La segunda opción representan una distribución a dos hojas, con un espacio de reserva bastante amplio en los márgenes. Las imágenes se encuentran centradas en la página derecha, mientras que el texto de igual medida, se encuentra en el lado derecho. Los títulos y subtítulos se encuentran junto al cuerpo de texto y logran crear un equilibrio entre el peso de la imagen y el de los cuerpos tipográficos. Entre las ventajas se encuentran nuevamente la visualización de los elementos visuales completamente desligados de los tipográficos. Entre las desventajas, el gran desperdicio de espacios en los márgenes que logran crear una sensación de vacío en el área de diseño.

Con base en las críticas de los catedráticos y compañeros, sugerencias de especialistas y colegas, y finalmente tomando en cuenta las normativas establecidas anteriormente, se determina que se hará una modificación a la segunda propuesta, transformándola en una sola página que se reflejará en su lado derecho, conservando título y subtítulo en los cuerpos de texto. Los elementos visuales siempre tendrán un espacio importante y representativo dentro de la distribución para poder atraer al grupo objetivo.

Tipografía

Si bien ya se han definido las características de las tipografías en el proceso anterior, debemos aclarar que en este punto aún no se ha determinado una familia específica para colocar dentro de los cuerpos de texto o titulares. Las fuentes tipográficas deberán poseer diferentes características, según la posición y jerarquía que ocupen dentro del diseño.

En el caso de los titulares, se busca una tipografía que logre conectar al imagotipo con el resto de la imagen gráfica que se está trabajando. Por solicitud de las autoridades del Museo, este no se puede modificar. No existe un registro claro de cómo o cuál fue el concepto creativo que se llevó a cabo para la creación del imagotipo. Tampoco existe un registro sobre el porqué de la decisión de crear un imagotipo. El mismo posee en modo editable su tipografía en trazo, lo cual hace casi imposible identificarlo entre miles y miles de tipografías. Es por eso que se toma la decisión de buscar una familia tipográfica que cumpla con determinadas características: deberá ser san serif, contar con al menos cuatro versiones diferentes de la misma y poseer trazos geométricos.



Century Gothic es una familia tipográfica que cumple con todas las características anteriores. Tiene la ventaja que se encuentra en todos los ordenadores; entre las desventajas es que al ser una tipografía gratuita, puede ser utilizada por cualquier otra institución.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!"·\$%&/()=

La segunda propuesta es Gotham. Una tipografía bastante elegante y simple que cumple con los requisitos. Entre las ventajas está su gran parecido con el texto del imagotipo, pero se diferencia por el ángulo final de las letras y su espaciado. La desventaja que posee es la misma: al ser tan parecida a la usada en el imagotipo, puede llegar a caer en lo repetitivo y tedioso.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!"·\$%&/()=

La tercera opción es la clásica Helvética. Esta es una tipografía atemporal que siempre ha marcado un toque de elegancia y simpleza que la hace resaltar de entre tantas tipografías. Tiene la ventajas de su fácil lectura y que es gratuita. Su desventaja radica también en su explotación y uso por muchas otras instituciones.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!"·\$%&/()=

Nuevamente, tras consultar con distintas personas del medio, se concluye que la ideal para el trabajo será la Gotham, debido a que más allá de convertirse en algo tedioso, puede lograr anclarse en la mente del grupo objetivo y que al ver la misma, lo primero que piense sea la institución. De esta manera se logrará crear un vínculo inconsciente entre ambos.

Para los cuerpos se prefiere una tipografía que se apegue al concepto creativo. Para ello, se buscan tipografías de carácter histórico. Durante el Neoclásico, se da un apogeo de tipografías serif, con remates rectos, muy simétricas y estéticas. Sus trazos buscan ser siempre del mismo grosor, aunque también existen variaciones donde se puede apreciar una diferencia en los mismos, lo cual enriquece la tipografía.

Como primera opción se contempló Manuale. De trazo recto y estable, es una tipografía que muestra una estructura bastante simétrica, simple y atractiva. Tiene la ventaja de ser bastante limpia y moderna; la desventaja, es que la licencia es demasiada cara y tiene un límite de usos.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!"#\$%&/'()=

La segunda opción es conocida como Museo Slab. De trazos rectos y modernos, presenta una disposición de caracteres más atrevida que la anterior. Entre sus ventajas está el hecho de que es una tipografía bastante moderna que aún se apega a lo clásico. Entre sus desventajas está su dificultad de lectura desde distancias lejanas.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!"#\$%&/'()=

La tercera opción es conocida como Unne. De trazo estrecho pero simétrico y moderno, mantiene una lectura en cuerpos de textos bastante fluida y fácil. La ventaja es que es de fácil lectura y reconocimiento; la desventaja es que al ser tan estrecha puede hacer que los cuerpos de texto se vean un poco saturados.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!"#\$%&/'()=

La decisión se toma nuevamente tomando en cuenta todos los aspectos anteriores. Se concluye que la segunda tipografía es la que cumple con los mejores requisitos para ser utilizada.

Colores

Se creó una mezcla de diferentes colores para crear la paleta básica institucional. El neoclásico se caracteriza porque existe una falta de luz y una mayor aproximación a la oscuridad. Es por ello que los colores que se manejan son menos saturados, más oscuros y sobrios. Se prepararon tres paletas de colores tomando en cuenta estas características, con base en diferentes aspectos.

La primera paleta está basada en el cuadro “El juramento de los Horacios”, un ícono de este periodo artístico. Podemos destacar una gama de colores simple conformada por rojo, amarillo, gris y azul.



La segunda propuesta está basada en la Apoteosis de Homero. Esta resalta por tener colores más brillantes. Se conforma de amarillo, verde, rojo y azul.





Finalmente, la última propuesta está basada en la fachada del edificio del museo. Entre los colores que se puede destacar se encuentran salmón, negro y gris. Se completa con el color del imago tipo, que es aguamarina.

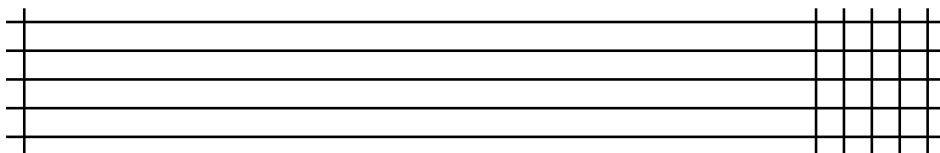
A pesar de que todas engloban perfectamente el concepto creativo, es la tercera la que tiene un valor extra porque trata de reflejar algo más cercano a nosotros, a nuestro entorno y al grupo objetivo, porque se encuentra presente, puede ser apreciado. Por tal razón y porque busca ser reconocido también por sus colores representativos, se establece esta paleta de colores.

Patrones

Los patrones son una parte importante del manual de normas gráficas, ya que ayudan a enriquecer y a unificar las diferentes piezas que se trabajan. Para ello, se buscó diferentes referencias para determinar cuáles podrían ser las mejores opciones para utilizar dentro de los materiales impresos y digitales.

La primera está conformada simplemente por trazos verticales y horizontales. De manera simple y sencilla pueden combinarse para crear figuras simples y trazos que se entrecruzan y forman tejidos. Entre las ventajas está la discreción que llega a generar en el diseño.

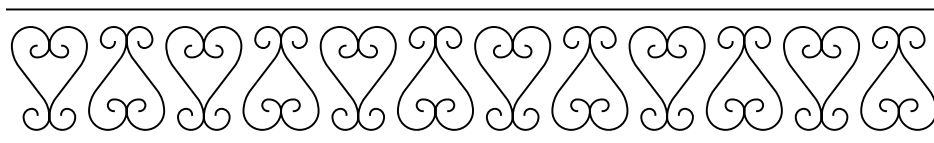
La desventaja es que al ser algo tan sencillo, es muy poco probable que sea memorable para el grupo objetivo.



La segunda opción está conformada específicamente por cuadrados, círculos y triángulos. Todas estas figuras son claves en el neoclásico y además, al intercalarse o superponerse, pueden generar una serie de patrones atractivos y diferentes. La ventaja es que pueden ser fácilmente creados y recreados por las autoridades del museo. La desventaja es que su mala utilización puede hacer que el diseño pierda coherencia y no genere una imagen atractiva en las diferentes piezas.



Finalmente, la última opción está basada en patrones encontrados dentro de las instalaciones del museo. Puertas, balcones, molduras, escaleras, todo esto funciona para crear una serie de secuencias que se encuentran a simple vista en las diferentes áreas del edificio. La ventaja es que logra crear algo representativo y memorable para el grupo objetivo. Lo negativo es que al ser una corriente artística muy conocida, puede llegar a ser confundido con ornamentación de tarjetas de celebración o piezas parecidas.



Nuevamente, tras una deliberación enriquecedora y con comentarios bastante constructivos acerca del tema, podemos determinar que la tercera opción nuevamente es la que le da mayor valor a nuestro diseño, al nuevamente involucrar la estructura de la institución, la corriente artística, el concepto creativo y la visión del diseñador.

Iconografía

Se determinó que los trazos deberían ser únicamente líneas sin relleno. Debido a que cumplen ciertos estándares internacionales, hay aspectos que no pueden ser modificados, de tal modo que atenten contra su legibilidad. Entre estos aspectos está el uso de iconos un poco más distintivos para áreas determinadas, como los baños o la biblioteca. Esto se debe que al utilizar íconos un poco más creativos o astutos, se puede caer en la confusión o perder credibilidad frente al grupo objetivo.

Dentro de las propuestas trabajadas de iconografía, se realizaron tres de cada uno de los temas, tomando en cuenta los aspectos anteriores. Se creó una rejilla para asegurar su simetría, pero la selección de los mismos esperará a la evaluación de segundo nivel para determinar su utilidad con ayuda de un experto.

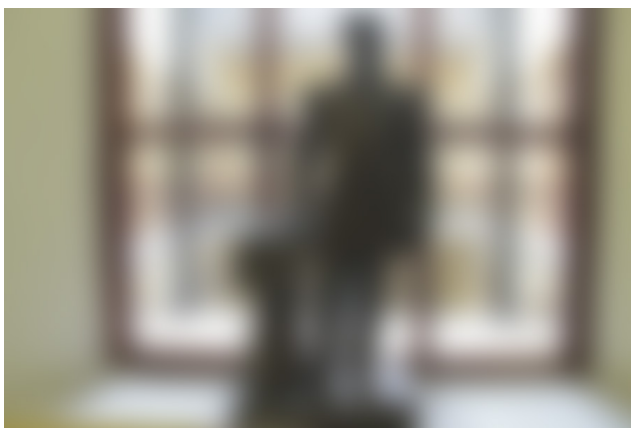


Imágenes

Se trabajan nuevamente tres propuestas de imágenes para determinar su eficacia al momento de ser utilizadas en las diferentes piezas gráficas del museo. Las características básicas de estas, es que deberán ser parte de la edificación, colecciones o piezas dentro del museo. No existe un ángulo determinado para tomarlas aunque prevalecen las de frente. Dado lo anterior, se toman tres tratamientos diferentes para presentarlas.

La primera es el desefoque. Se busca que con este filtro los colores predominantes de las imágenes prevailezcan, pero al ser piezas con tantos contrastes, pueden ser demasiado llamativas y distraer al espectador de otras cosas más importantes, como los titulares o cuerpos de texto. Posee la ventaja de que brinda una superficie bastante amplia para trabajar.

La desventaja es que la imagen se pierde y puede llegar a ser confusa para el espectador, al punto de no transmitir nada.



La segunda propuesta es una versión a una tinta complementada en negro. Con la paleta de colores establecidos se pueden generar imágenes con un tinte único, lo que permite crear diferentes contrastes con los colores de la paleta. La ventaja es que logra integrarse de manera casi instantánea con el resto del manual, al utilizar los colores institucionales. La desventaja es que al solo mostrar un color, puede resultar poco atractivo para el grupo objetivo.



Finalmente se presenta una propuesta con colores menos saturados. En ella se busca acercar más las imágenes a una pintura neoclásica. Mostrar la pieza de manera completa puede considerarse una de sus ventajas; sin embargo, el hecho de que la imagen compita con otros elementos dentro del mismo espacio puede resultar confuso y molesto.

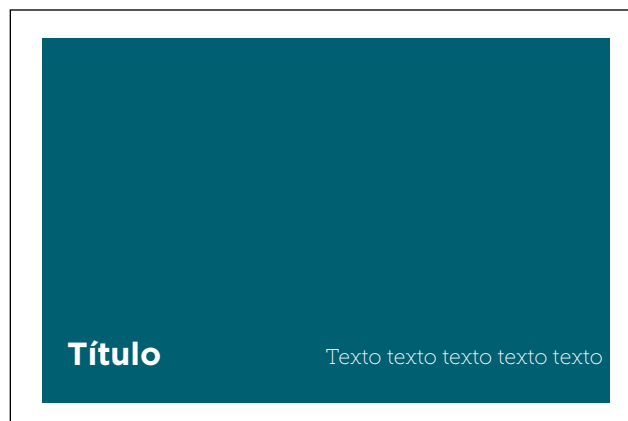


Debido a su versatilidad, utilidad y practicidad, se determina que el segundo tratamiento es el de mayor beneficio para la línea gráfica. Sin embargo, queda pendiente de pasar por ambos niveles de validación para determinar si realmente es útil.

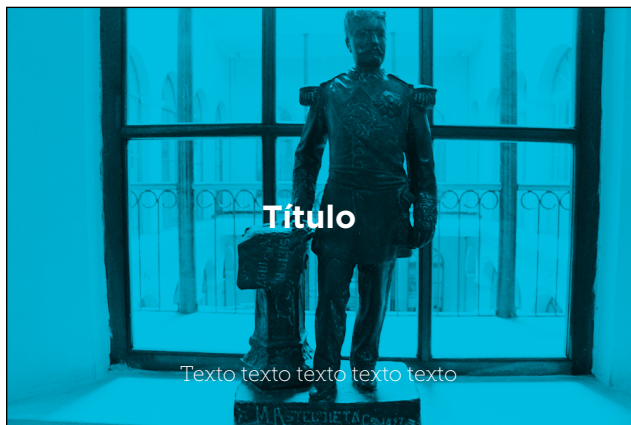
Portadillas

Dentro del manual, serán las que separan una sección de otra. Conservan las mismas características que la retícula; sin embargo, su uso dentro de ella puede ser variable.

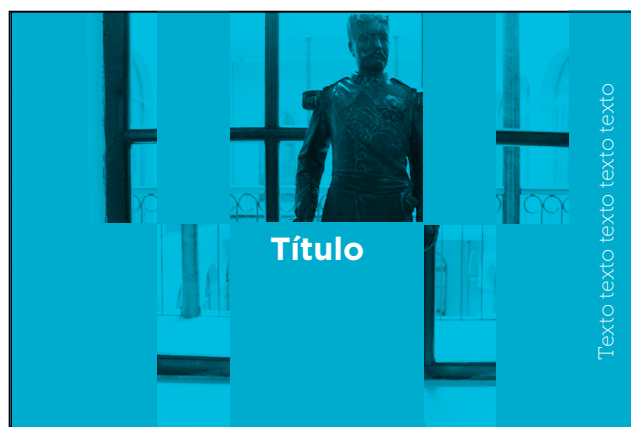
La primera opción es utilizar recuadros que no toquen los bordes de la página. Estos serán en colores sólidos de la paleta de colores y poseerán la tipografía distribuida de manera simétrica en la parte inferior de las secciones. Su ventaja es la simpleza, que engloba todas las características del concepto creativo. La desventaja es que al ser tan simple, puede llegar a ser poco atractivo para el grupo objetivo.



La segunda opción es utilizar las imágenes de manera desbordada, ocupando ambas páginas del manual. En ella se ubican los diferentes elementos, los títulos centrados de manera simétrica, mientras que las secciones se encuentran en una sección alterna. La ventaja es que genera un diseño elegante, simple y atractivo. La desventaja es que la simetría no se encuentra presente.



Finalmente, la tercera opción es utilizar una combinación de imágenes y tipografía. En ella podemos apreciar cómo los diferentes elementos son distribuidos dentro de casillas cuadradas, los cuales son una clara referencia al piso del salón mayor del museo. Entre las ventajas se encuentran que se logra involucrar una vez más a la estructura del museo dentro del diseño. Su desventaja es que, hasta cierto punto, se percibe como un desorden.



Se hace nuevamente una consulta con los demás colegas y se concluye que la segunda opción —a pesar de no poseer una retícula simétrica— es la mejor opción. Lo interesante es que, a pesar de que no lo es, sigue poseyendo la misma retícula que las páginas derechas, por lo cual puede llegar a ser complementada entre las diferentes portadas para lograr simetría.

Coevaluación

Segundo nivel de visualización

Para el segundo nivel de coevaluación se recurrió a la ayuda de tres profesionales del diseño gráfico. Dos de ellos con experiencia en el desarrollo de marca y el tercero, orientado al ámbito editorial. Los tres asesores hicieron su respectivo aporte en cuanto a los lineamientos gráficos institucionales, además de hacer una crítica constructiva a nivel general del proyecto. Además, aportaron ideas acerca de las diferentes piezas comprendidas en el proyecto.

En la primera parte de la evaluación se retoman los aspectos considerados durante la autoevaluación: colores, tipografía, patrones, iconografía y fotografía. En la segunda parte, la evaluación se basó en el material editorial, dando a conocer la rejilla, distribución de texto, tamaños y composición.

Antes de comenzar la coevaluación, se les explicó el concepto creativo, la forma en la que se llegó a él y cómo ha marcado el ritmo y tono en las diferentes piezas gráficas. Se generó así la primera pregunta. La forma de calificar en entre un rango de excelente como la nota más alta, muy bueno, bueno y regular como nota intermedia y finalmente malo como la nota más baja. Además de la nota, se le sugiere algún tipo de comentario que será sintetizado.

Concepto creativo

Evaluación					
	Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Profesional 1					
Profesional 2					
Profesional 3					

Fue catalogado como una idea bastante interesante, “genial” y que tiene mucho potencial para ser explotada. Se dijo que, cuando se habla de un museo, generalmente se piensa en todo lo que hay dentro, en los periodos históricos, pero se olvida dónde se encuentra todo eso; es decir, que

también es parte de la historia la creación de la institución como tal y, por tanto, es importante recordar aquello que siempre vemos pero que no nos detenemos a apreciar.

Colores

Evaluación					
	Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Profesional 1					
Profesional 2					
Profesional 3					

En cuanto a la selección de la paleta de colores, no hubo unanimidad. Uno de ellos consideró que la paleta era incongruente porque utilizaba dos tonalidades frías, una cálida y una neutra. Sugirió que la paleta estuviera conformada o solo por colores cálidos o fríos, o que hubiera un color entre ambos. Otra observación fue que se incluía el negro como parte de la paleta de colores, lo que consideraba un desperdicio de espacio y de oportunidad, ya que, según dice, el blanco y negro siempre se utilizan de manera directa o indirecta en todo diseño. Por tanto, no deberían estar integrados dentro de la paleta de colores.

Tipografía

Evaluación					
	Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Profesional 1					
Profesional 2					
Profesional 3					

La selección tipográfica nuevamente fue causa de debate entre los colegas. La nota más baja corresponde a la protesta de que el cuerpo de texto debe ser cambiado. Considera que la tipografía palo seco sería una mejor opción al momento de crear material de lectura, ya que el grupo objetivo lo notaría como más atractivo y no sería tan “aburrido”. Se debe tomar en cuenta que nunca se le refutó su opinión, apelando al hecho de que según el estudio

realizado previo a la selección tipográfica, se determinó que el grupo objetivo tiene un rango de edades donde la tipografía serif presenta una mayor facilidad de lectura. Además, expertos de otro país en el ámbito tipográfico concuerdan en que este tipo de tipografía siempre será mucho más fácil de leer, porque los diferentes rasgos de los caracteres permiten reconocerlos más fácilmente y evitan confusión al cambiar líneas.

La segunda opinión que no calificó perfectamente la selección tipográfica expuso que la tipografía de titulares se desligaba completamente del concepto creativo y en lugar de generar un contraste, hacía parecer al diseño como algo “barato” y no profesional. Además, la combinación con la tipografía seleccionada no le parecía atractiva; afirmaba que ambas se encontraban demasiado “divorciadas” y no terminaban de formar un todo más grande.

Finalmente, el último comentario alude a una explicación más amplia del estilo considerado durante la autoevaluación, lo cual hace a la selección tipográfica tener sentido. Una sugerencia del último asesor fue la de cambiar la tipografía del imagotipo, por algo con más “clase” como la del cuerpo de texto, a lo cual se le expuso la negativa y determinación de parte de la institución de no cambiar el imagotipo.

Patrones

Evaluación					
	Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Profesional 1					
Profesional 2					
Profesional 3					

La primera opinión fue que parecía algo maravilloso, y que la idea de sacar patrones de la estructura física del edificio, sin duda alguna, le parecía una idea agradable e interesante para complementar la línea gráfica. La segunda crítica hace más una alusión al hecho del porqué no se utilizaron más patrones y figuras complejas que pudieran dar un mayor aporte a todo lo que se está realizando. Finalmente, la última opinión considera de que son demasiados patrones para una sola institución. Considera que incluso se pueden simplificar

más y evitar caer en el uso de distintas marcas dentro de los elementos gráficos. Para ello también considera que se debe utilizar un correcto contraste para evitar que se vean baratos y que parezcan “una invitación a alguna fiesta de quince años”. Considera que el patrón central, el cual envolverá todo el proyecto, se encuentra allí y que solamente es cuestión de profundizar un poco más. También opina que no es necesario desechar el resto de patrones que no se utilizarán, ya que se pueden reservar para eventos temporales o publicaciones que pueden presentarse dentro de la institución.

Iconografía

Evaluación					
	Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Profesional 1					
Profesional 2					
Profesional 3					

A diferencia de las piezas anteriores, en esta etapa se mostraron tres iconos diferentes que representaban una misma señal, que pudieran ser la representación de lo que se está buscando. En este caso la opinión fue un poco más unánime, ya que seleccionaron muchas de las piezas que ya se encontraban determinadas para las señales. Sin embargo, hicieron un llamado a ciertas señales que consideraban que no entendían. También se escuchó la idea de romper con el estándar internacional y de arriesgarse un poco más con ilustraciones que no fueran tan obvias, pero que lograran transmitir el mensaje. Esta idea parece más interesante para innovar y traer la señalización a una época más moderna; sin embargo, por tratarse de señales que están normadas a nivel internacional y se está a la espera de diferentes visitantes (como turistas extranjeros cuya lengua materna no es el español), sería difícil interpretarlas, más aún —como sugirió uno de ellos— si se hace con elementos muy comunes del estilo guatemalteco, conocidos por todos los que vivimos en el país.

Fotografía

Evaluación					
	Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Profesional 1					
Profesional 2					
Profesional 3					

Entre los comentarios más acertados está el que afirma que los detalles allí englobados hacen que la fotografía sea interesante, ya que muchas buscan algo que vemos cada vez que pasamos pero no nos detenemos a contemplar; algo que nuestro concepto engloba y que “siente” que se encuentra allí. Además, considera que el tratamiento de la imagen lo hace ver bastante atractivo, elegante y pulcro. Por el contrario, el comentario con la nota más baja considera que si bien cada fotografía expresa algo del Museo, no existe un mismo ángulo o tema para las fotografías; es decir, que simplemente son muchas y con un tratamiento bonito. Tomar objetos dentro de una institución que tiene tanto para mostrar le parece una idea maravillosa; conviene reservarnos la idea de mostrar las salas o exposiciones completas y centrarnos en algo más interesante, como los diferentes detalles que allí se encuentran.

En esta segunda parte de la evaluación se les mostró tanto el manual diagramado como las diferentes piezas que lo conforman, para que opinaran acerca de los diferentes aspectos. Además, se agregaron dos preguntas para conocer un poco más a profundidad su opinión acerca de las diferentes piezas gráficas.

Rejilla

Manual de normas gráficas

Evaluación					
	Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Profesional 1					
Profesional 2					
Profesional 3					

La primera opinión considera que la rejilla no se está utilizando y, por el contrario, se está violentando dentro del espacio; que no tiene ninguna función en donde se encuentra y que simplemente está allí para “adornar” o “hacer ver importante” el documento, cuando claramente no se usa. Considera que los cuerpos de texto siempre deben ir en congruencia con lo que allí se muestra y es imposible pensar que se puede mostrar de esa manera. Además, opina que los elementos se encuentran flotando sobre un espacio imaginario donde no hay nada más que las imágenes colocadas de manera aleatoria. Considera que se debe corregir y crear algo en lo cual “sí se pueda trabajar”, donde no sea difícil ubicar los elementos y que si alguien más abre el documento, sepa cómo agregar los diferentes elementos sin necesidad de que el diseñador que lo creó se encuentre de manera presencial.

El segundo comentario hace referencia a que se debe distribuir mejor los cuerpos de texto. Considera que no se encuentran alineados de alguna manera a la rejilla, excepto por uno de los laterales o la parte superior. Además, afirma que se puede crear una rejilla independiente para texto y otra para las imágenes; que no se debe restringir todo a simplemente cajas y columnas. Se debe conocer bien la rejilla para poder romperla y crear diferentes opciones.

Piezas de impresión y digitales

Evaluación					
	Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Profesional 1					
Profesional 2					
Profesional 3					

El resultado de las rejillas de las piezas gráficas fue mucho más alentador. De hecho, los comentarios más sobresalientes fueron aquellos donde dicen que si se utiliza la rejilla, los elementos sí se encuentran contenidos dentro de ella y a pesar de que existe un par de intentos “osados” por tratar de romperla, no terminan de hacerlo y le dan cierta forma intrépida y reconfortante.

Distribución de texto***Manual de normas gráficas***

Evaluación					
	Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Profesional 1					
Profesional 2					
Profesional 3					

El primer comentario expresó molestia porque un cuerpo de texto tan pequeño es dividido en partes aún más pequeñas. Lo único que se logra es “acomplejar” al lector al momento de leer. Además, se supone que es algo muy pequeño que al final se ve tan separado. Considera que se debe agregar más texto porque lo que se expresa es demasiado escueto y simple; aún hay mucho que agregar y, además, recordar que es un manual de normas gráficas, no un “libro de imágenes bonitas”.

Los otros comentarios fueron parecidos pero menos profundos. Analizaban la posibilidad de probar una forma de distribuir el texto de manera más simple y evitar que la lectura se perdiera. Además, que el lugar donde se encontraba —si bien era atractivo— no parecía ser muy funcional. Sugieren la idea de colocarlo en otro lado y probar más opciones con el texto.

Piezas de impresión y digitales

Evaluación					
	Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Profesional 1					
Profesional 2					
Profesional 3					

A diferencia del manual gráfico, las piezas fueron evaluadas bastante bien en cuanto a la colocación del texto. Como estudiante, opino que quizás el hecho de que la rejilla sea utilizada de una manera más adecuada, hace que estos elementos posean una línea más armónica. Además, por tratarse de piezas estandarizadas, es probable que no requieran mucha intervención por parte del diseñador para que sean funcionales.

Tamaño de tipografía

Manual de normas gráficas

Evaluación					
	Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Profesional 1					
Profesional 2					
Profesional 3					

El hecho de que las tipografías para las especificaciones de las imágenes sean demasiado pequeñas preocupa al primer asesor, quien considera que pueden perderse en la lectura. No se pueden leer a una distancia muy lejana, pero afirma que no está mal porque el material no está hecho para tener una lectura de ese tipo. Considera que la mezcla de tipografías de diferentes tamaños y el establecer una jerarquía marcada, hace que la lectura sea bastante buena. Sin embargo, considera que los títulos son demasiado grandes y que si se reducen, pueden verse más atractivos.

Piezas de impresión y digitales

Evaluación					
	Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Profesional 1					
Profesional 2					
Profesional 3					

La lectura es fácil en los documentos impresos y en los digitales no existe una sobrecarga de texto; se plantea únicamente lo esencial y eso hace que la lectura sea rápida y práctica. Una de las observaciones fue que quizás se pudiera jugar un poco más con el texto, distribuirlo en diferentes partes. Sin embargo, uno de los problemas que podría conllevar es que se perdería parte de la armonía simétrica; por consiguiente, debería probarse de manera cautelosa.

Composición***Manual de normas gráficas***

Evaluación					
	Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Profesional 1					
Profesional 2					
Profesional 3					

Existe una relación bastante buena entre los diferentes elementos y el espacio del diseño; sin embargo, uno de los problemas mayores es que la parte inferior se desaprovecha. Hay que ver las diferentes posibilidades de utilizarla para colocar información que no sea tan relevante pero sí útil. Otra de las opciones es complementar con alguno de los patrones para aprovecharlos más.

Piezas de impresión y digitales

Evaluación					
	Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Profesional 1					
Profesional 2					
Profesional 3					

Existen muchos elementos en las diferentes piezas gráficas. La mezcla de distintos patrones no funciona. Se debería centrar en uno, máximo dos, y a partir de allí diseñar las diferentes piezas. Hay que evitar sobrecargar demasiado las piezas básicas como la hoja membreteada, y aprovechar las áreas positivas y negativas en piezas más visuales como la tarjeta de presentación y la invitación. Se debe también considerar que muchas se ven más simples y dispersas; no parece que todas pertenezcan a una misma institución. Lo ideal es utilizar sus elementos distintivos, como los colores y patrones.

Comentarios finales

Sin duda alguna, el proyecto es un aporte para una institución que se encarga de educar a la sociedad guatemalteca. Además, las piezas gráficas que se presentan dentro del manual son coherentes con lo que se trata de entregar, debido a que se muestran piezas que de un momento a otro pueden llegar a ser útiles para las autoridades del Museo.

Pieza final

Tercer nivel de visualización

En esta etapa existe un acercamiento hacia el grupo objetivo, al cual se le muestran las piezas gráficas. También se realiza una pequeña encuesta en la cual se dan a conocer los aspectos más relevantes del manual y se evalúa con base en estos.

Para ello, se imprimieron 30 encuestas y fueron entrevistadas 30 personas comprendidas entre los 19 y 60 años. La entrevista fue personal con cada uno de los participantes, mientras el diseñador le mostraba diferentes páginas de cada una de los elementos por evaluar. Dichos elementos fueron:

- Colores
- Tamaño de tipografía y lectura
- Simetría y simpleza
- Iconografía
- Fotografía
- Atractivo de las piezas
- Línea gráfica
- Papelería

En la mayoría de casos los resultados fueron positivos. Esto se respalda gracias a que antes de pasar a este nivel de visualización, se contó con la ayuda de varios profesionales del medio que encaminaron el proyecto a algo más cercano a lo que el grupo objetivo pudo observar. Para conocer más a profundidad los resultados de la encuesta, se puede consultar la sección de anexos.

Fundamentación

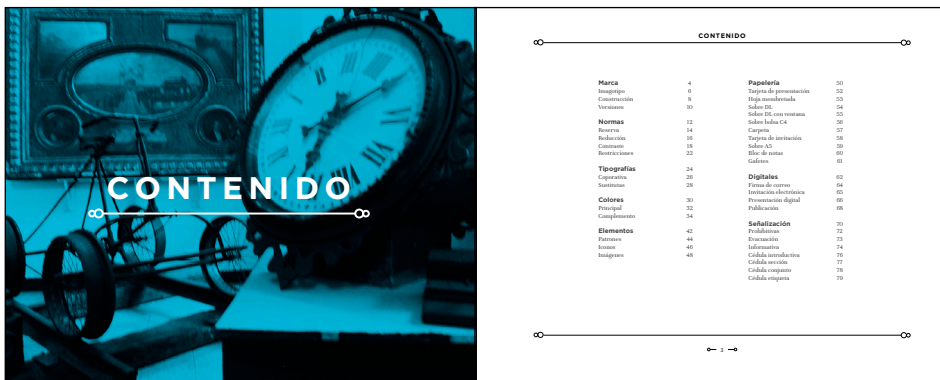
La pieza gráfica final es, sin duda, resultado de trabajar en todo momento con el concepto creativo. Se observa que la pieza desplegada muestra una retícula cuadrada en módulos que representa la fachada del edificio del Museo Nacional de Historia. En ella se observa la cenefa, que es la parte superior donde se ubican los títulos y nombres de secciones; las pilastras, que en el caso de la retícula es la parte donde se encuentra ubicado el cuerpo de texto; la estructura del edificio, que es donde se ubican las diferentes piezas gráficas y, finalmente, el sótano, representado por las especificaciones de cada una de ellas.

El color fue seleccionado a partir de las diferentes pinturas que se encuentran en mayor número dentro del museo. Se logró lograr crear una paleta de contraste que representa los diferentes elementos del Museo y la armonía que poseen.

Los patrones que fueron desarrollados a partir de las molduras y piezas metálicas como puertas y balcones, son otra muestra de cómo el concepto se vuelve a integrar con cada uno de los diferentes elementos desarrollados para el proyecto. Ocurre lo mismo con la fotografía, que muestra diferentes elementos encontrados dentro de las instalaciones, con un tratamiento para marcar más el hecho de que son parte del Museo.

El grupo objetivo manifestó sorpresa y asombro tras la explicación del concepto creativo y la pieza gráfica, después de que fueron evaluados en el tercer nivel de validación. Su apoyo en este proyecto fue importante porque ayudó a mejorar las piezas gráficas a través.

En la primera parte se observa tanto el contenido del manual como la sección denominada marca. En ella se especifica qué es el imagotipo, sus diferentes versiones y usos. Se presentan como la primera parte porque muchas veces este elemento visual es el que ayuda a diferenciar a las diferentes empresas de sus competidores. Sus versiones hacen referencia a las diferentes posibilidades en las cuales el imagotipo puede ser utilizado sin que se pierda la imagen formal de la institución.



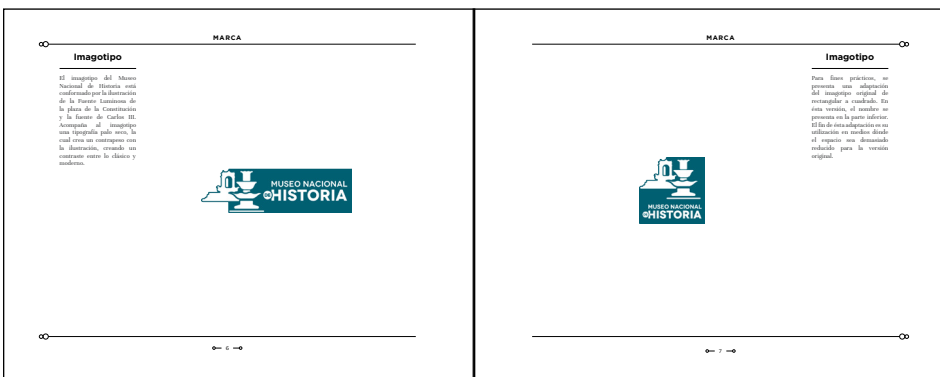
Página 2: Portada de contenido

Página 3: Tabla de contenido



Página 4: Portada de marca con título

Página 5: Portada de marca con tabla de contenido



Página 6: Descripción del imagotipo

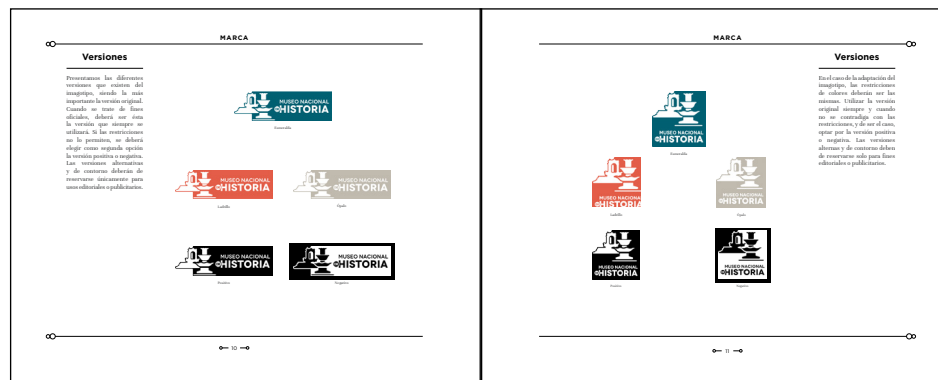
Página 7: Fundamentación y presentación de la adaptación

Página 8:
Estructura del
imogotipo



Página 9:
Estructura de la
adaptación

Página 10:
Versiones a color del
imogotipo



Página 11:
Versiones a color de
la adaptación

La siguiente sección del manual es denominada normas. En ella se especifican cosas básicas como, por ejemplo, el espacio que deberá haber entre el imogotipo y otras imágenes cuando se utilicen en conjunto; el tamaño mínimo que debe tener cuando sea utilizando en medios impresos y digitales, bajo qué fondos de colores puede ser utilizado y, lo más importante, qué no se debe hacer con el mismo.

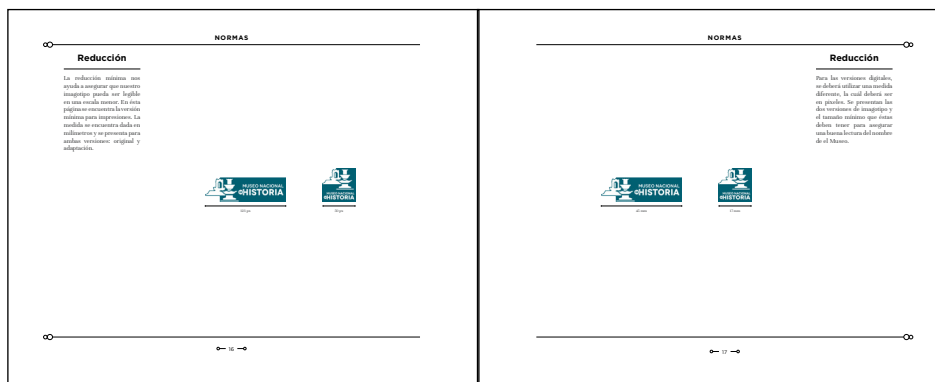
Página 12:
Portada de normas
con título

Página 13:
Portada de normas
con tabla de contenido





Página 14:
Reserva para el imatigotipo



Página 15:
Reserva para la adaptación



Página 16:
Reducciones para materiales digitales



Página 17:
Reducciones para materiales impresos



Página 18:
Contrastes con color principal

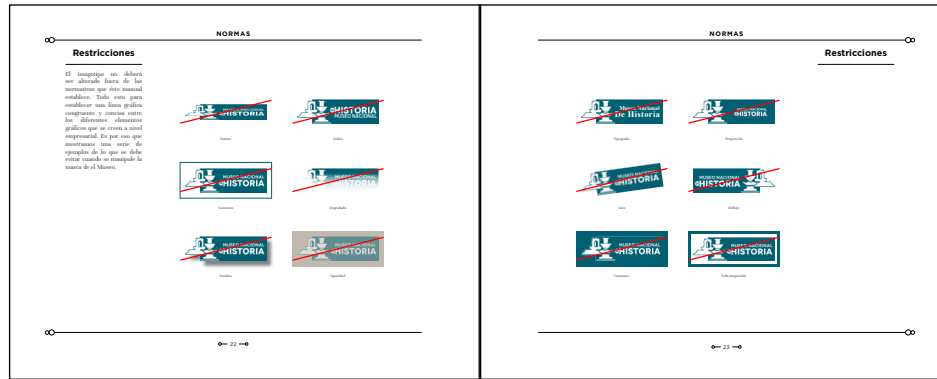
Página 19:
Contrastes en blanco y negro

Página 20:
Contraste en colores secundarios

Página 21:
Contaste en colores secundarios combinados

Página 22:
Restricciones para los
imágenes de el Museo

Página 23:
Restricciones para los
imágenes de el Museo



Las tipografías y las paletas de colores son de los elementos visuales más básicos de todo diseño gráfico. En ellas se puede encontrar diferentes versiones de cuáles pueden ser utilizadas y en dónde. En el caso de las tipografías presenta dos familias con sustitutivas, que son las que reemplazarían a las originales si estas no se encuentran disponibles. En el caso de las paletas de colores, hay una para colores institucionales y luego un color determinado por sala del museo, para ser aplicada en las diferentes piezas gráficas de la colección.

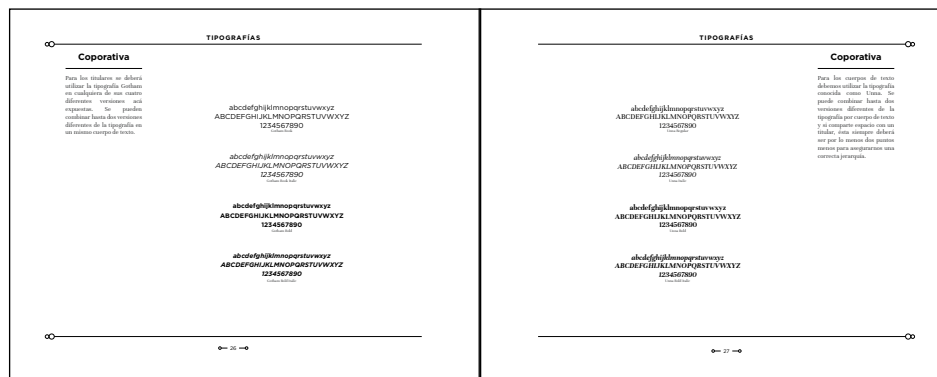
Página 24:
Portada de tipografía
con título

Página 25:
Portada de tipografía
con tabla de contenido



Página 26:
Tipografía principal
para titulares

Página 27:
Tipografía principal
para cuerpos de texto





Página 28:
Tipografía sustituta
para titulares

Página 29:
Tipografía sustituta
para cuerpos de texto



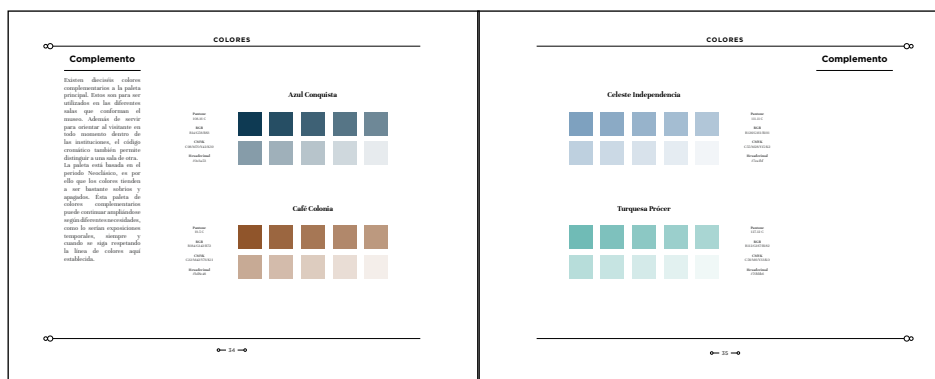
Página 30:
Porta de colores
con título

Página 31:
Portada de colores
con tabla de contenido



Página 32:
Paleta de colores
principal

Página 33:
Paleta de colores
principal



Página 34:
Paleta de colores
complementaria
de colección

Página 35:
Paleta de colores
complementaria
de colección

Página 36:
Paleta de colores complementaria de colección

Página 37:
Paleta de colores complementaria de colección



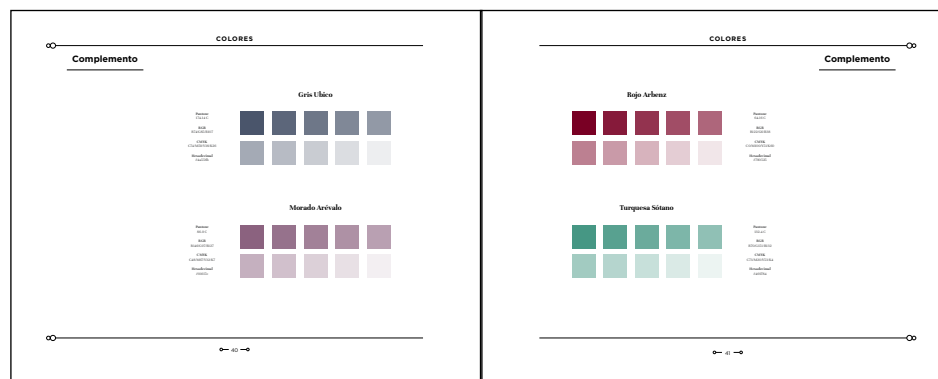
Página 38:
Paleta de colores complementaria de colección

Página 39:
Paleta de colores complementaria de colección



Página 40:
Paleta de colores complementaria de colección

Página 41:
Paleta de colores complementaria de colección

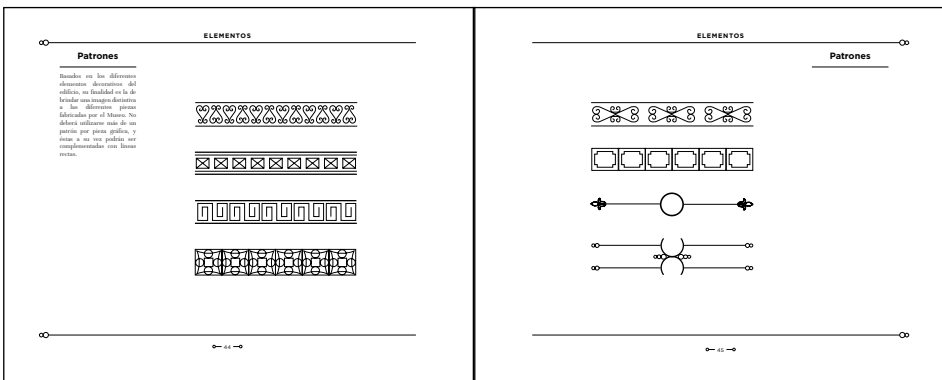


Los elementos son las piezas utilizadas en diferentes creaciones en las instalaciones del museo. Pueden ser en papelería, piezas digitales o señalización. Las fotografías, iconos y patrones pueden ser empleados tanto con fines decorativos como en una utilización más importante y representativa.



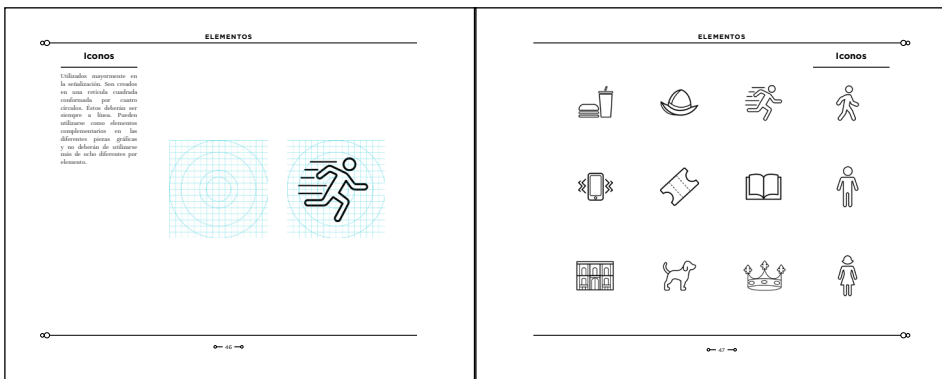
Página 42:
Portada de elementos
con título

Página 43:
Portada de elementos
con tabla de contenido



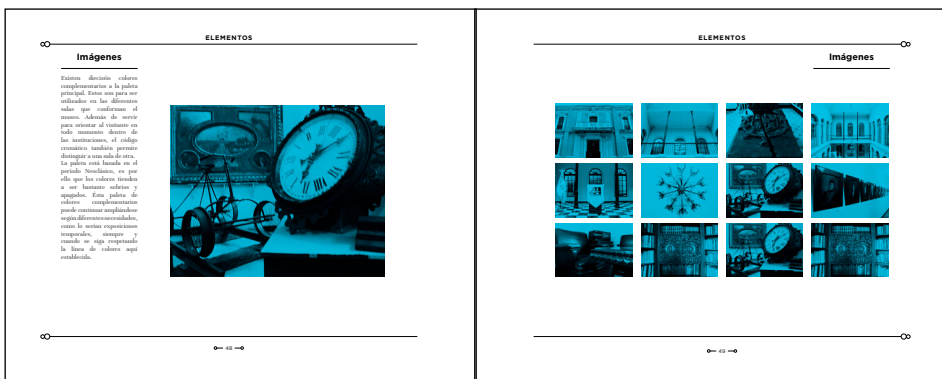
Página 44:
Patrones

Página 45:
Patrones



Página 46:
Iconografía para
piezas gráficas

Página 47:
Iconografía para
piezas gráficas



Página 48:
Tratamiento
de imágenes

Página 49:
Tratamiento
de imágenes

La papelería son todas aquellas piezas que deberán ser impresas en diferentes tipos de papel para ser entregadas, ya sea como documentos del Museo o parte de ellos. Se caracteriza por tener elementos básicos como el color aguamarina de la paleta de colores y el imagotipo del Museo. Por otro lado, los elementos digitales son todos aquellos que fueron diseñados para ser utilizados en plataformas virtuales, como el correo electrónico y las redes sociales. El primero es presentado en milímetros y el segundo, en pixeles.

Página 50:
Porta de papelería
con título

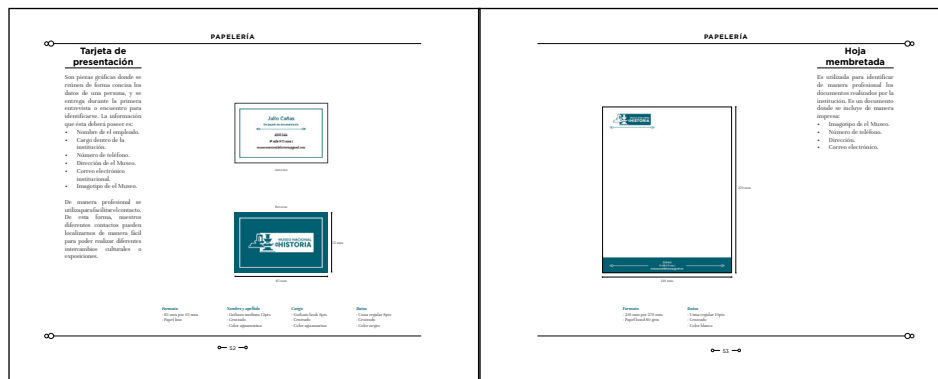
Página 51:
Portada de papelería
con tabla de contenido



- 15 | Tarjeta de presentación
- 16 | Hoja membretada
- 17 | Sobre DL
- 18 | Sobre DL con ventana
- 19 | Sobre bolsa C4
- 20 | Folder
- 21 | Tarjeta de invitación
- 22 | Sobre A5
- 23 | Bloc de notas
- 24 | Gafetes

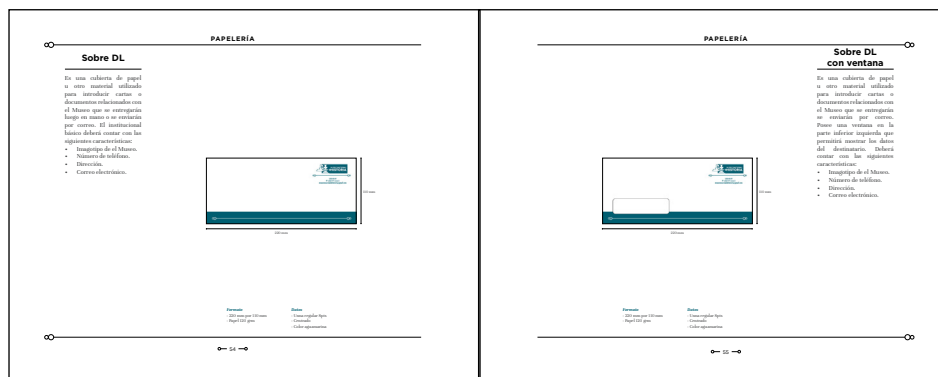
Página 52:
Tarjeta de presentación

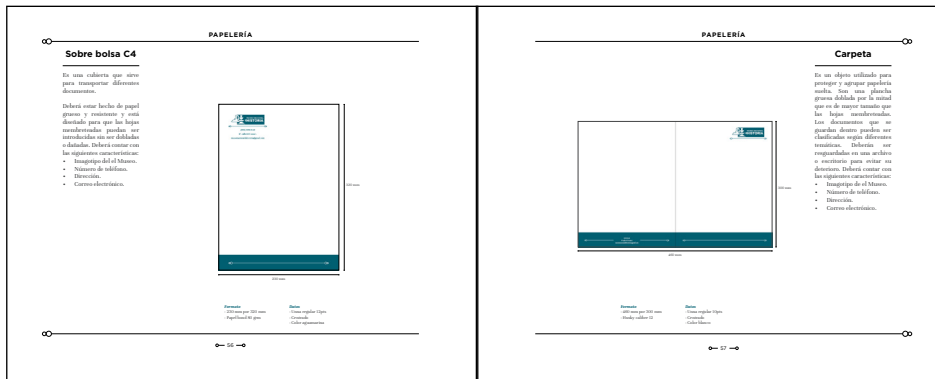
Página 53:
Hoja membretada



Página 54:
Sobre DL

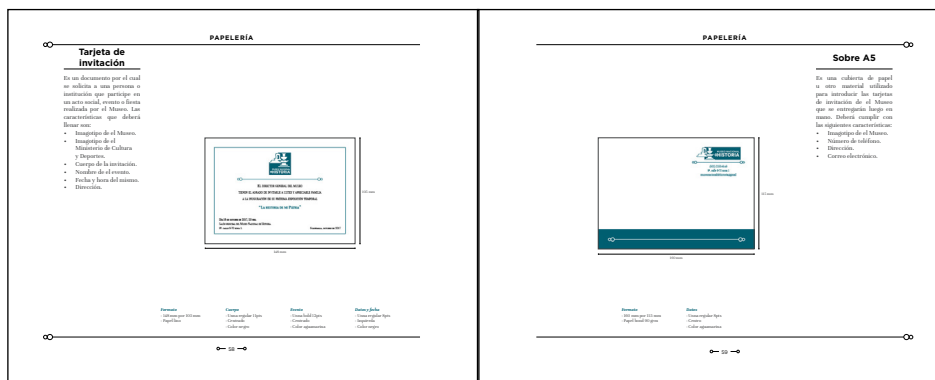
Página 55:
Sobre DL con ventada





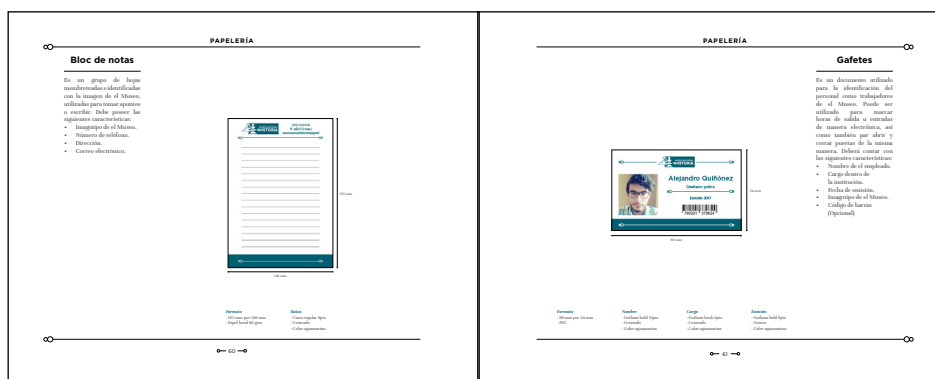
Página 56:
Sobre bolsa C4

Página 57:
Carpeta



Página 58:
Tarjeta de invitación

Página 59:
Sobre A5



Página 60:
Bloc de notas

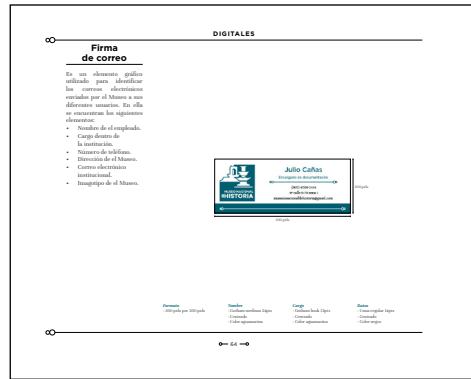
Página 61:
Gafete



Página 62:
Portada de digitales con título

Página 63:
Portada de digitales con tabla de contenido

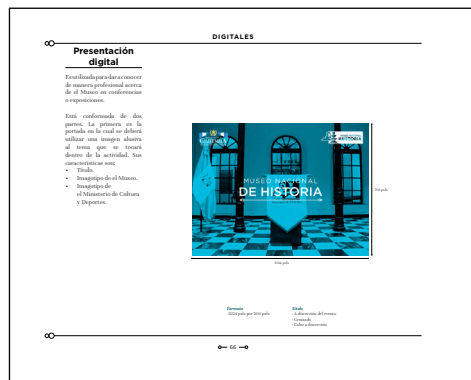
Página 64:
Firma de correo



Página 65:
Invitación digital



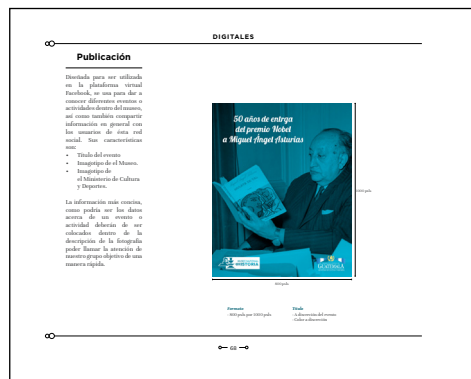
Página 66:
Presentación digital



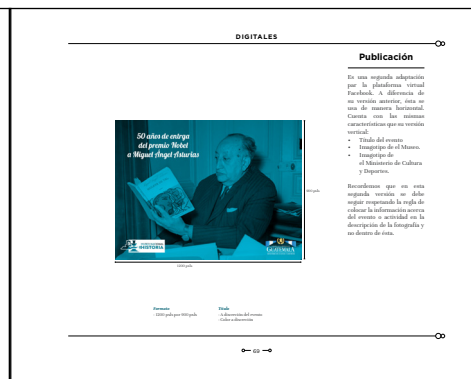
Página 67:
Presentación digital



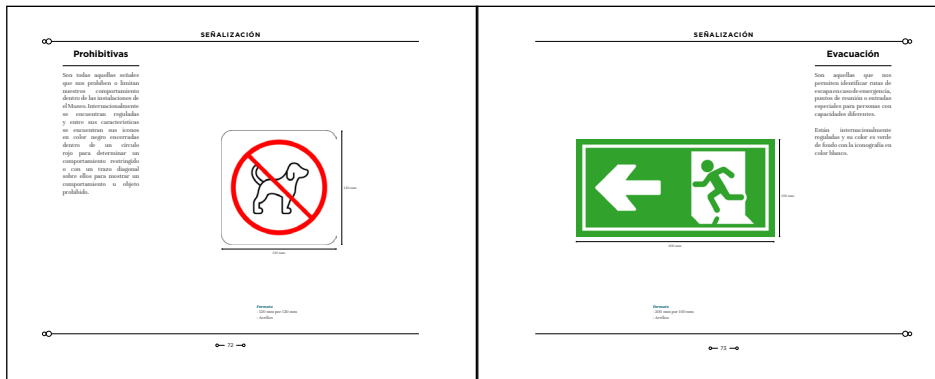
Página 68:
Publicación



Página 69:
Publicación



Finalmente, la última parte es para la señalización de las instalaciones. En ella hay dos grandes grupos: las señales y las cédulas. Las primeras se subdividen en prohibitivas, de evacuación e informativas. Todas poseen diferentes colores y finalidades. El grupo de cédulas se subdivide en introducción, de sección, de conjunto y etiqueta. Su diferenciación se debe al tipo de elemento en el cual estarán ubicadas.



Página 72:
Señales prohibitivas

Página 73:
Señales de evacuación



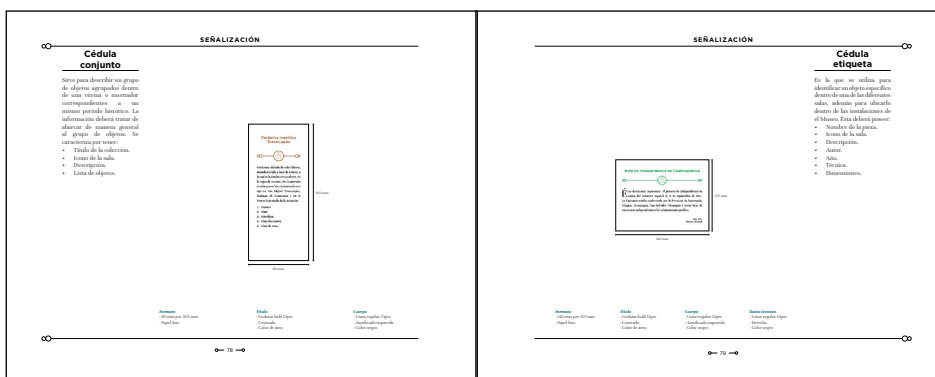
Página 74:
Señales de información

Página 75:
Señales de información



Página 76:
Cédulas de introducción

Página 77:
Cédulas de sección



Página 78:
Cédulas de conjunto

Página 79:
Cédulas de etiqueta

Costos de diseño

Para la estimación de los costos se recurrió a un tarifario internacional para cotizar las diferentes piezas elaboradas durante el ejercicio profesional supervisado.

Entre los gastos destaca el asesoramiento de los catedráticos, los aportes de otros especialistas en sus respectivos campos, el tiempo de investigación y las pruebas de impresión.

Todos los gastos fueron colocados de manera simple para poder ser interpretados fácilmente. Se dejó una utilidad al diseñador gráfico y se tomó en cuenta los impuestos del país.

Descripción	Monto
Asesoramiento de proyecto	Q4,555.20
Cédulas con materiales editables	Q5,694.00
Señales con materiales editables	Q22,248.00
Adaptación de logotipo y aplicaciones	Q11,278.50
Papelería institucional con editables	Q11,607.00
Publicaciones digitales con editables	Q1,752.00
Banco de 30 fotografías tratadas	Q8,000.00
Gastos administrativos	Q7,500.00
Utilidad del diseñador gráfico (25%)	Q18,158.67
Impuesto al valor agregado	Q10,895.20
Total del aporte	Q101,688.57

Costos de reproducción

En este apartado se establece un presupuesto para la reproducción física del manual de normas gráficas. Dicho presupuesto fue elaborado a finales de octubre de 2017.

Los precios que se presentan son el promedio del costo de tres lugares de impresión ubicados dentro de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que ofrecen los servicios de reproducción y empaste.

Para futuras referencias de impresión, conviene tomar en cuenta el tipo de impresión y papel aquí establecidos.

Descripción	Precio unitario	Cantidad	Precio total
Impresiones de hojas de contenido: papel gouche, tiro y retiro, tamaño carta, impresión laser.	Q8.00	84	Q672.00
Impresiones de portadillas: papel bond, impresión laser, tamaño doble carta.	Q12.00	2	Q24.00
Empastado duro, con imago tipo de la institución impreso en la solapa principal.	Q95.00	1	Q95.00
Cubierta de empastado: papel couche, impresión laser, tamaño A2	Q60.00	1	Q60.00
Coste total de reproducción			Q851.00

Capítulo 7

Lecciones aprendidas





A lo largo de este proceso de aprendizaje, el alumno se encontró con diferentes imprevistos que marcaron el proyecto para bien o para mal. En esta sección se presenta una muestra de los principales elementos que marcaron el desarrollo del mismo en orden cronológico: durante el inicio, el desarrollo y finalización del proyecto.



Al iniciar el proyecto

1. Es importante comprender que no podemos hacerlo todo. Existen ciertas actividades que deberían ser aportadas directamente por la institución (recopilación de información, verificación de la misma, clasificación, etc.) pero al existir un tiempo estimado de entrega, el proyecto puede complicarse si depende del epesista realizar estas actividades. Lo ideal es recurrir a otros especialistas en diferentes campos que puedan apoyar durante el proyecto. En el desarrollo del proyecto se contó con el apoyo de un estudiante de letras, quien ayudó a mejorar de manera sustancial la calidad del proyecto al generar los textos utilizados en las diferentes piezas gráficas.
2. Como si se tratase de un trabajo cualquiera, se debe presentar constantemente los avances, por mínimos que sean, para que la institución sepa que se está trabajando en todo momento. Un error muy grande por parte de los estudiantes ocurre cuando no se presenta toda la recopilación de información, de investigación, ensayos y demás. No presentar este tipo de elementos que se pueden considerar irrelevantes para el proyecto puede generar una idea negativa dentro de la institución, ya que demostrará falta de profesionalismo y no se demostrará de manera fidedigna que existe todo un proceso de investigación para fundamentar las diferentes piezas elaboradas.
3. En todo momento se debe mantener la calma. Se puede llegar a encontrarse con personas que no comprendan el trabajo y lo menosprecien o desvaloricen. Es importante demostrar desde nuestra profesión lo valioso que somos dentro de cualquier institución y, además, mostrar el aporte que podemos dar, tanto en la creación de materiales gráficos como en el aporte de ideas.
4. Mantener un presupuesto ayuda a evitar gastos innecesarios. Muchas veces efectuamos gastos extravagantes cuando presentamos reportes impresos como constancia de nuestro trabajo a la institución. La presentación es algo que nosotros, como diseñadores, valoramos mucho, pero lo realmente importante es la comunicación con las autoridades de la institución. Explicar de manera sencilla y práctica lo que se realiza en cada etapa y proceso, qué estamos haciendo y marcar la ruta de a dónde queremos llegar. Debemos siempre dejar una copia de nuestro informe a la institución, aunque algunas veces

queden archivados. Por ello sugiero evitar gastos de impresión fuertes al momento de ser presentados.

5. Mostrar nuestro apoyo completo a la institución es algo que debemos hacer desde el primer día. Siempre podremos colaborar con trabajos menores para mejorar la relación institución-estudiante. Sin embargo, debemos establecer un límite acerca de las piezas extras que se pueden desarrollar, debido que esto puede llegar a entorpecer nuestro trabajo y tiempos de entrega.

Durante el proyecto

1. Durante el proceso de diseño, uno de los contratiempos fue la facilitación de la información. El proyecto y todo lo que comprendía fue explicado a las personas involucradas y encargadas de brindar la información, pero desde un principio estuvieron recelosos de colaborar. Cuando finalmente se tuvo la oportunidad de mostrar un avance que no fuera escrito o de investigación, es decir, un avance gráfico, los encargados se mostraron más abiertos a aportar al proyecto. Es importante, aunque sea un simple boceto, a mano o de manera digital, mostrar lo antes posible un avance gráfico para que comprendan que el proyecto no podrá avanzar si la información relacionada a él no se entrega al estudiante.
2. Ocurrió un problema relacionado a la creación de varios elementos visuales que eran completamente ajenos al diseñador. Al buscar referencias, no se encontró nada que ayudara a generar ideas o al menos alternativas de cómo solucionar dicho problema. Finalmente se logró resolver, gracias a la oportunidad de hablar con la institución. Durante una reunión se facilitó un ejercicio de lluvia de ideas, con ayuda de varios trabajadores del Museo, quienes dieron a conocer puntos de vista completamente ajenos al diseñador, los cuales sirvieron para continuar con el proceso creativo.
3. Mantener una mente abierta en todo momento. Las críticas duras afectan profundamente si no estamos acostumbrados a ellas. Hay quienes no harán comentarios constructivos; por el contrario, únicamente señalarán los defectos. Podemos hacer oídos sordos, pero algunas veces puede que estos comentarios estén en lo correcto.

Debemos aprender a escuchar y comprender el punto de vista de la otra persona, por muy malicioso que este sea. Lo importante siempre será tomar lo negativo y convertirlo en algo positivo, que en este caso, será la mejora de nuestras piezas gráficas.

4. Debemos tener siempre presentes fechas y metas. Uno de los problemas durante el proyecto fue que se facilitara la información. Gracias a la ayuda de uno de nuestros colaboradores, el proyecto logró completarse y tener una mejor calidad de entrega.
5. Delimitar es algo importante. No debemos pensar que podemos abarcar proyectos demasiado grandes durante el tiempo de EPS. Uno de los errores fue creer que se podría trabajar todas las cédulas que se encontraban dentro del museo. Gracias a la ayuda de la institución, se decidió delimitar el proyecto. Esto ayudó a que fuera de mejor calidad y que se entregara en el tiempo estimado.

Al finalizar el proyecto

1. La gestión de tiempos entre la redacción de los informes y la creación de las diferentes piezas es importante. Uno de los errores que se cometió durante el proyecto fue enfocarse en la realización de las piezas gráficas y olvidar la redacción del informe. Esto complicó el proyecto en su etapa final, debido a que se necesitaba de los informes de la validación para corregir las piezas gráficas. Es más prudente avanzar en ambos proyectos que tratar de terminar uno de los dos. Esto repercutió al final en la calidad de informes o piezas que se entregan. También puede llegar a entorpecer o atrasar alguna de las otras actividades, poniendo en riesgo el cronograma de trabajo. Lo ideal es que avancen de manera armónica y sincronizada.
2. No confiar en la cantidad de tiempo disponible. Otro de los errores cometidos durante el proyecto fue una mala proyección de tiempo, debido a rumores externos. Se debe apegar lo más que se pueda a los tiempos establecidos o incluso, en el mejor de los casos, adelantarse a la planificación, por si existiese algún contratiempo que pueda llegar a frenar el proyecto.
3. Las validaciones son uno de los aspectos más importantes durante el proceso de diseño. Muchas veces caemos en el error de creer conocer y saber cómo reaccionará el grupo objetivo. Este proceso probablemente

nos demuestre lo contrario, así como también nos ayude a mejorarlo. Muchas veces, las personas que recibirán el proyecto son las que tienen las mejores ideas y sugerencias de cómo mejorarlo. No olvidemos que también nuestros compañeros del medio pueden ser una fuente importante para generar nuevas ideas y ayudarnos a solucionar problemas gráficos.

Capítulo 8

Conclusiones y recomendaciones





Las conclusiones son los resultados finales del proyecto, donde se determina si fue exitoso o no. También se puede saber si se logró cumplir con ellos o si fue deficiente. En las recomendaciones hay dos grupos diferentes: los técnicos y el gremio. Las primeras son directamente para la institución. Se explica brevemente las razones por las cuales deberá reproducirse, según las especificaciones del manual. Las segundas son para el gremio de diseñadores gráficos, con recomendaciones muy generales para proyectos parecidos a este.



Conclusiones

1. Se generó una serie de piezas gráficas que servirán para la difusión del patrimonio cultural histórico nacional, además de una imagen corporativa que representa a la institución y atrae a nuevos visitantes para seguir alcanzando su objetivo institucional. Esto se respalda con las validaciones de las piezas gráficas, donde el público al que va dirigido reaccionó de manera positiva.
2. Se mejoró la orientación de los visitantes dentro de las instalaciones a través de la creación de un atractivo sistema de iconografía, basado en el sistema internacional de señalización y, en algunos casos, complementado con texto. Adicionalmente se trabajó en la creación de cédulas que sirven para dar a conocer el contenido de las diferentes piezas de las colecciones dentro del museo. Sin embargo, no se pudo concluir la elaboración de todas las cédulas porque la información aún no se encuentra disponible. A pesar de ello, se logró establecer los lineamientos para estandarizar la creación del resto de elementos una vez la información haya sido recolectada.
3. Se creó un manual de normas gráficas que reglamenta y estandariza de manera institucional las diferentes piezas gráficas elaboradas por el Museo, para la mejora de su imagen gráfica. Además, las validaciones respaldan la nueva percepción que el grupo objetivo tendrá de la institución.

Recomendaciones

Para la institución

1. Por difícil que sea, es importante usar el manual de normas gráficas a nivel institucional. Esto permitirá mantener una imagen atractiva y seria para el grupo objetivo, además de que ayuda a fidelizarlo de manera inconsciente con la utilización de elementos visuales.
2. Crear un plan estratégico para recolectar y elaborar lo necesario para las diferentes piezas informativas que se encuentran dentro de las instalaciones.
3. Actualizar lo antes posible el resto de las salas dentro de la institución, para evitar la confusión de los futuros visitantes cuando recorran el Museo.
4. Buscar los medios necesarios para generar una plaza de diseñador gráfico a tiempo completo. Este puesto podría ser compartido por diferentes instituciones para la mejora de la imagen de las mismas ante la sociedad guatemalteca.
5. Reproducir los materiales gráficos según las especificaciones de cada uno de ellos, de acuerdo con el manual de normas gráficas. De no hacerlo, la calidad de las diferentes piezas se verá reducida.

Para el gremio de diseñadores

1. Para crear la señalización es importante conocer los lineamientos establecidos por la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres (CONRED), que poseen varios manuales acerca del tema. Será de gran ayuda al momento de determinar tamaños y colores para las mismas.

Fuentes consultadas





Recopilación de todas las fuentes consultadas y utilizadas para la creación y desarrollo de éste proyecto final. En el podemos distinguir las fuentes bibliográficas y las electrónicas. La primera hace referencia a todas aquellas consultadas en libros y la segunda a las consultadas en páginas web.



Referencias bibliográficas

Avelar, Adan. *Vecindad Gráfica*. 2013. <https://blogvecindad.com/reticulas-para-disenar-icenos-ios-7/> (último acceso: 19 de Septiembre de 2017).

Bourdieu, Pierre. *El amor al arte. Los museos y su público*. España : Paidós Iberica.

Características . *Características* . 2017. <https://www.caracteristicas.co/neoclasicismo/> (último acceso: 4 de Septiembre de 2017).

Champin, Gusda Campos. *El profe Gusda* . 2009. <http://elprofegusda.blogspot.com/2011/02/algo-mas-sobre-el-concepto-creativo.html> (último acceso: 28 de Agosto de 2017).

Consentino, Carlos Javier. *Universidad de Palermo*. Febrero de 2009. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=125&id_articulo=1162 (último acceso: 17 de Agosto de 2017).

Ejemplode. *Ejemplode*. 2017. https://www.ejemplode.com/13-ciencia/3007-ejemplo_de_ficha_museografica.html (último acceso: 12 de Septiembre de 2017).

Elephant. *Manifiesto* . 2016. <http://www.manifestodesigncenter.com/blog-2/2016/8/24/12-salas-con-increbles-colores> (último acceso: 4 de Septiembre de 2017).

Elósegui, Tristán. *Tristán Elósegui*. 17 de Abril de 2013. <http://tristanelosegui.com/2013/04/17/que-es-un-insight/> (último acceso: 28 de Agosto de 2017).

Equipo de colaboradores y profesionales . *AEQHYS*. 2012. <http://www.arqhys.com/articulos/neoclasicismo.html>. (último acceso: 4 de Septiembre de 2017).

Espacio Visual Europa. *EVE Museografía* . 3 de Octubre de 2016. <https://evemuseografia.com/> (último acceso: Octubre de 2017).

- Fusión Tribal . *Fusión Tribal* . 29 de Febrero de 2008. <https://fusiontribal.wordpress.com/2008/02/29/%C2%BFpor-que-es-importante-la-imagen-corporativa-para-mi-empresa/> (último acceso: 16 de Agosto de 2017).
- Grund, Nati. *Emotools*. 16 de Agosto de 2017. <http://www.emotools.com/> (último acceso: Septiembre de 2017).
- Justas. *Icon Utopia*. 8 de Septiembre de 2015. <http://iconutopia.com/proper-way-of-creating-outline-icons/> (último acceso: 19 de Septiembre de 2017).
- López, Julio. *Plaza Pública* . 8 de Febrero de 2017. <https://www.plazapublica.com.gt/> (último acceso: 2018).
- Maram, Luis. *Luis Maram* . Julio de 2013. <https://www.luismaram.com/como-desarrollar-insights-en-publicidad/> (último acceso: 28 de Agosto de 2017).
- . *Luis Maram* . 14 de Julio de 2013. <https://www.luismaram.com/20-ejemplos-de-figuras-retoricas-en-publicidad/> (último acceso: 28 de Agosto de 2017).
- . *Luis Maram*. 18 de Octubre de 2010. <https://www.luismaram.com/que-es-un-insight-en-publicidad/> (último acceso: 28 de Agosto de 2017).
- María, Luiggi Santa. *Staff Creativa* . 30 de Junio de 2015. <http://www.staffcreativa.pe/blog/la-importancia-de-una-buena-imagen-corporativa/> (último acceso: 16 de Agosto de 2017).
- Marín, Patricia. «La importancia de visitar museos.» *El Financiero* , 31 de Julio de 2014: 16.
- Oroxom, Edison. *CrearCrear*. 3 de Septiembre de 2013. <http://www.crearcrear.com/tutorial-adobe-illustrator-crear-iconos-flat-desde-cero/> (último acceso: 19 de Septiembre de 2017).
- Orozco, Andrea. «Tres de cada 10 niños no concluye la primaria .» *Prensa Libre*, 12 de Octubre de 2016: 15.

Osterreich, Maggy. *Slide Share*. 27 de Mayo de 2013. <https://es.slideshare.net/maidalyoficial/codigosvisuales-21984641> (último acceso: 4 de Septiembre de 2017).

Palahniuk, Chuck. «La importancia de los museos.» *El Nacional*, 23 de Octubre de 2015: 21.

Paradero. *Paradero*. 2015. <https://www.paredro.com/7-rapidos-tips-para-disenar-iconos/> (último acceso: 19 de Septiembre de 2017).

Pérez, Jaime. *Ida*. 2015. <https://www.ida.cl/blog/disenio/linea-grafica-imagenes-propias/> (último acceso: 4 de Septiembre de 2017).

Pérez, Noelia. «El museo nacional de escultura incrementa un 23 por ciento sus visitas en el 2015.» *20 Minutos*, Enero de 2016: 24.

Ramirez, Jazmin. *Slide Share*. 2009. https://es.slideshare.net/bomba_jazzy/el-concepto-creativo (último acceso: 28 de Agosto de 2017).

Ramírez, Yanira. *Elefante rosa*. 15 de Mayo de 2014. <https://lauracotaortegaceb82.wordpress.com/2014/05/15/lenguaje-denotativo-y-lenguaje-connotativo/> (último acceso: 28 de Agosto de 2017).

Rebasó, Mónica. *Puro marketing*. 29 de Abril de 2011. <http://www.puromarketing.com/44/9724/aprendiendo-descubrir-insights.html> (último acceso: 28 de Agosto de 2017).

Redacción. *Antevenio*. 2017. <http://www.antevenio.com/blog/2017/02/que-es-un-insight-definiciones-de-marketing/> (último acceso: 28 de Agosto de 2017).

Román, Marisol. *Qué significa este cuadro o escultura*. 2011. <http://www.marisolroman.com/porque-a-la-gente-no-le-gusta-ir-a-los-museos/> (último acceso: 28 de Agosto de 2017).

Rosas, Fernando Menéndez. *Art Factory*. 26 de Junio de 2012. <http://www.artfactory.es/es/news/la-identidad-corporativa-un-factor-determinante-de-la-personalidad-de-las-e> (último acceso: 16 de Agosto de 2017).

Sangers, Jeroen. 2010. Canasto.es. <https://canasto.es/blog/creatividad-equipo> (último acceso: 28 de Agosto de 2017).

Sosa, Galo Fernando. «Expertos detallan la importancia de los museos en el desarrollo de la sociedad .» *El Ciudadano* , 18 de Marzo de 2016: 12.

Vergara, Wilgenins. *Slide Share* . 2 de Noviembre de 2012. https://es.slideshare.net/wilgenis_vergara/definicion-de-tipografa (último acceso: 4 de Septiembre de 2017).

Zaragoza, Manuel. *Educación para el cambio* . 1 de Marzo de 2014. <https://educarparaelcambio.com/2014/03/01/10-herramientas-para-mejorar-la-creatividad/> (último acceso: 28 de Agosto de 2017).

ZIP. *ZIP Virtual*. 27 de Febrero de 2014. <http://www.zipvisual.com/blog/?p=180> (último acceso: 16 de Agosto de 2017).

Anexos






En esta sección se encontrará información de soporte de todo lo que se presentó en este informe.




A continuación se presenta la encuesta utilizada para la validación. Para realizarla se utilizaron las diferentes partes del manual de normas gráficas (no en su totalidad), acompañada de la encuesta para determinar qué factores se deberían mejorar.

Se evaluó a 30 personas comprendidas entre los 19 y 60 años, residentes de la ciudad capital.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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



FACULTAD DE ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

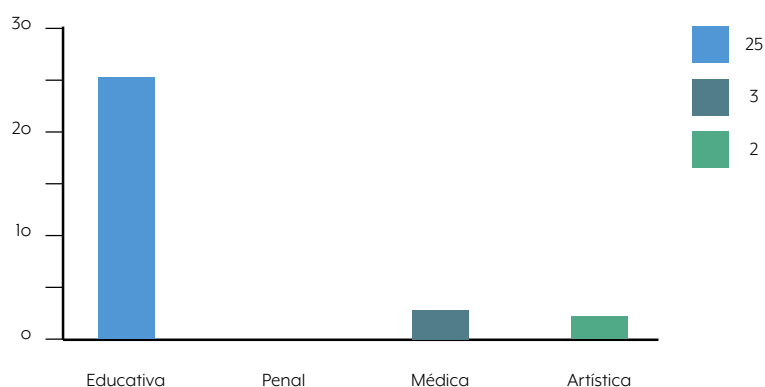
La siguiente entrevista tiene como propósito validar las piezas gráficas elaboradas para el Museo Nacional de Historia. Trate de responderlas de manera sincera. La información recolectada servirá para la mejora de las piezas y para comprender la forma en la cual se están percibiendo. Gracias por su amable colaboración

1. Según los colores presentados ¿Con qué tipo de institución los relaciona?
 Educativa Penal Médica Seguridad Artística
2. ¿Considera que la paleta de colores reflejan una personalidad seria y profesional?
 Si No ¿Por qué? _____
3. ¿Considera que el tamaño de los textos es adecuado para la lectura?
 Si No ¿Por qué? _____
4. ¿Considera que el tipo de letra de fácil lectura y muestra diferencia claras entre cada uno de sus caracteres?
 Si No ¿Por qué? _____
5. ¿Considera que los patrones cumplen con los requisitos de simetría y simpleza?
 Si No ¿Por qué? _____
6. ¿Considera que la iconografía de señalización es de fácil comprensión?
 Si No ¿Por qué? _____
7. ¿Las fotografías representan a la institución?
 Si No ¿Por qué? _____
8. ¿Encuentra a los colores, tipo de letra, patrones, íconos y fotografía atractivos?
 Si No ¿Por qué? _____
9. ¿Considera que todos los elementos mostrados pertenecen a la misma institución?
 Si No ¿Por qué? _____
10. ¿Encuentra atractivos los diferentes elementos de papelería elaborados para la institución?
 Si No ¿Por qué? _____

Evaluación de nivel 3: Validación

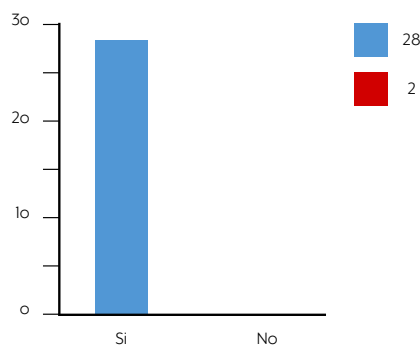
Para la validación con el grupo objetivo se desarrolló una encuesta conformada por diez preguntas, en las cuales se busca recolectar información acerca de su percepción sobre los diferentes elementos y las piezas elaboradas para el proyecto A.

Pregunta 1: Según los colores presentados, ¿con qué tipo de institución los relaciona?



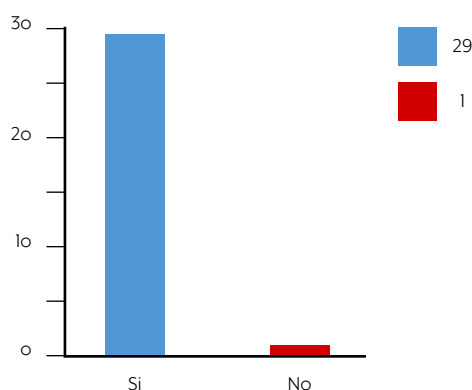
La mayor parte de los entrevistados relacionó los colores que conforman la paleta gráfica con el ámbito en el que se maneja la institución. El color aguamarina resultó ser el que más confundió a varios de los entrevistados, debido a que comentaban que había diferentes instituciones que se identificaban con colores parecidos. El aguamarina es el único que no puede cambiarse por solicitud del Museo.

Pregunta 2: ¿Considera que los colores reflejan una personalidad seria y profesional?



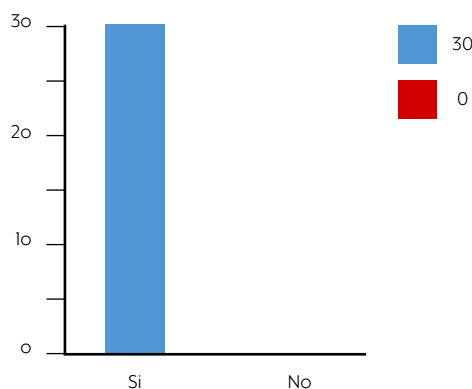
Muchas personas estuvieron de acuerdo con que los colores eran bastante sobrios y opacos, por lo cual reflejan algo más serio que lo que se maneja actualmente. Los entrevistados que no estuvieron de acuerdo argumentaban de que los colores eran demasiado tristes y que quizás pudiera agregarse algo un poco más llamativo.

Pregunta 3: ¿Considera que el tamaño de los textos es adecuado para la lectura?



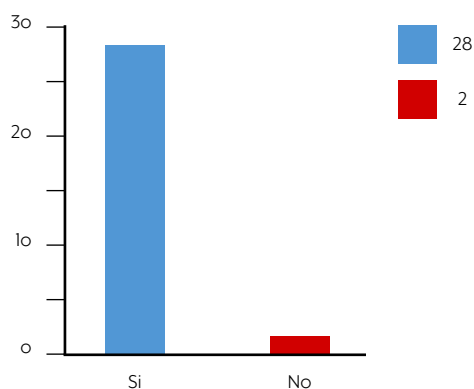
Quienes no estuvieron de acuerdo con el tamaño de texto argumentaban que si el lugar se encontraba demasiado lejos, se les haría muy difícil leer el texto. Las personas que afirmaban esto superaban los cincuenta años de edad y su visión ya no era tan buena como el resto de los participantes.

Pregunta 4: ¿Considera que el tipo de letra es de fácil lectura y muestra diferencia entre cada uno de sus caracteres?



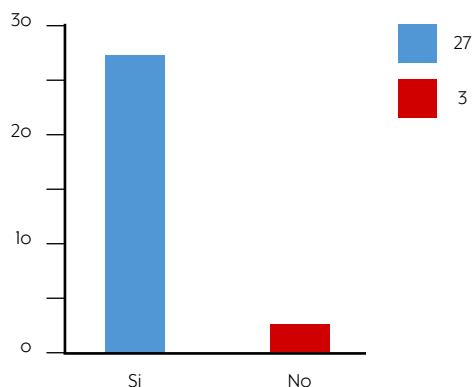
No hubo problemas al momento de validar los cuerpos de texto. Entre los comentarios expresados durante la entrevista se dijo que era algo bastante serio y profesional. Se asume que el grupo objetivo comenta lo anterior con base en la clase de tipografía elegida para los cuerpos.

Pregunta 5: ¿Considera que los patrones cumplen los requisitos de simetría y simpleza?

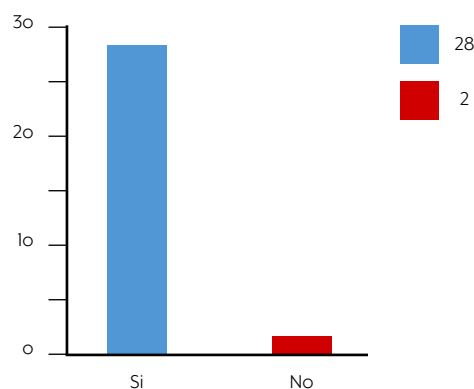


En este caso hubo quienes encontraron los patrones un poco pesados y consideraban que si se miraban un poco más detenidamente, podían dar el efecto de que no tienen una secuencia fija.

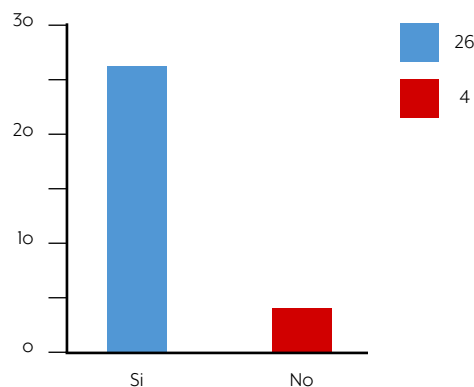
Pregunta 6: ¿Considera que la iconografía de la señalización es de fácil comprensión?



Hubo varios signos que resultaron de difícil interpretación, en especial para las personas mayores, para quienes fue un poco complejo comprender la señal de “teléfono en vibrador”, debido a que algunos de ellos tienen teléfonos móviles muy antiguos o no poseen uno.

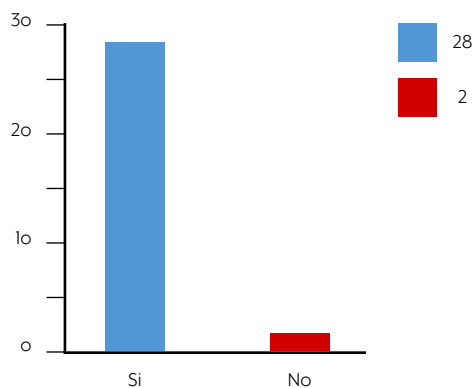
Pregunta 7: ¿Las fotografías representan a la institución?

Entre los entrevistados, hubo quienes consideraban que las fotografías no representan a la institución, porque no han estado dentro de sus instalaciones y, por lo tanto, no conocen cómo se ve por dentro, que elementos existen o cómo saben que son parte de ella.

Pregunta 8: ¿Encuentra atractivos los colores, tipo de letra, patrones, iconos y fotografía?

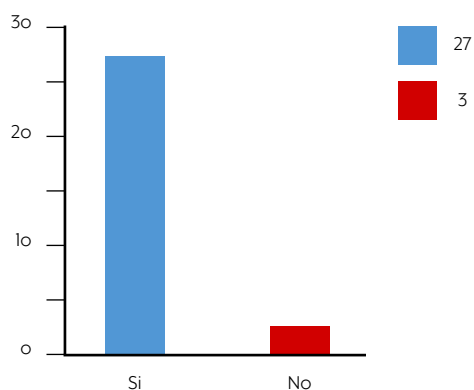
Quienes no los consideran atractivos explican que los colores opacos y los elementos demasiado serios les hacen cerrarse a la idea de visitar un museo. Varios confesaron que aunque los colores fueran más atractivos para ellos, solo visitarían un museo si hubiera algún tipo de evento cultural acorde a sus gustos.

Pregunta 9: ¿Considera que todos los elementos pertenecen a una misma institución?



Quienes consideran que no hay coherencia, explican que lo único que los une son todos los elementos gráficos anteriores, pero que aún así, no comprenden cómo podrían pertenecer a una misma institución. Este tipo de respuestas ha sido muy difícil de interpretar porque es bastante confusa.

Pregunta 10: ¿Encuentra atractivos los diferentes elementos de papelería elaborados para la institución?



Quienes no los encontraron atractivos fueron aquellos que no gustaron de los colores, tipografías o patrones. Se puede afirmar que estas personas no mostraban interés alguno en acercarse a la institución o siquiera conocer más acerca del tema.

Guatemala, 19 de julio de 2018

A QUIEN INTERESE

Por este medio, hago constar que he revisado la ortografía, redacción y estilo de la tesis titulada "Diseño de imagen gráfica institucional para el Museo Nacional de Historia", del estudiante Jorge Alejandro Quiñónez Reyes, carné 2010 16737. Esta tesis fue presentada a la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, previo a conferírsele el título de Diseñador Gráfico.

Para los usos que al interesado convengan, extiendo, sello y firmo la presente en el lugar y fecha mencionados.




Nanci Franco Luin
Licenciada en Letras
Colegiada No. 8013

Nanci Franco Luin
LICDA. EN LETRAS
Col. No. 8013

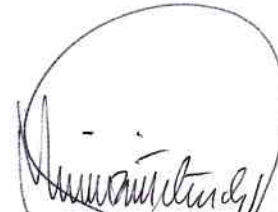
Diseño de imagen gráfica insitucional para el Museo Nacional de Historia


Proyecto de Graduación desarrollado por:


Jorge Alejandro Quiñónez Reyes

Asesorado por:


Marco Antonio Morales Tomas
Asesor metodológico


Miriam Isabel Meléndez Sandoval
Asesora gráfica


Miguel Alfredo Alvarez Arévalo
Asesor externo

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

