

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



**CAMPAÑA EN MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS PARA
DIVULGACIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR EL
CENTRO MUNICIPAL PARA LAS ARTES DE LA
MUNICIPALIDAD DE ANTIGUA GUATEMALA**

Presentado por:
Emily Marisseth Alvarez García

Previo a optar al título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

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

**CAMPAÑA EN MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS PARA
DIVULGACIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR EL
CENTRO MUNICIPAL PARA LAS ARTES DE LA
MUNICIPALIDAD DE ANTIGUA GUATEMALA**

Proyecto desarrollado por:
Emily Marisseth Alvarez García

Para optar al título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, septiembre de 2026

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

JUNTA DIRECTIVA

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

Msc. Licda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

Arq. Mayra Jeanett Díaz Barillas
Vocal III

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola
Vocal IV

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez
Vocal V

Arq. Francisco Ronaldo Herrarte Gonzalez
Secretario Académico

TRIBUNAL EXAMINADOR

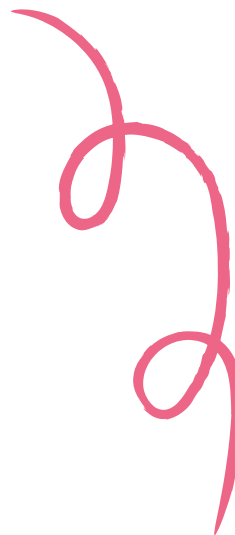
Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

Msc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte
Examinador

Msc. Licda. Miriam Isabel Meléndez
Examinador

Lic. Jorge Josué Caná López
Examinador

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegria





AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mis más profundos agradecimientos a las personas que me han apoyado de alguna u otra manera a lo largo de mi vida estudiantil.

Antes que nada agradezco a mis padres, Macx y Amanda, por creer en mí y en el proceso, por todo su apoyo y amor incondicional; por siempre buscar soluciones en situaciones difíciles y por estar pendientes de mi rendimiento académico, por impulsarme cuando más lo necesitaba, por guiarme y aconsejarme en todo momento, por acompañarme y no dudar de mí, a ellos les dedico todo esto.

A Marjorie, mi hermana, por ser una gran compañía, un pilar fundamental de apoyo emocional y también por siempre impulsarme para seguir adelante.

A mi tía Mónica y a mi prima Melanie, a pesar de la distancia, están pendientes y me dan aliento en todo momento, además de apoyarme muchísimo en los momentos más difíciles, y brindarme todo su cariño para seguir adelante.

A Eimy, por ser mi compañera y cómplice a lo largo de toda la carrera, por apoyarme y motivarme para seguir y creer en el proceso, por ser tan buena amiga y por su cariño.

A Diego, mi novio, por ayudarme y ver más allá de las habilidades que soy capaz de ver en mí misma, por siempre sacarme una sonrisa, ayudarme a expandir mi conocimiento, creer en mí y ser parte de mis sueños.

A mis amigos, que hicieron más divertida la carrera y que me apoyaron, por ser parte de mis sueños y sacrificios.

A la Universidad San Carlos de Guatemala, por darme la oportunidad de formarme profesionalmente mediante educación de calidad y dejarme cumplir el sueño de tener el título universitario de Licenciada en Diseño Gráfico.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	11
Capítulo 1	
FUNDAMENTOS DEL PROYECTO	13
1.1 Antecedentes	15
1.2 Definición del problema	15
1.3 Justificación del proyecto	16
1.4 Objetivos del proyecto	17
Capítulo 2	
PERFILES	19
2.1 Perfil de la institución	21
2.1.1 Características del sector social	21
2.1.2 Historia	21
2.1.3 Filosofía	22
2.1.4 Servicios	22
2.1.5 Identidad y comunicación visual	23
2.2 Perfil del grupo objetivo	25
Capítulo 3	
PLANEACIÓN OPERATIVA	27
3.1 Flujograma	29
3.2 Cronograma	32
3.3 Previsión de recursos y gastos	33
Capítulo 4	
MARCO TEÓRICO	35
4.1 Importancia de la culturización y el arte	37
4.2 Diseño gráfico, cultura y arte	41
4.3 Campaña digital para informar sobre las actividades del Centro Cultural de La Antigua Guatemala	45

Capítulo 5	
DEFINICIÓN CREATIVA	51
5.1 <i>Brief</i>	53
5.2 Referencias visuales	55
5.3 Estrategia de las piezas de diseño	56
5.4 Concepto creativo	56
5.5 Premisas de diseño	59
 Capítulo 6	
PRODUCCIÓN GRÁFICA	61
6.1 Primera visualización - autoevaluación	63
6.2 Segunda visualización - validación con expertos	68
6.3 Tercera visualización - validación con grupo objetivo	73
6.4 Resultado final	76
6.5 Fundamentación técnica	82
6.6 Lineamientos para la puesta en práctica	84
6.6.1 Componentes del proyecto	84
6.6.2 Especificaciones técnicas de los materiales	84
6.6.3 Condiciones de uso	85
6.6.4 Condiciones de reproducción	86
6.6.5 Aporte económico del estudiante	86
6.7 Aporte económico del estudiante	
 Capítulo 7	
SÍNTESIS DEL PROYECTO	89
7.1 Conclusiones	91
7.2 Recomendaciones	91
7.3 Lecciones aprendidas	95
 Referencias electrónicas	93
 Anexos	96

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene la finalidad de demostrar los conocimientos y habilidades adquiridas y forjadas a lo largo de la carrera de diseño gráfico de manera profesional.

Para cumplir con este objetivo se contó con la colaboración de la Municipalidad de La Antigua Guatemala, para la cual se trabajó una campaña en medios digitales e impresos con la finalidad de informar a la población de La Antigua Guatemala sobre los cursos y actividades artísticas que se realizan por parte del Centro Municipal para las Artes.

El contenido de este proyecto se estructura comenzando por el capítulo uno, el cual comienza con la introducción del proyecto, donde se encuentra la definición, justificación y planteamiento de objetivos, para luego seguir con el capítulo dos, en el cual se encuentra el perfil de la institución y el perfil del grupo objetivo.

El capítulo tres presenta la planeación operativa del proyecto, mostrando el flujograma, la previsión de recursos y gastos y el cronograma de actividades realizadas. El capítulo cuatro muestra el marco teórico; en el capítulo cinco se encuentra la definición creativa, mostrando el *brief* trabajado, las referencias visuales, la estrategia de las piezas de diseño y el concepto creativo.

En el capítulo seis se encuentra la producción gráfica, mostrando las evaluaciones y el resultado final de las piezas, con la fundamentación técnica, los lineamientos para la puesta en práctica y el aporte económico del estudiante. En el capítulo siete se presentan las conclusiones a las que se llegaron en el proyecto, las recomendaciones que se les da a la institución, a la Facultad y a los futuros estudiantes, y lecciones aprendidas en la realización del proyecto.

Se le agradece a la Municipalidad de La Antigua Guatemala por abrir sus puertas para la ejecución de este proyecto, por su disposición y colaboración, esperando que sea de gran utilidad para el futuro y presente del Centro Municipal para las Artes y la población de la ciudad colonial.



PRIMER CAPÍTULO

FUNDAMENTACIÓN DEL PROYECTO

El siguiente capítulo abordará la importancia que tiene el arte y la cultura para el desarrollo humano de un país y para la exploración emocional, sus antecedentes y la manera en que instituciones combaten la problemática. Además, se describirá el problema de comunicación visual y los objetivos del presente proyecto.



1.1 ANTECEDENTES

La cultura y el arte juegan un papel importante para el desarrollo de las sociedades, puesto que poseen la identidad y la posibilidad de expresión de las personas.

Las prácticas culturales enriquecen la vida de las personas, también le generan posibilidad de desarrollo, un entendimiento intercultural y ayuda a afinar cualidades como la creatividad y el pensamiento crítico.

Sin embargo, en países subdesarrollados, como Latinoamérica, se carece de apoyo a estas prácticas. En Guatemala, por ejemplo, se posee mucho potencial de crecimiento artístico, hay artistas muy valiosos y que tienen gran talento, sin embargo, la falta de apoyo y recursos provoca la migración o abandono del sector artístico y cultural. En La Antigua Guatemala, hay grandes artistas guatemaltecos, hay muchas personas creativas, sin embargo la falta de información sobre actividades y cursos que pueden ayudar a su desenvolvimiento, hace que la diversidad cultural y artística se vea en peligro.

1.2 DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL

Problema de comunicación: *la falta de información sobre actividades municipales relacionadas al arte y cultura y su importancia para el ser humano, su desarrollo y desenvolvimiento.*

EDUCACIÓN, ARTE Y CULTURA

La culturización de la población es una fuente importante para el desarrollo personal de cada individuo y también lo es para el del país; sin embargo la cultura guatemalteca lastimosamente no está acostumbrada a ponerle importancia a este tipo de temas.

Según el Instituto Nacional de Estadística de Guatemala, la población total de hombres y mujeres desde los 0 años hasta los 70 aproximadamente (incluyendo personas de más de 70 años) del municipio de Antigua Guatemala consta de 61.360 personas,¹ estos datos basándonos en el informe digital que hizo DataReportal este año, que dice «Guatemala albergaba 9,11 millones de usuarios de redes sociales en enero de 2024, lo que equivale al 50,0 por ciento de la población total»,² quiere decir que en Antigua Guatemala 30,680 personas utilizan redes sociales, principalmente TikTok, Instagram, Youtube y Facebook.

Tomando en cuenta estas cifras, es preocupante la situación del Centro Municipal para las Artes de La Antigua Guatemala, puesto que se conoce muy poco, no hay información valiosa sobre este centro y mucho menos sobre su importancia, poniendo en riesgo de obsolescencia no sólo la escuela, sino también la cultura artística del municipio, afectando también a personas con interés por aprender sobre arte y cultura y que desean explotar sus talentos artísticos.

¹Instituto Nacional de Estadística, «Estimaciones y proyecciones de la población total según sexo y edad», 2020, Guatemala.

²Simón Kemp, «Digital 2024: Guatemala – DataReportal – Global Digital Insights», DataReportal – Global Digital Insights, 23 de febrero de 2024, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-guatemala>.

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

TRASCENDENCIA DEL PROBLEMA

La falta de concientización e importancia en la cultura y arte es un problema global, no está bien visualizado, sin embargo tiene gran importancia. El Centro Municipal para las Artes del municipio ofrece la preparación y la explotación de habilidades artísticas y culturales para toda la población en general, por esto es importante que el incremento del alumnado sea la meta, pero esto va ligado al aumento de apoyo en las distintas actividades municipales.

A largo plazo, con el desenvolvimiento de artistas antigüeños gracias a las actividades y beneficios que ofrece la Municipalidad de La Antigua Guatemala y utilizando la campaña diseñada para elevar el aprovechamiento de los beneficios, se verá un crecimiento en la producción artística dentro del municipio, sin embargo, se espera que la realización de contenido digital por medio de una campaña gráfica para informar a la población, Cemunart y las actividades dentro de la institución crezca, tanto el alumnado como la calidad de las capacitaciones dentro del Centro.

INCIDENCIA DEL DISEÑO GRÁFICO

Con el diseño de publicaciones para medios digitales impresos, con contenidos informativos y promocionales, se comenzará a concientizar a la población antigüeña sobre la cultura artística, manteniéndola informada sobre el Centro Cultural, creando con esto, un interés en las distintas actividades que proporciona la Municipalidad, y que estas publicaciones puedan ser divulgadas entre la misma población, por medio de conversaciones cotidianas o por redes sociales, con fotos y menciones.

FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

La institución cuenta con redes sociales institucionales (Facebook, Instagram, X y Tiktok), y con experiencia en comunicación por medio de volantes y afiches, lo cual es un beneficio para la divulgación de información y tener un alcance de manera más inmediata con el grupo objetivo. Además la institución está dispuesta abiertamente a definir nuevamente una estrategia de comunicación para el Centro Municipal para las Artes, con lo cual se ve la posibilidad de independizar este centro de los medios de comunicación generales de la Municipalidad.

1.4 OBJETIVOS

GENERAL

Apoyar a la Municipalidad de La Antigua Guatemala, en informar a la población en general, principalmente a la infancia y juventud del municipio, sobre la importancia cultural para el desarrollo como personas y país, obteniendo más alcance en distintos medios de comunicación y creando una nueva relación entre la institución y los usuarios, por medio del diseño de una campaña publicitaria con presencia en medios digitales, con aplicaciones como publicaciones informativas para redes sociales.

ESPECÍFICOS

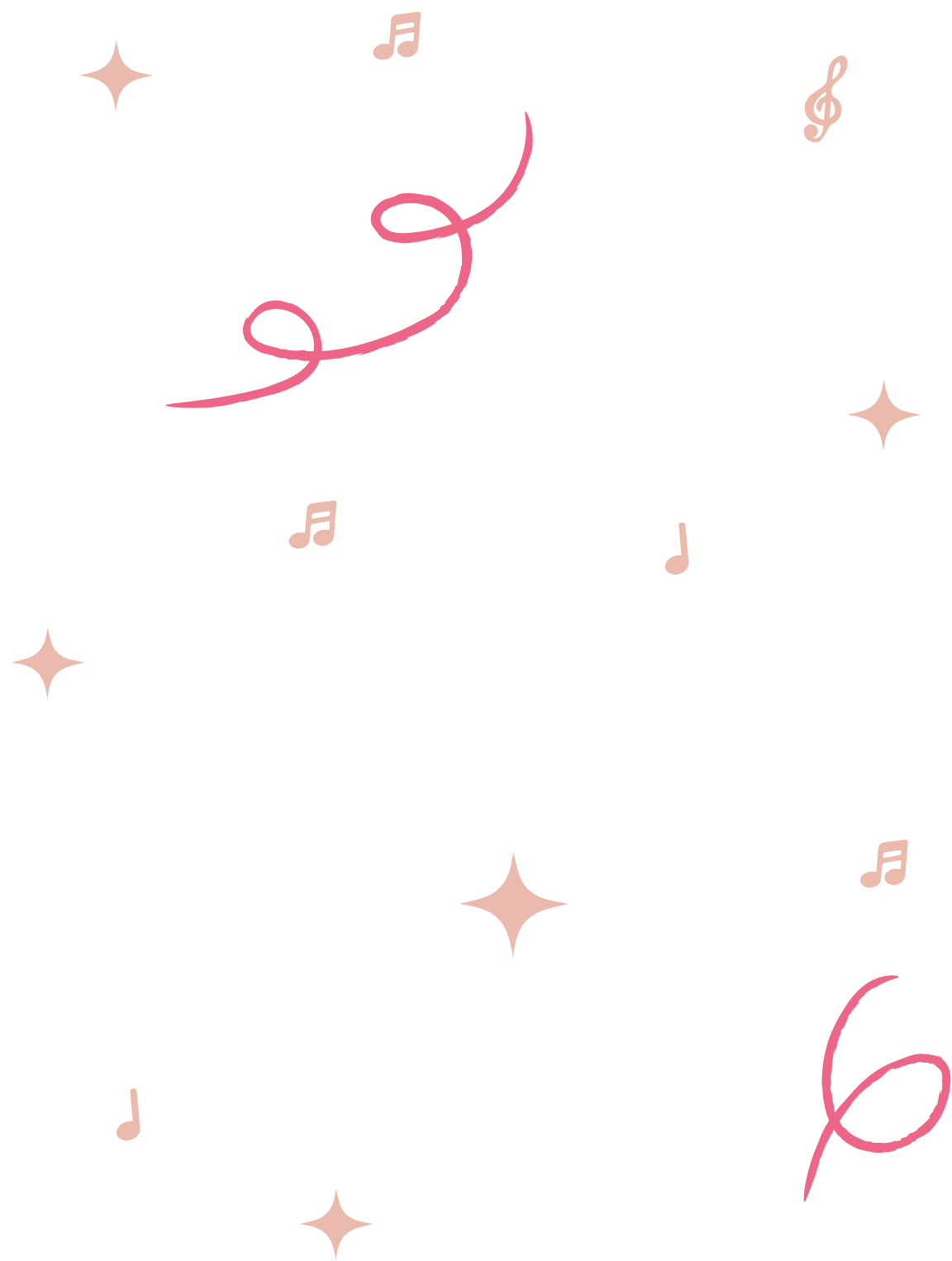
De comunicación visual

Informar sobre los beneficios y actividades culturales y artísticas que el Ayuntamiento de La Antigua ofrece de fácil acceso a la población, para el desarrollo de talentos elevando el alcance de la información que se quiere compartir por medio de la campaña publicitaria en redes sociales institucionales (Facebook, Instagram, X y Tiktok), y en medios impresos como afiches y carteles publicitarios.

De diseño gráfico

Diseñar una serie de publicaciones estáticas para redes sociales, con contenido informativo, promocional, mostrando los servicios de la institución, las instalaciones, los resultados obtenidos de los estudiantes, entre otros, para mostrar a la población en general, principalmente a la infancia y juventud del municipio de Antigua.

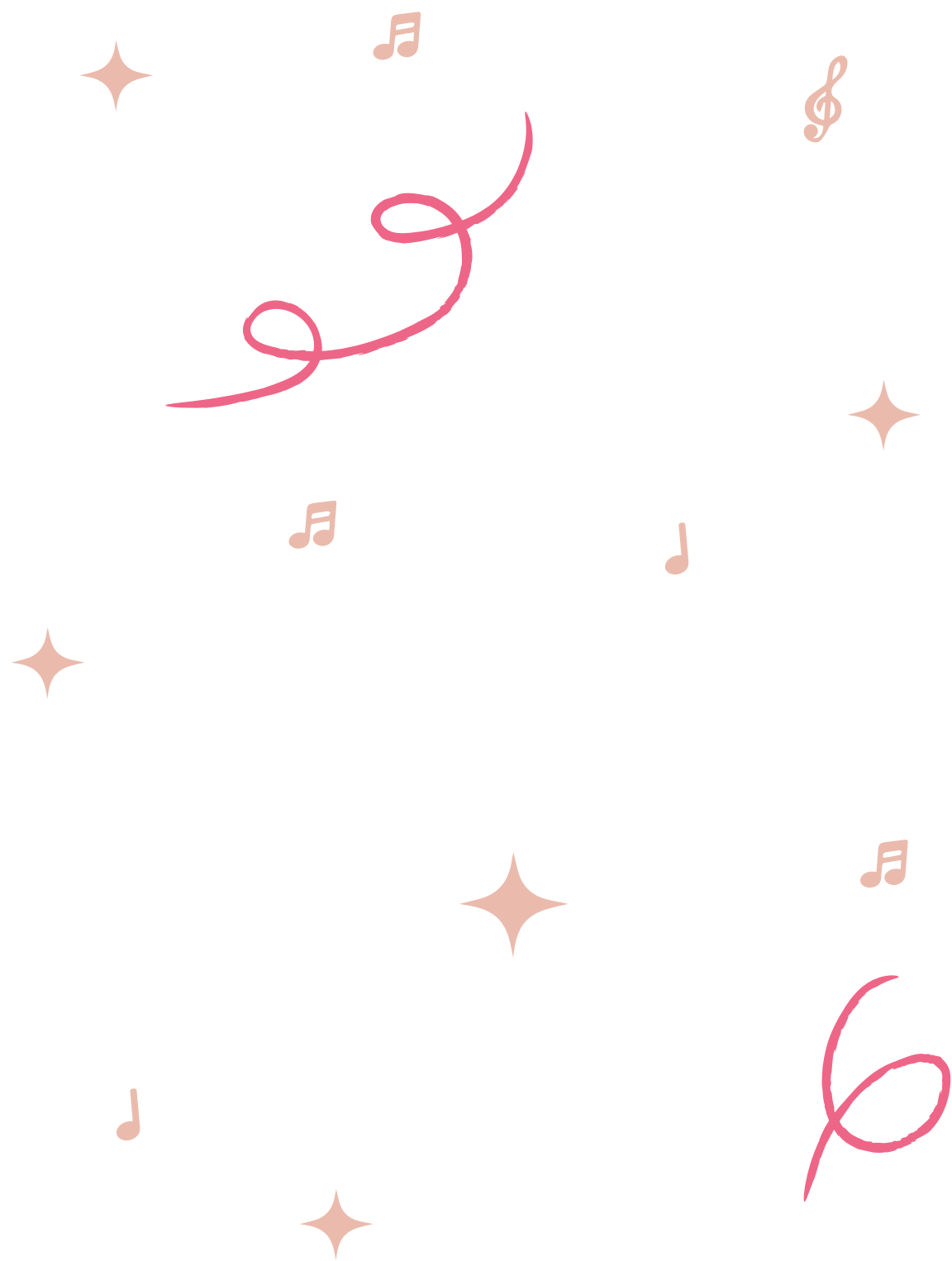
En el siguiente capítulo se abordará el perfil institucional de la Municipalidad de La Antigua Guatemala y el del grupo objetivo del proyecto.



SEGUNDO CAPÍTULO

PERFILES

En el capítulo anterior se detalló el problema social, el de comunicación, los objetivos y la justificación de este proyecto, lo que da paso al capítulo dos, para presentar los resultados del análisis de la Municipalidad de La Antigua Guatemala, así mismo, para llegar a la descripción del grupo objetivo.



2.1 PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

2.1.1 CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR SOCIAL

La Municipalidad antigüeña abarca un poder local, teniendo a su alcance el municipio de la Antigua Guatemala, que se encuentra dentro del departamento de Sacatepéquez, con lo que se presume, se encuentra dentro del sector institucional, por pertenecer al estado, sin embargo, este proyecto se especializa en el sector de educación, por ser parte del tema cultural y artístico de la región.

2.1.2 HISTORIA

Dentro de la página web de la Municipalidad, se encuentran los documentos institucionales, los cuales detallan la historia de La Antigua Guatemala, contando que La Antigua Guatemala fue capital de la capitania General de Guatemala, que se le conocía como Santiago de los Caballeros, y duró así desde el año 1541 hasta 1776, cuando se trasladó se le dio nombre de capital a la Nueva Guatemala de la Asunción, con el traslado, la institución quedó sin autoridades reales y municipales, y en 1784 dejaron el lugar las autoridades de Candelaria y Nuestra Señora de los Remedios, las últimas dos parroquias de la época, de esta manera quedó sin autoridades eclesiásticas. El 04 de agosto de 1786 fue declarada Villa por Real Cédula, y dos años después, en 1788, el Alcalde Mayor de Sacatepéquez pidió retornar la Antigua Guatemala, y al retornar en 1799 se nombró a dos alcaldes ordinarios y a un síndico, haciendo que la ciudad surgiera de nuevo durante el siglo XIX, gracias a las acciones del nuevo Ayuntamiento.

Luego de la independencia de Centroamérica, el 04 de noviembre de 1825, por medio del decreto de la Asamblea Nacional Constituyente, se estableció Sacatepéquez y la Antigua Guatemala como su cabecera.

El palacio del ayuntamiento, hasta la fecha, contiene las oficinas de la Municipalidad de La Antigua Guatemala, y su edificación se realizó entre 1740 y 1743, dando crédito a Luis Díaz de Navarro y Juan de Dios Ariostondo, por el planeamiento y construcción, y a Diego Porres por ser el Arquitecto Mayor de la ciudad en esa época.

Hoy en día, la Municipalidad de La Antigua Guatemala es una institución autónoma, regida y sujeta por la legislación nacional y las principales leyes de administración, donde el gobierno es el encargado del concejo municipal.

Con esto, el departamento de educación de la Municipalidad de La Antigua Guatemala fue creado a partir de la existencia del reglamento interno de Organización y Funcionamiento, que se estableció en el artículo 34 del Código Municipal.³

³Ayuntamiento de la Antigua, Manual de Organización y Funciones, Secretaría de Desarrollo Social, Tomo III Departamento de Educación, capítulo II (Ayuntamiento de la Antigua, 2021), acceso el 1 de febrero de 2024. 1_2023_7sig0.pdf (muniantigua.gob.gt)

2.1.3 FILOSOFÍA

Visión

En los libros institucionales se redacta la visión como *«ser reconocidos como una administración moderna e innovadora, capaz de proporcionar a la población antigüeña, servicios de calidad de manera efectiva.»*⁴

Misión

Se encuentra en los libros institucionales como: *«somos una institución pública autónoma que trabaja en equipo, impulsando con responsabilidad, compromiso y transparencia, atención social y servicios óptimos que mejoren la calidad de vida de los actores que confluyen en el territorio.»*⁵

Valores

Se detallan los siguientes valores como parte de la filosofía de la Municipalidad de La Antigua Guatemala:

«Responsabilidad:

Seguridades al momento de tomar decisiones, las cuales van dirigidas a beneficiar a la población.

Compromiso:

Estamos comprometidos a responder en forma, calidad y dentro del tiempo estipulado.

Transparencia:

Es nuestra obligación rendir cuentas a nuestros vecinos y autoridades sobre el uso de los recursos públicos.

Honestidad:

Siempre hablamos con la verdad.

Trabajo en equipo:

*Trabajamos en equipo, determinados a alcanzar los objetivos trazados.»*⁶

2.1.4 SERVICIOS

Los servicios que fueron encontrados y redactados luego de analizar exhaustivamente en documentos de la Municipalidad son los siguientes:

«Coordinación de ejecución de las políticas y estrategias educativas nacionales en el ámbito municipal, adaptándolas a las características y necesidades de su jurisdicción.

Planificar las acciones en el ámbito de su jurisdicción, en función de la identificación de necesidades locales.

Programar los recursos financieros, materiales y humanos necesarios para el cumplimiento de los planes y programas educativos.

Programar la construcción, mantenimiento y reparación de infraestructura física educativa y velar por su adecuada ejecución.

Promover, coordinar y apoyar los diversos programas y modalidades educativas que funcionan en el municipio, buscando la ampliación de la cobertura educativa, el mejoramiento de la calidad de la educación y la eficiencia administrativa.

Llevar a cabo las acciones que les correspondan en la adquisición y entrega de los bienes objeto de los programas de apoyo establecido por el Ministerio de Educación.

*Ejecutar o coordinar la ejecución de las acciones de adecuación, desarrollo y evaluación curricular de conformidad con las políticas educativas nacionales vigentes y según las características y necesidades locales.»*⁷

4 Ayuntamiento de la Antigua. 2022. «Marco estratégico», en Planificación Institucional 2023 PEI/POM/POA, editado por Ayuntamiento de la Antigua (Guatemala: Ayuntamiento de la Antigua Guatemala, 2022), 34. (muniantigua.gob.gt)

5 Ayuntamiento de la Antigua. 2022. «Marco estratégico», en Planificación Institucional 2023 PEI/POM/POA, editado por Ayuntamiento de la Antigua (Guatemala: Ayuntamiento de la Antigua Guatemala, 2022), 34. (muniantigua.gob.gt)

6 Ayuntamiento de la Antigua. 2022. «Marco estratégico», en Planificación Institucional 2023 PEI/POM/POA, editado por Ayuntamiento de la Antigua (Guatemala: Ayuntamiento de la Antigua Guatemala, 2022), 34. (muniantigua.gob.gt)

7 Ayuntamiento de la Antigua. 2022. «Marco estratégico», en Planificación Institucional 2023 PEI/POM/POA, editado por Ayuntamiento de la Antigua (Guatemala: Ayuntamiento de la Antigua Guatemala, 2022), 34. (muniantigua.gob.gt)

2.1.5 IDENTIDAD Y COMUNICACIÓN VISUAL

Dentro de la línea gráfica institucional y la manera que se maneja la comunicación visual dentro y fuera de la Municipalidad se puede apreciar de buena manera en sus redes sociales, puesto que es un medio bastante extenso y útil para llegar al grupo objetivo que se espera.

Redes sociales

La línea gráfica se ve sólida, pero con el cambio de personal este año se comienza a tomar seriedad con la estética y con el diseño en general, sin embargo, al poseer únicamente una página de redes sociales para el Ayuntamiento, se ve forzada a compartir mucha información, dejando de lado bastantes temas de importancia, como la educación y cultura.



Figura 1: Muestra publicaciones y perfil institucional en Instagram

Fuente: captura de pantalla propia. <https://www.instagram.com/ayuntamientoantigua/>



Figura 2. Muestra publicaciones y perfil institucional en Instagram

Fuente: Captura de pantalla propia. <https://www.instagram.com/ayuntamientoantigua/>



Figura 3. Muestra publicaciones y perfil institucional en Instagram

Fuente: captura de pantalla propia. <https://www.instagram.com/ayuntamientoantigua/>

2.2 PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

Características geográficas

País: Guatemala

Departamento: Sacatepéquez

Municipio: Antigua Guatemala

Análisis e interpretación

El grupo objetivo se encuentra residiendo en el municipio de La Antigua Guatemala, del departamento de Sacatepéquez, de la República de Guatemala.

Características Sociodemográficas

Edad: de 15 a 24 años

Género: hombres y mujeres

Formación académica: estudiantes básica, media superior o superior

Función familiar: padres e hijos

Análisis e interpretación

Se trata de hijos jóvenes, de ambos géneros, que estudian los básicos, el bachillerato o una carrera universitaria, su rango de edad es desde los 12 a los 24 años. Poseen el tiempo suficiente para participar en actividades que explotan sus habilidades artísticas, pueden alternar entre las clases de sus respectivos centros educativos y el Cemunart.⁸

Características socioeconómicas

Clase social: media / media baja / baja

Nivel socioeconómico: con ingresos desde Q4000 hasta los Q20000 al mes

Hábitos de consumo: racional, a veces impulsivo.

Servicios que utilizan: recreación, formación personal y profesional

Frecuencia y horario de consumo: horario escolar, por la mañana o tarde, la frecuencia varía según el arte, o disponibilidad.

Análisis e interpretación:

Tomando como base esta clasificación de los niveles socioeconómicos hay que aclarar que los sueldos (por familia) según las clases sociales guatemaltecas son: clase media baja: Q12.000.00 a Q20.000.00, por lo tanto posee la capacidad de comprar con prioridad para cubrir sus necesidades básicas, pero también puede comprar a veces deseos que tiene, sin perder la compostura económica que ya mantiene.⁹

8 «Ayuntamiento de Antigua». Instagram. Consultado el 14 de marzo de 2024. <https://www.instagram.com/ayuntamientoantigua>.

9 «Ingresos por nivel socioeconómico en Guatemala», Ingresos por nivel socioeconómico en Guatemala (blog), Agencia de Marketing Digital - SéOnline, consultado el 31 de marzo de 2024, <https://seonline.marketing/blog/ingresos-nivel-socioeconomico-guatemala>

Características psicográficas

Estilos de vida: con tiempo justo / apresurado

Motivaciones: aprender sobre cultura y arte / explotar sus habilidades

Valores: responsabilidad, amor, transparencia,

Cultura visual: alta / muy alta

Nivel de cultura visual: alta / muy alta

Análisis e interpretación

Tiene el tiempo justo para realizar sus actividades, porque alterna entre sus estudios formales y los artísticos informales, lleva prisa, por lo mismo, no deja ninguna actividad de las que lleva de largo por ser una persona muy enfocada y con expectativas de ser un artista reconocido. Posee mucha susceptibilidad con los medios visuales, no pasan desapercibidos carteles, libros, boletines, posters, etcétera. Los valores enseñados en casa influyen en sus habilidades artísticas, ser una persona emotiva es una ventaja para las artes.¹⁰

Relación entre el grupo objetivo y la institución

Frecuencia de visita presencial: media

Frecuencia de visita virtual: baja / nula

Servicios más utilizados: música / danza / pintura / escultura

Nivel de satisfacción: alto

Análisis e interpretación

La presencialidad es muy importante para un aprendizaje óptimo de parte del Centro, cada rama del arte que imparte el Centro Municipal para las Artes tiene su propio horario y frecuencia para impartir clases, el contacto digital entre el centro y el estudiante es casi nula, al no poseer una página propia es difícil tomar formalidad de manera digital. Los padres e hijos se encuentran contentos con el nivel de enseñanza que posee la escuela de arte.¹¹

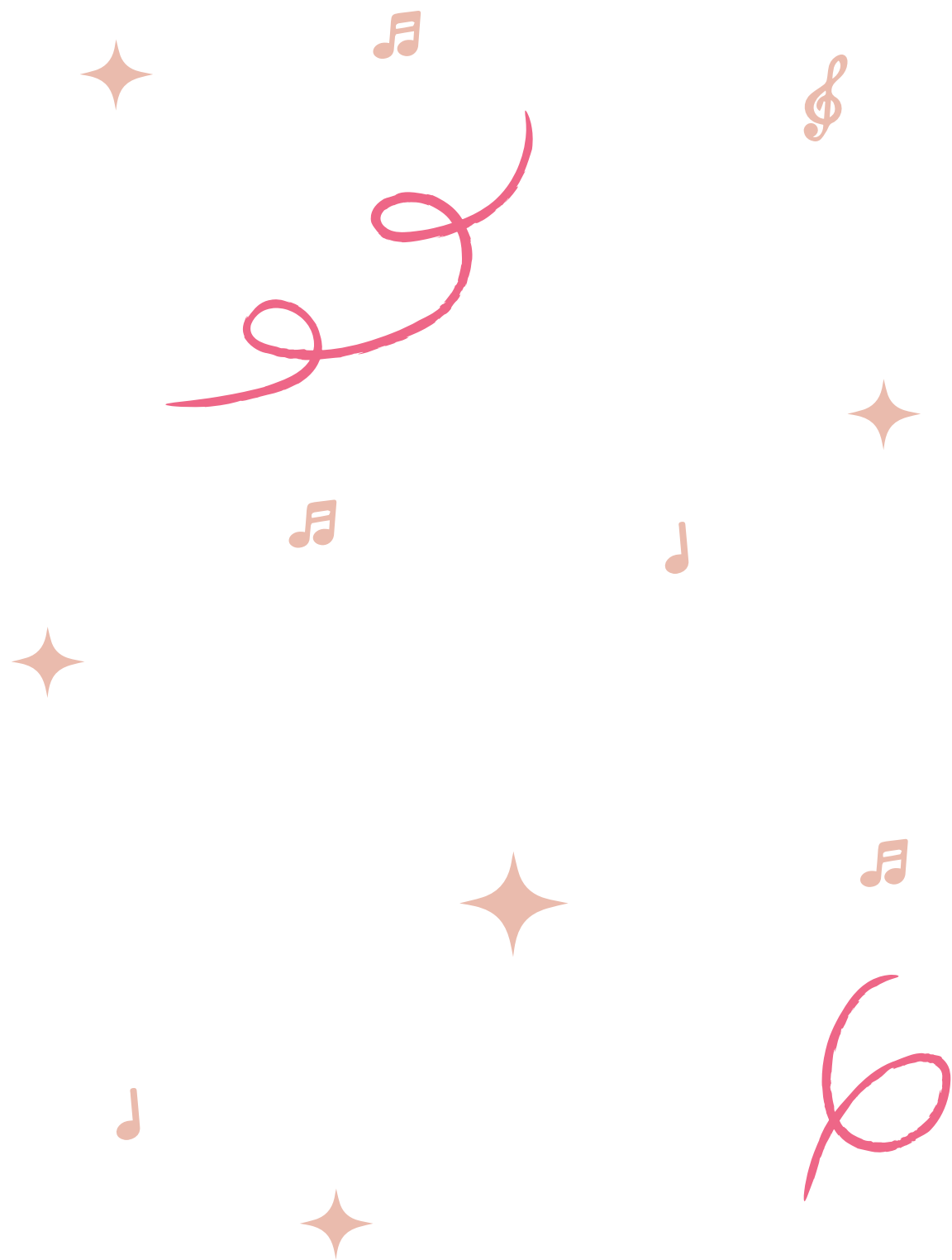
¹⁰ «Ayuntamiento de Antigua». Instagram. Consultado el 14 de marzo de 2024. <https://www.instagram.com/ayuntamientoantigua>.

¹¹ «Ayuntamiento de Antigua». Instagram. Consultado el 14 de marzo de 2024. <https://www.instagram.com/ayuntamientoantigua>.

TERCER CAPÍTULO

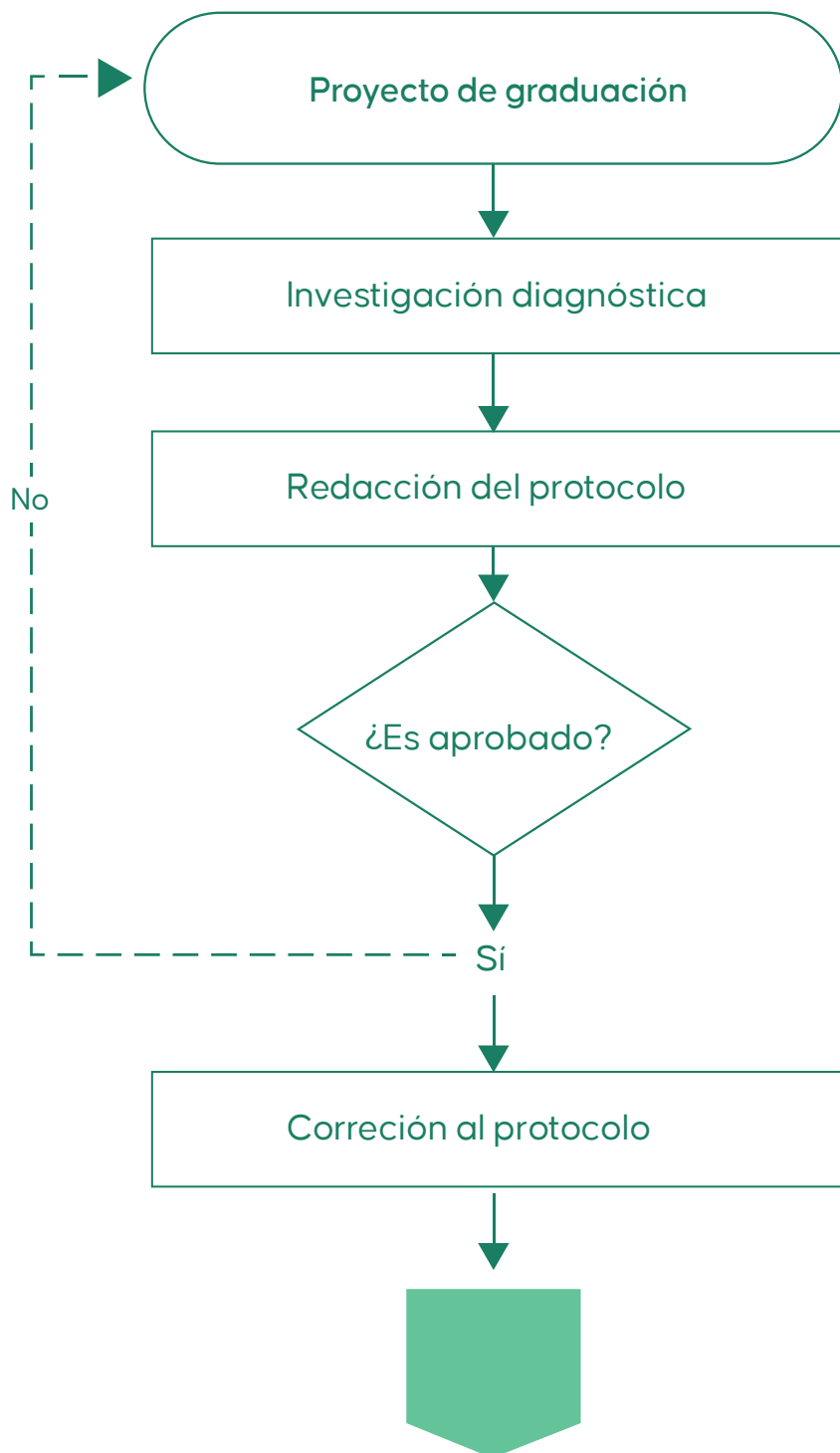
PLANEACIÓN OPERATIVA

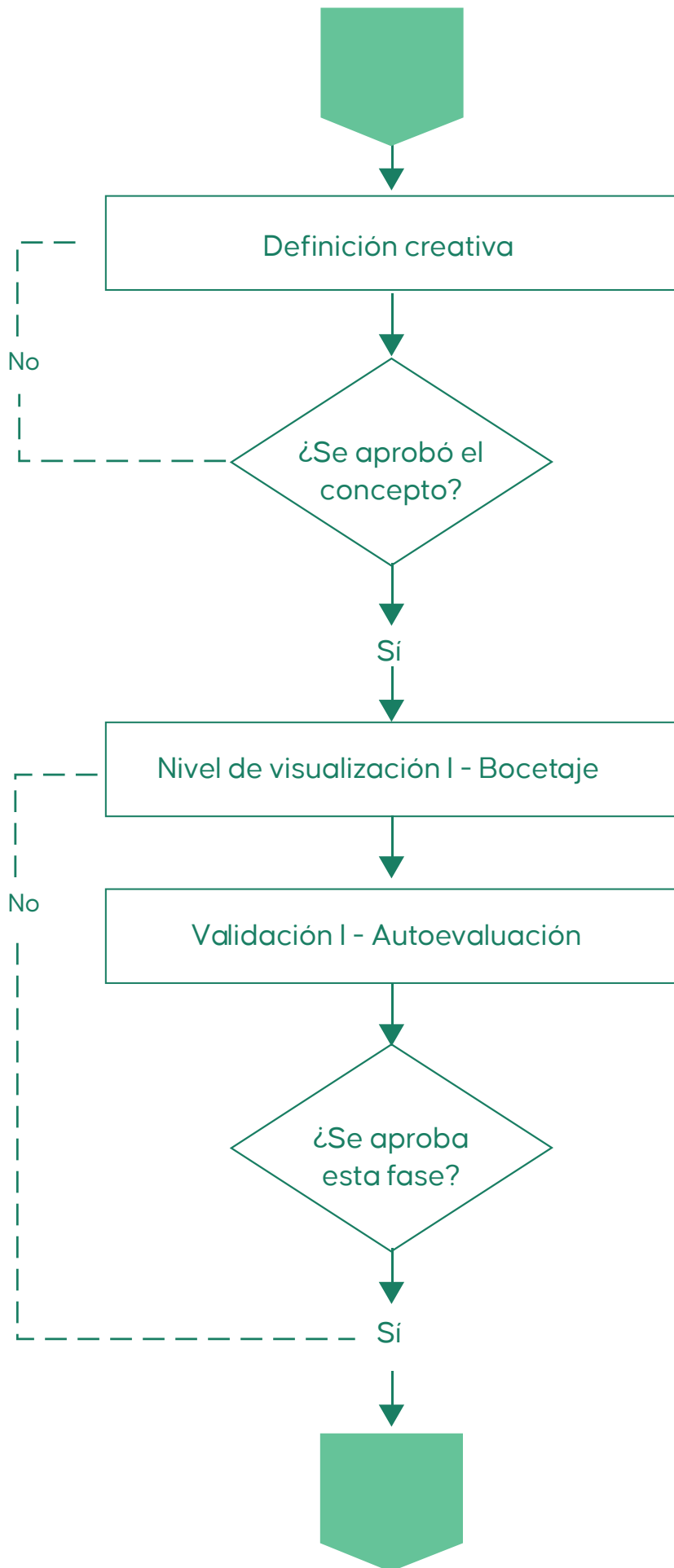
La estructura de este capítulo aborda todo el tema operativo, por lo tanto, permite comprender el proceso y uso de los recursos financieros y de tiempo.

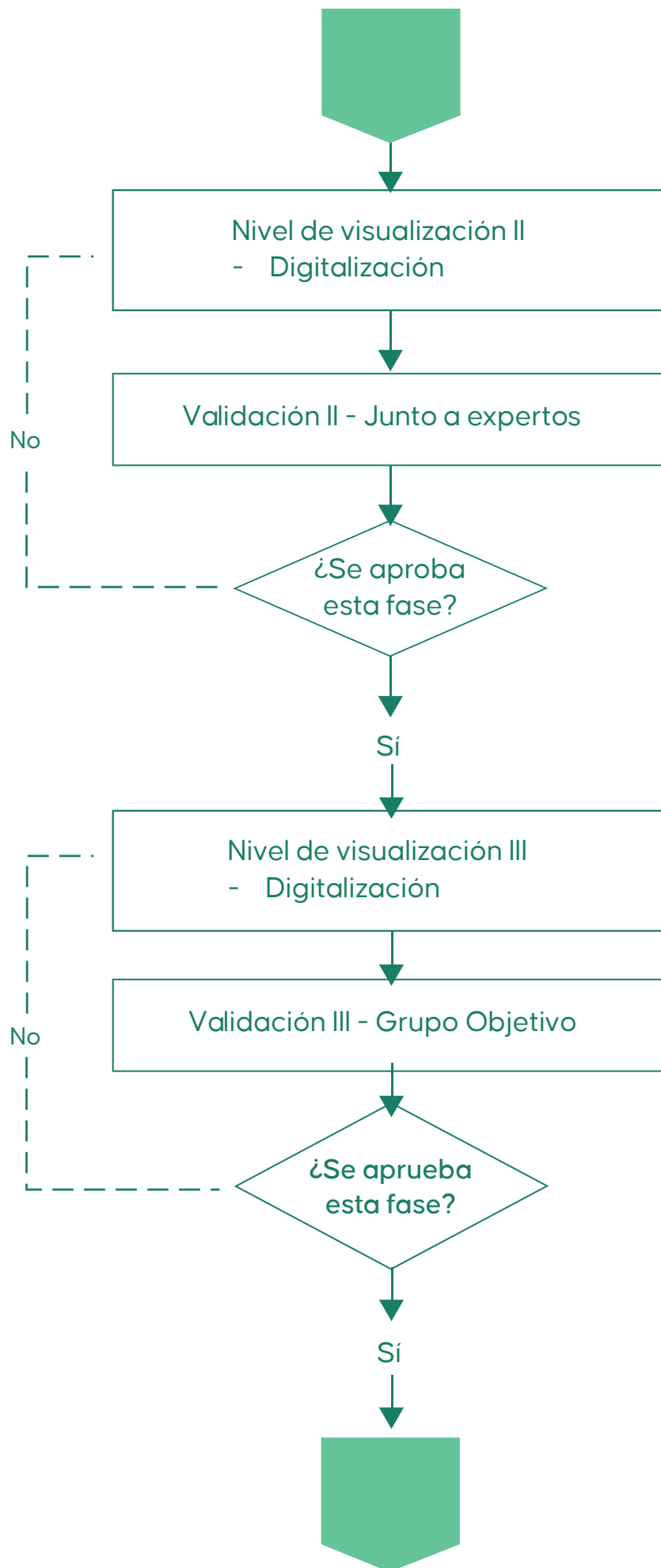


3.1 FLUJOGRAMA

Esta es una representación gráfica de las actividades principales, los recursos y las tareas realizadas para este proyecto.







3.2 CRONOGRAMA

Al tener las actividades establecidas a lo largo del proyecto, es importante graficar los tiempos y horarios que se tomarán para su ejecución.

	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
ACTIVIDAD	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Corrección del protocolo																				
Definición creativa																				
Nivel de visualización 1: bocetaje																				
Validación 1: autoevaluación																				
Nivel de visualización 2: digitalización																				
Validación 2: junta con expertos																				
Nivel de visualización 3: propuestas finales																				
Validación del grupo objetivo																				
Obtención de la solución gráfica																				
Finalización del informe																				
Presentación de resultados finales																				
Finalización de proyecto																				

Tabla 1. Cronograma de actividades realizadas en la duración del proyecto

Fuente: creación propia

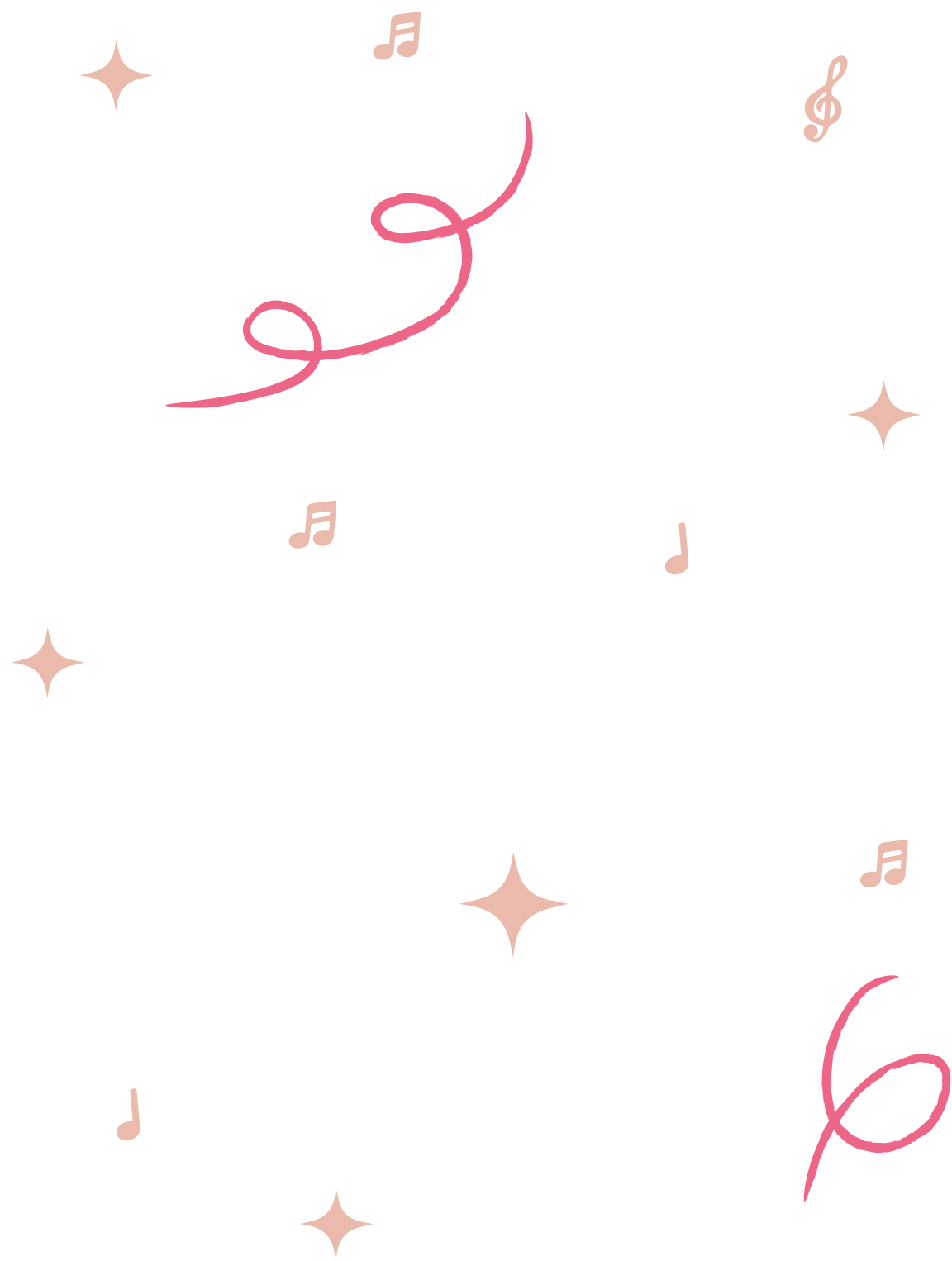
3.3 PREVISIÓN DE GASTOS DEL PROYECTO

Esta sección es dedicada a tomar en cuenta los recursos humanos y materiales del proyecto para la institución y los costos correspondientes.

Costos fijos	Valor	
Agua	Q	69.44
Luz	Q	250.00
Teléfono	Q	76.39
Internet	Q	175.00
Licencia Adobe	Q	160.00
Total	Q	730.83
Costos variables	Valor	
Útiles de oficina	Q	247.20
Impresiones	Q	320.00
Fotocopias	Q	100.00
Transporte público	Q	1,170.00
Total	Q	1,837.20
Servicios profesionales de diseño	Valor	
Investigación	Q	2,700.00
Bocetaje	Q	1,440.00
Fotografía	Q	2,500.00
Digitalización	Q	8,000.00
Validación	Q	2,880.00
Total	Q	17,520.00
Imprevistos de 10% del total	Q	2,008.80
Subtotal	Q	20,088.03
Impuestos	Valor	
IVA (12% sobre el total)	Q	2,410.56
ISR (5% sobre el total)	Q	1,004.40
Total	Q	25,511.80

Tabla 2. Presupuesto elaborado a corde a la previsión de gastos para el proyecto

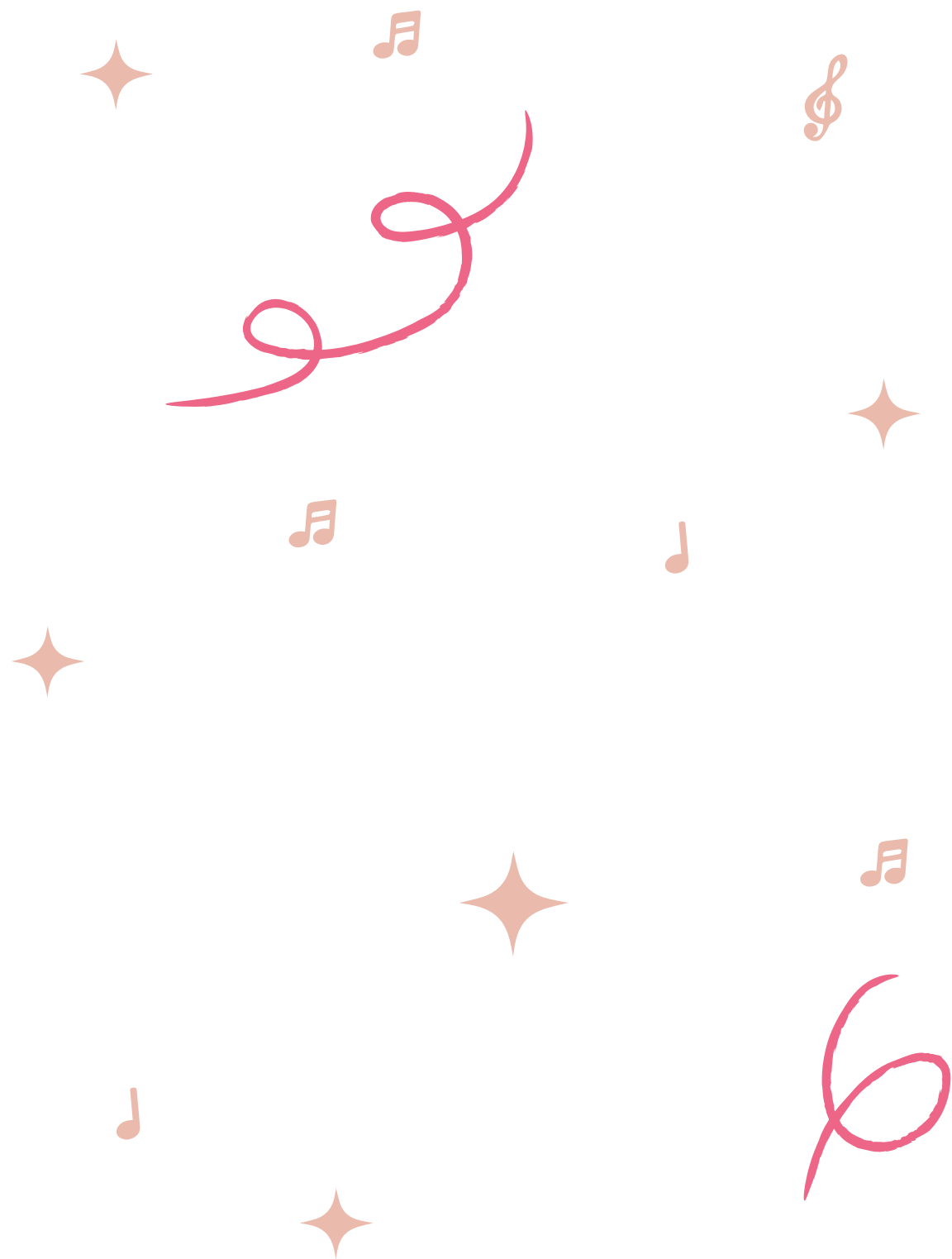
Fuente: elaboración propia



CUARTO CAPÍTULO

MARCO TEÓRICO

En este capítulo se detallará el marco teórico, abordando temas válidos que se relacionan a la problemática social que se trata en el proyecto, para la delimitación y fundamentación teórica del proyecto.



4.1 IMPORTANCIA DE LA CULTURIZACIÓN Y EL ARTE

La educación y la cultura son pilares fundamentales en la construcción y el desarrollo del ser humano y se ha visto desde los principios del desarrollo del ser humano. Según el libro «¿Qué es educación?» de Rev. Gustavo Bermudez, como el título muestra los tipos de educación y su influencia luego de las guerras mundiales, también de su impacto y afluencia en Latinoamérica. Se define como el conjunto de acciones destinadas a desarrollar sus capacidades intelectuales en una o varias áreas de conocimiento, y se relaciona con el transmitir el conocimiento.¹² Este proceso abarca desde la infancia hasta la adultez, adaptándose y evolucionando con el individuo a lo largo de su vida. Con base en esta definición, para este proyecto se define la educación como el proceso que puede ser impartido para el desarrollo de distintas capacidades intelectuales que posee el ser humano, creando un avance intelectual.

Por otro lado, como se explica en el libro «¿Qué es el arte?», se detallan los distintos tipos de arte, como la arquitectura, la danza y pintura, explicando por qué es tan importante para la sociedad. Su autor, León Tolstói, nos demuestra lo difícil que es encasillar el concepto “arte” en una sola definición, sin embargo, lo más certero y completo a lo que se puede referir y es que el concepto de arte se entiende como la manifestación de la «belleza», comprendiendo esta palabra como lo agradable a los ojos, sin embargo, al incluir las demás ramas artísticas, se puede incluir el tacto, el gusto y el olfato dentro de esta definición.¹³

La manifestación del ser humano ha servido como un medio para canalizar ideas, emociones y valores a lo largo de la historia.

Las formas artísticas como la danza, la música, la pintura, y la escultura, entre otras, han permitido a las personas expresarse en toda la historia de la humanidad, en estos casos, el arte actúa como un medio de comunicación, creando una conexión entre el emisor y el receptor del mensaje, haciendo que ambos coinciden en algún punto. Esto es tan general y va más allá de fronteras culturales y lingüísticas, por lo que se puede considerar como un lenguaje universal, permitiendo a las personas de diferentes épocas y lugares conectarse a través de experiencias compartidas y emociones comunes.

¹² «¿Qué es educación?», Google Books, consultado el 4 de septiembre de 2024, <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=weIG7JSrm8C&oi=fnd&pg=PA1&dq=que+es+educacion&ots=2Ct4EypLKY&sig=ieO9fvUevvsrbUml9vBMhQXuOEcv=onepage&q=que%20es%20educacion&f=false>.

¹³ León Tolstói, ¿Qué es el arte? (Rusia, 1898), <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=RwvfEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=que+es+el+arte&ots=X4mRXDP92k&sig=zPXFSSohyL3LWW5VCy5Xq52jLY#v=onepage&q=que%20es%20el%20arte&f=false>.

El término «bellas artes», el cual se refiere a la expresión artística que está destinada a ser contemplada, no tiene una función utilitaria, y al mismo tiempo permite comunicar hechos o emociones mediante colores, movimientos, sonidos; como se había aclarado previamente, cualquier manifestación que pueda apreciarse con los cinco sentidos. Dentro de este concepto se conocen siete ramas artísticas, las cuales se han encargado de embellecer el mundo desde la antigüedad; las cuales se encuentran:

PINTURA: son manifestaciones visuales, que usan un conjunto de técnicas y materiales sobre superficies determinadas, con composiciones gráficas, considerando algunos valores estéticos. Se utilizan elementos como texturas, colores, formas, armonía, equilibrio, luz, perspectiva entre otros; representando emociones e ideas dependiendo al tipo de tema que se abarca.

ESCULTURA: se crean formas tridimensionales, ya sea modelando, tallando, esculpiendo, utilizando distintas herramientas, y materiales generalmente sólidos, como piedra, madera, arcilla, oro, plata, entre otros, y se conoce un registro de actividad escultórica desde el periodo prehistórico.

LITERATURA: esta expresión se caracteriza por el uso de lenguaje oral o escrito, principalmente, tienen la capacidad de exponer emociones, olores, sabores, lugares, personas con un función poética y estética. Se compone del género lírico, épico y dramático. Los primeros registros literarios datan de aproximadamente el año 3000 a.C.

DANZA: esta rama se especializa, obviamente en movimientos corporales con patrones coordinados, siguiendo un estilo propio, y generalmente se acompaña al ritmo de una melodía. Es considerada como arte escénica y es una manifestación de las más antiguas de la humanidad, puede ser transmitida de generación a generación y suele tomar un valor simbólico, religioso o ritual, en cada uno de sus tipos se conservan características expresivas y creativas.

MÚSICA: esta rama combina sonidos, siempre teniendo en cuenta un orden de ritmo, armonía y melodía, para hacer las composiciones agradables para las personas que la escuchan. Al ser de carácter inmaterial, es decir que no posee materia, y por obvias razones no puede ser palpado ni visto, es considerado también como un arte atemporal.

ARQUITECTURA: son las acciones de idear, diseñar y construir estructuras con principios técnicos y estéticos, utilizadas para desenvolver actividades humanas, siempre funcionales, agradables a la vista y duraderas, sin embargo, no toda la arquitectura se considera como arte, únicamente la comprendida como un espacio de significaciones colectivas, que tiene una función simbólica y estética, reconocida socialmente. Dentro de esta rama se encuentran los templos, iglesias, edificios públicos, por ejemplo.

CINE: se conoce como séptimo arte y se encarga de narrar historias por medio de la proyección de imágenes, en fotogramas de manera rápida y con secuencia, para dar efecto de movimiento, dentro de esta rama se encuentran distintas disciplinas que la hacen posible, a nivel financiero, creativo y técnico.

A lo largo de la historia, estos conceptos han sido fundamentales en el desarrollo de la humanidad. Desde las primeras representaciones artísticas en las paredes de las cuevas, que ofrecían visiones sobre la vida y las creencias del ser humano de esa época, hasta las grandes obras literarias y musicales que han definido épocas enteras, el arte y la cultura han sido testigos y protagonistas de la evolución humana. Cada una de estas expresiones artísticas ha servido no solo como entretenimiento, sino también como vehículo para transmitir ideas, compartir conocimientos y reflexionar sobre la condición humana, y para este proyecto es importante conocer éstos, ya que dentro de este país existen artistas de todas las ramas. En Guatemala hay mucho talento que se ve forzado a reprimirse por el desconocimiento cultural que se encuentra en el país

En cuanto al tema cultural, en la revista «La Lámpara de Diógenes» se puede encontrar la definición verbal-etimológica de cultura como «educación, formación, desarrollo o perfeccionamiento de las facultades intelectuales y morales del hombre; y en su reflejo objetivo, cultura es el mundo propio del hombre, en oposición al mundo natural, que existiría igualmente aun sin el hombre»¹⁴. Entendido esto, vale la pena aclarar que no únicamente es el proceso de actividad humana, sino también el conjunto de maneras de vivir y pensar; las costumbres, creencias, tradiciones, y conocimientos que se transmiten de generación a generación, creadas a partir de civilizaciones, con características de grupos humanos, que suelen ser únicas y esto diferencian unas de otras, creando identidades de los grupos de personas. La cultura no solo da forma a la manera en que una comunidad ve el mundo, sino que también moldea sus valores y comportamientos, proporcionando un sentido de pertenencia y cohesión social.

El impacto del arte y la cultura va más allá de su función creativa y entretenida. Estos elementos tienen un efecto profundo en la sociedad, influyendo tanto en el nivel individual como en el colectivo. En lo personal, el arte permite a las personas explorar y comprender sus propias emociones, ofrece una forma de autorreflexión que puede llevar al crecimiento personal y a una mejor comprensión de uno mismo y de los demás. El simple acto de crear o apreciar una obra de arte puede tener un efecto terapéutico, ayudando a las personas a procesar experiencias difíciles, reducir el estrés y encontrar un sentido de paz interior.

Además, el arte y la cultura juegan un papel crucial en el desarrollo mental y emocional de los individuos desde una edad temprana. La participación en actividades artísticas, como la música y la pintura, puede mejorar la memoria, la concentración y las habilidades de resolución de problemas en los niños,¹⁵ estas actividades no solo fomentan la creatividad, sino que también promueven el desarrollo de habilidades sociales, como la empatía y la colaboración, que son esenciales para la vida en sociedad.

¹⁴ Angelo Altieri Megale, «¿Qué es la cultura?», *La Lámpara de Diógenes* 2, n.º 004 (2001): <http://www.redalyc.org/pdf/844/84420403.pdf>.

¹⁵ Łuszczkiewicz, J. (2023, julio 20). La importancia de la música y el arte en la educación infantil. LiveKid. <https://livekid.com/es/blog/la-importancia-de-la-musica-y-el-arte-en-la-educacion-infantil/>

En el ámbito colectivo, la cultura actúa como un elemento unificador, creando un sentido de identidad compartida y fortaleciendo los lazos sociales. Las tradiciones y costumbres culturales no solo conectan a las personas con su pasado, sino que también ayudan a crear un sentido de continuidad y estabilidad en un mundo en constante cambio. Así, se entiende que la cultura es esencial para la creación de lazos sociales, ya que proporciona un marco común de valores y creencias que une a los miembros de una comunidad.

El arte y la cultura también son herramientas poderosas para la transformación social. A lo largo de la historia, muchas obras artísticas han servido como catalizadores de cambio, cuestionando las normas establecidas y abriendo espacios para nuevas ideas y formas de pensar. Los movimientos artísticos han sido fundamentales para desafiar las convenciones sociales y políticas de su tiempo, promoviendo cambios significativos en la manera en que las personas ven el mundo y se relacionan con él.

Un aspecto importante del impacto social del arte y la cultura es su capacidad para promover la diversidad y la inclusión. Al exponer a las personas a diferentes formas de expresión artística y a diversas manifestaciones culturales, se fomenta el respeto y la apreciación por la diversidad. En un mundo cada vez más globalizado, donde las interacciones entre diferentes culturas son inevitables, el arte y la cultura pueden actuar como puentes que conectan a personas de diferentes orígenes, promoviendo el entendimiento mutuo y la cooperación.

Además, el arte y la cultura tienen un impacto significativo en la salud mental y el bienestar emocional, ya que es visto que participar en actividades culturales, como asistir a una exposición de arte, disfrutar de un concierto o involucrarse en un taller de danza, puede ofrecer un respiro del estrés cotidiano y proporcionar una sensación de rejuvenecimiento emocional. Estas experiencias no solo enriquecen la vida de las personas, sino que también fomentan un sentido de comunidad y pertenencia, lo que es crucial para la salud mental.

Eventos como festivales, exposiciones de arte y representaciones teatrales no solo brindan entretenimiento, sino que también pueden servir como catalizadores para la revitalización económica y social de una comunidad.

El llevar a cabo este tipo de eventos sociales, llama y atrae a visitantes de distintas ciudades, generan ingresos para las comunidades y fomentan un sentido de orgullo y pertenencia entre los residentes locales. En este contexto, la cultura no es solo un elemento decorativo, sino una fuerza dinámica que puede impulsar el desarrollo sostenible.

Un claro ejemplo de la importancia de las actividades culturales se encuentra en las palabras de Francisco José García, un participante en el Festival Flamenco de Corral, en España, comentando que «las actividades culturales no solo enriquecen la vida de las personas sino que también ayudan a mantener vivas las tradiciones y a crear lazos entre los habitantes, además de democratizar la cultura y que ésta llegue a toda la ciudadanía vivan donde vivan»¹⁶. Este testimonio subraya cómo el arte y la cultura no solo preservan el patrimonio cultural, sino que también fortalecen las conexiones entre los individuos y las comunidades, promoviendo una sociedad más cohesionada e inclusiva.

¹⁶ Fuentes, O. (2024, agosto 10). Importancia De Las Actividades Culturales En La Preservación De Tradiciones Según El Gobierno Regional. Herencia.net. <https://herencia.net/2024-08-10-importancia-de-las-actividades-culturales-en-la-preservacion-de-tradiciones-segun-el-gobierno-regional/>

Finalmente, es crucial reconocer el impacto económico del arte y la cultura. Las industrias creativas, que incluyen el cine, la música, la literatura, las artes visuales y las artes escénicas, son sectores económicos vitales que generan empleo y promueven el desarrollo económico. Estas industrias no solo proporcionan oportunidades laborales directas, sino que también tienen un efecto multiplicador en otros sectores, como el turismo, la hostelería y el comercio minorista. En muchas ciudades y regiones, las industrias creativas son motores clave del crecimiento económico y la innovación.

En conclusión, la educación, el arte y la cultura son esenciales para el desarrollo integral de las personas y la construcción de sociedades más justas, inclusivas y cohesionadas. Estos elementos no solo permiten a las personas expresarse y conectarse con los demás, sino que también promueven el bienestar emocional, fortalecen la identidad comunitaria y contribuyen al desarrollo económico. Por todas estas razones, es fundamental que se valore y apoye el arte y la cultura en todas sus formas, reconociendo su papel central en la creación de un futuro más equitativo, creativo y solidario.

4.2 DISEÑO GRÁFICO, CULTURA Y ARTE

El diseño gráfico es una disciplina profesional que se enfoca en la creación de contenido visual para comunicar ideas, mensajes y conceptos de manera clara y efectiva. Esta disciplina ha adquirido un papel fundamental en muchos aspectos de la vida cotidiana, desde los carteles publicitarios que se ven en las calles, hasta los logotipos de las marcas que se consumen, las revistas y libros, las aplicaciones móviles que se usan y los sitios web que se visitan. El diseño gráfico no solo está presente en todos estos lugares, sino que también influye en la manera en que se percibe el mundo que rodea a las personas.

Aunque a menudo se asocia con la estética y la creatividad, va mucho más allá de hacer que las cosas se vean bonitas. Su verdadero propósito es transmitir un mensaje de la manera más clara y directa posible. Para lograr esto, se utiliza una variedad de elementos visuales como el color, las formas, las tipografías, las imágenes y la composición. Cada uno de estos elementos tiene un significado y un propósito específico. Por ejemplo, el uso de ciertos colores puede evocar diferentes emociones, mientras que la elección de una tipografía puede influir en cómo se percibe la seriedad o informalidad de un mensaje.

Históricamente, el diseño gráfico tiene raíces profundas en la evolución del arte y la cultura. Desde los primeros grabados y carteles hasta la era digital, el diseño gráfico ha sido una herramienta clave en la difusión de ideas y valores culturales. En la antigüedad, las civilizaciones utilizaban símbolos y pictogramas para comunicar ideas complejas, y estos primeros esfuerzos de comunicación visual sen-

taron las bases para lo que más tarde se desarrollaría como diseño gráfico. Durante el Renacimiento, con la invención de la imprenta, el diseño gráfico comenzó a tomar forma a través del diseño de libros y la tipografía, marcando un punto crucial en su evolución.

En el siglo XX, el diseño gráfico se consolidó como una profesión reconocida, impulsada por movimientos artísticos como el *Art Nouveau*, el Constructivismo y la Bauhaus. Estos movimientos no solo influyeron en el arte y la arquitectura, sino que también redefinieron el enfoque hacia el diseño gráfico, destacando la importancia de la funcionalidad, la simplicidad y la integración del arte en la vida cotidiana. La Bauhaus, en particular, jugó un papel crucial al enseñar que el diseño no es solo una cuestión de apariencia, sino también de utilidad, un principio que sigue siendo fundamental en el diseño gráfico moderno.¹⁷

El diseño gráfico abarca una amplia variedad de áreas y habilidades en su práctica profesional, permitiendo destacar en los distintos campos. Algunos diseñadores se especializan en la creación de identidades visuales para marcas, otros en el diseño web, sin embargo, cada rama posee sus propias características y objetivos específicos que la hacen diferente al resto. A continuación se mostrarán las ramas principales del diseño gráfico.

ILUSTRACIÓN: se centra en la creación de imágenes con la capacidad de transmitir mensajes, generalmente se acompañan de textos o de historias, y se puede utilizar dentro de libros, revistas, carteles o individualmente. Es común hacer uso de diseños bidimensionales para acompañar las ideas, se pueden utilizar distintas técnicas y materiales para desarrollarla, como acuarela, óleo, tinta, o cualquier material artístico.¹⁸

DISEÑO EDITORIAL: abarca la creación y maquetación de publicaciones impresas y digitales, pero más allá de eso, es un proceso de organización y estructura de información, haciendo que el contenido sea comprensible para el lector y destaque el mensaje que se quiere transmitir, logrando captar la atención del lector a lo largo del contenido, utilizando buena disposición de imágenes, texto, y más elementos gráficos. Los medios que esta rama utiliza para comunicar mensajes se adapta a distintos formatos y plataformas.¹⁹

¹⁷ Rodríguez, F. (2024, junio 8). Siglo XX y la historia del diseño gráfico: una era de innovación y revolución. ESDIP Madrid. <https://www.esdip.com/blog-escuela-de-arte/siglo-xx-y-la-historia-del-diseno-grafico-una-era-de-innovacion-y-revolucion/>

¹⁸ «La importancia de la ilustración en el diseño gráfico», IPP, consultado el 7 de septiembre de 2024, <https://www.ipp.edu.pe/blog/disenio-grafico-ilustracion/>.

¹⁹ «Diseño editorial: elementos y aplicaciones | Blog CC», Universidad Europea Creative Campus, consultado el 7 de septiembre de 2024, <https://creativecampus.universidadeuropea.com/blog/disenio-editorial/>.

DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA: implica la creación y gestión de la identidad visual de una empresa, es decir que una guía de diseño corporativo marca la manera en que se expresan los valores, la personalidad y el tono empresarial de manera gráfica. Dentro de esta rama se diseñan logotipos, papelería, tarjetas de presentación y más materiales que reflejan la empresa, generando reconocimiento y confianza en el mercado.²⁰

DISEÑO TIPOGRÁFICO: consiste en la creación de tipos de letra que pueden ser utilizados para distintos proyectos del diseño gráfico, se relacionan con familias y tamaños de fuentes; y para esto se debe tener un buen manejo de forma y espacio entre ellas, sin olvidar los interlineados y las medidas de cada letra. Su uso es el más frecuente en los trabajos de diseño, se utiliza en folletos, libros, pósteres, entre otros materiales.²¹

DISEÑO DE PAQUETERÍA: la creación de embalajes y envases es indispensable para que los productos estén protegidos y sean atractivos para el consumidor. Se debe tener en cuenta que la comunicación de la marca se relaciona con el color y forma del empaque en el que va el producto, tiene un impacto visual en el consumidor, ya que esto influye en crear una conexión con el cliente y lo más importante, la decisión de compra.²²

DISEÑO PARA REDES SOCIALES: va mucho más allá de únicamente crear videos e imágenes atractivas, también abarca la identidad visual dentro de las plataformas digitales, para marcar una diferencia entre otras marcas competencia y obtener la atención del espectador. Dentro de esta rama, se implica el uso de imágenes, ilustraciones, animaciones, videos, infografías, entre otros materiales que sean adaptables a los formatos digitales.²³

20 «Diseño corporativo: definición y ejemplos | Euroinnova», Euroinnova Business School, consultado el 7 de septiembre de 2024, <https://www.euroinnova.com/blog/disenio-corporativo>.

21 «Diseño Tipográfico», Tantatic Diseño y Desarrollo, consultado el 7 de septiembre de 2024, <https://tantatic.com/dise-no-grafico/disenio-tipografico>.

22 “Personalisierte versandkartons”, Packhelp, consultado el 7 de septiembre de 2024, <https://packhelp.es/que-es-packaging/#:~:text=El%20packaging%20es%20aquel%20embalaje,y%20plasma%20la%20identidad%20corporativa>”.

23 Victor Manuel Gañan Fernandez, “La importancia de la publicidad en las redes sociales”, Servilia Blog sobre marketing digital y redes sociales, 24 de agosto de 2018, <https://blog.servilia.com/la-importancia-de-la-publicidad-en-las-redes-sociales/#:~:text=de%20inbound%20marketing-,La%20publicidad%20en%20redes%20sociales%20es%20la%20nueva%20arma%20de,seguidores,%20aportando%20confianza%20al%20cliente>.

La adaptación y alcance que permiten las redes sociales alcanzar al grupo objetivo que se espera es un punto a favor para el tema de este proyecto, por lo tanto, la selección de una campaña publicitaria en medios digitales e impresos resultó ideal. El hacer uso de redes sociales, en este caso, para informar a la población sobre un tema artístico y cultural, refleja ventajas como lo es lograr resaltar y ser notorio en un corto tiempo; dar a conocer y crear un vínculo entre el espectador y las actividades para luego estar vinculado a la institución; ofrece mayor capacidad de medición de alcance, de mejora de contenido y de optimización de costos; y al utilizar medios que son relativamente nuevos, se crea integración de los formatos orgánicos en las distintas plataformas, siendo más tolerado por la audiencia y creando mayor retención y retención de información.

Todos los procesos dentro del diseño gráfico generalmente comienzan con una investigación exhaustiva para entender las necesidades del cliente, el público objetivo y el contexto en el que se utilizará el diseño. Luego, se pasa por una fase de lluvia de ideas, donde se exploran diferentes enfoques creativos para el proyecto. A continuación, se crean bocetos o prototipos iniciales que se revisan y refinan hasta llegar al diseño final. El resultado de este proceso es una pieza gráfica que no solo es visualmente atractiva, sino que también cumple con los objetivos de comunicación establecidos por el cliente. Este trabajo requiere un equilibrio entre la creatividad y la funcionalidad, ya que un buen diseño debe ser, tanto estéticamente agradable como efectivo para transmitir el mensaje deseado.²⁴

La relación entre el diseño gráfico, el arte y la cultura es profunda y significativa. El diseño gráfico ha sido y sigue siendo una herramienta clave en la promoción y difusión del arte y la cultura. Los carteles de exposiciones, las portadas de libros, los folletos de eventos culturales y las campañas publicitarias para museos y galerías son solo algunos ejemplos de cómo el diseño gráfico contribuye a la visibilidad y accesibilidad del arte y la cultura. De esta manera, el diseño gráfico no solo refleja la cultura, sino que también la moldea y la difunde.

Además, el diseño gráfico juega un papel crucial en la preservación del patrimonio cultural. A través de la creación de materiales educativos y promocionales, los diseñadores gráficos ayudan a transmitir el conocimiento y la historia a nuevas generaciones, asegurando que las tradiciones y valores culturales perduren en el tiempo. Por ejemplo, la creación de material gráfico para museos o exposiciones temporales no solo informa a los visitantes, sino que también enriquece su experiencia cultural, haciendo que la historia y el arte sean más accesibles y comprensibles.

24 Adán Guevara, «Diseño para redes sociales», Reoord, 10 de abril de 2023, <https://reoord.net/archivos/listing/dise-no-para-redes-sociales>.

El diseño gráfico es una disciplina profesional multifacética que tiene un impacto profundo en la sociedad. No solo es esencial para la comunicación visual en el mundo moderno, sino que también desempeña un papel crucial en la promoción y preservación del arte y la cultura. A través de la combinación de creatividad, técnica y estrategia, los diseñadores gráficos crean contenido que no solo son atractivos a la vista, sino que también comunican ideas y mensajes de manera clara y efectiva, influyendo en la forma en que las personas perciben y entienden el mundo que los rodea. Además, su contribución al arte y la cultura asegura que estos aspectos esenciales de la vida humana sigan prosperando y evolucionando en un mundo cada vez más visual y digital.

4.3 CAMPAÑA PARA INFORMAR SOBRE LAS ACTIVIDADES DEL CENTRO CULTURAL DE LA ANTIGUA GUATEMALA

Antes de entrar a definir el proyecto que se llevó a cabo para la Municipalidad de Antigua Guatemala, es importante detallar y explicar algunos términos para lograr una mejor comprensión y para saber el contexto completo.

Las redes sociales son plataformas digitales que fueron formadas por personas con intereses y actividades en común, y sirven para cerrar y mantener contacto con personas, con la posibilidad de comunicarse e intercambiar información, pero sin necesidad de conocerse previamente. Existen dos tipos de redes sociales:

HORIZONTALES / GENÉRICAS: se caracterizan por no poseer una temática determinada, sino que dan libertad de entrada a cualquier tipo de usuario, son comúnmente utilizadas como medios de comunicación, o como entretenimiento. Son muy populares y numerosas, dentro de ellas está Facebook y Twitter / X.

VERTICALES: son aquellas en las que se relacionan personas con intereses específicos en común, como hobbies, música o deportes. Dentro de esta categoría están redes que son consideradas profesionales, como LinkedIn, porque involucra individuos con intereses laborales.²⁵

²⁵ Equipo editorial, EtecA®, «Redes sociales - Qué son, tipos, usos, ventajas y riesgos», Concepto, 21 de junio de 2020, <https://concepto.de/redes-sociales/>.

Lanzar una campaña en las redes puede parecer sencillo, sin embargo, hay un plan de mercadeo el cual debe estar bien diseñado, siempre relacionado con las redes en las que se elija lanzar, ya que estos canales de comunicación tienen un gran protagonismo dentro de la web, cuentan con ventajas como ser inmediatas porque funcionan en tiempo real: son masivas, ya que rompen barreras de ubicación y cultura. Para la divulgación de información, en este proyecto se seleccionaron las siguientes redes sociales:

FACEBOOK: fue creada especialmente para poder mantener contacto entre personas y que todos pudieran compartir información, noticias y contenidos de carácter audiovisual con amigos de manera virtual. Dentro de sus características también está la posibilidad de comentar abiertamente, enviar mensajes directos y privados, incluso realizar videos a tiempo real, con interacción instantánea entre el espectador y las personas que quieren enviar un mensaje. Es de los canales más grandes conocidos en todo internet, en ella se pueden registrar marcas, usuarios comunes, o personas físicas.²⁶

INSTAGRAM: su función principal es permitir editar y publicar fotografías y videos cortos, es común utilizar *hashtags* que se utilizan para categorizar y descubrir más contenido relevante, añadiendo también popularización del contenido con el que se utilizan. Se ha convertido en una herramienta esencial para el mercadeo digital, ya que ofrece múltiples oportunidades para que las marcas conecten con el público objetivo, aumentando la visibilidad y crear una lealtad de los clientes.²⁷

X / TWITTER: se caracteriza por compartir actualizaciones con poco texto, imágenes y videos; 280 caracteres son suficientes para que los usuarios sean creativos y se expresen directamente, sin necesidad de contenido asociado, y llama más la atención por ser desplazable y rápido de leer. Las personas también pueden conectarse por mensaje directo y compartir sus intereses, además de utilizar *hashtags*.²⁸

TIK TOK: es similar a otras redes sociales; el contenido que se comparte es regularmente de 10 o 15 segundos de duración, con varias tomas, con posibilidad de ralentizar, acelerar y modificar el contenido grabado. Dentro de esta aplicación, se puede interactuar por medio de likes y comentarios. Es de las plataformas más virales y se puede notar un gran alcance con compartir contenidos y con promoción directa y específica.

26 "¿Qué es Facebook, para qué sirve y cómo funciona esta red social?", Webescuela | Cursos Online de Marketing Digital, consultado el 8 de septiembre de 2024, <https://webescuela.com/facebook-que-es-como-funciona/>

27 "Qué es Instagram - Definición, significado y ejemplos", Arimetrics, consultado el 8 de septiembre de 2024, <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/instagram>.

28 "Cómo mantenerse seguro en X, anteriormente Twitter", Internet Matters, consultado el 8 de septiembre de 2024, <https://www.internetmatters.org/es/hub/news-blogs/twitters-parental-controls-and-privacy-settings-what-parents-need-to-know/#what-is-x>.

Para la creación de una campaña en redes sociales hay que comprender también que esto es una herramienta muy significativa, ya que además de explorar las necesidades e intereses de la target se mantiene una comunicación directa y fidelizar a los clientes.

Y son todas las acciones que se llevaban a cabo para alcanzar los objetivos de mercadeo que se han planteado previamente, por lo canales elegidos, y existen dos tipos:

CAMPAÑAS ORGÁNICAS: estas no implican tener una inversión directa en las redes sociales, suelen ser publicaciones originales e interesantes que aportan contenido de calidad al usuario, y atraen al público que se queda interesado en el contenido de la campaña.

CAMPAÑAS DE PAGO: si implican una inversión monetaria en anuncios dentro de las redes sociales, son buenas estrategias para lanzamiento en redes sociales y dar a conocer marcas o contenido nuevo, y también pueden mejorar el alcance de publicaciones.²⁹

El diseño de una campaña digital de tipo orgánica y su estrategia, es ideal para la difusión y promoción de diversas actividades culturales que enriquecen la vida de los habitantes y visitantes, cuyo objetivo es aumentar la participación y concienciar a la comunidad sobre la importancia de involucrarse en las actividades culturales que ofrece el Centro Municipal para las Artes, ya que La Antigua Guatemala es un lugar con una rica herencia cultural y artística, que ha sabido conservar sus tradiciones a lo largo de los años, pero a pesar de la variedad y calidad de las actividades que se realizan, aún existe una parte de la población que no está completamente informada sobre los beneficios de participar en ellas.

Por eso, esta campaña tiene como principal objetivo informar y educar a la población de la Antigua Guatemala sobre la participación en las actividades culturales puede enriquecer su vida. Estos beneficios no se limitan al enriquecimiento personal, sino que también incluyen el fortalecimiento de la identidad cultural y desarrollo social. Al involucrarse en las actividades del centro, la población de La Antigua tiene la oportunidad de conectarse más profundamente con su herencia cultural y contribuir al sentido de comunidad. Además, se busca aumentar la asistencia a los eventos organizados por la Municipalidad y el Cemunart, tales como talleres, exposiciones, presentaciones artísticas y conferencias.

El público objetivo de la campaña incluye principalmente a los residentes de La Antigua Guatemala, pero también se dirige a turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad. La campaña está diseñada para atraer a personas de todas las edades: jóvenes, adultos y personas mayores, cada uno de los cuales puede encontrar actividades que se ajusten a sus intereses y necesidades, sin embargo, en el perfil del grupo objetivo, se habla de un principal interés por atraer visitantes entre los 15 y los 24 años de edad.

29 “¿Qué es una campaña en redes sociales y cómo planificarla?”, ZIZER | Agencia de Medios Boutique, consultado el 8 de septiembre de 2024, <https://zizer.es/blog/que-es-campana-en-las-redes-sociales/>.

Para lograr estos objetivos, se han diseñado varias estrategias de comunicación. Las redes sociales, como Facebook, Instagram y afiches impresos, serán fundamentales para difundir información sobre las actividades del centro cultural. A través de publicaciones regulares, se destacarán los eventos próximos, se compartirán testimonios de participantes y se mostrará por contenido visualmente llamativo, como se refleja la riqueza de las experiencias ofrecidas. Utilizando *hashtags* específicos, la campaña aumentará su visibilidad y fomentará la participación de la comunidad a través de comentarios, likes y compartidos.

Para llegar a un público más amplio, se establecerán cronogramas de actividades que harán conectar más con el público objetivo, como temáticas mensuales, por ejemplo, por el primer mes, cada jueves exponer, mediante redes sociales, un estilo de pintura, introduciendo esta vanguardia a los espectadores, interesándose más en la pintura.

El mensaje central de la campaña es claro y contundente: *“Participar en las actividades culturales del centro es una forma de conectarse con la historia, la identidad y la comunidad de la Antigua Guatemala”*. El concepto creativo está anclado al mensaje, siempre dando entender este por todos los canales de comunicación, para reforzar la idea de que la cultura no es solo un aspecto pasivo de la vida, sino una parte activa y vital que todos pueden contribuir a fortalecer.

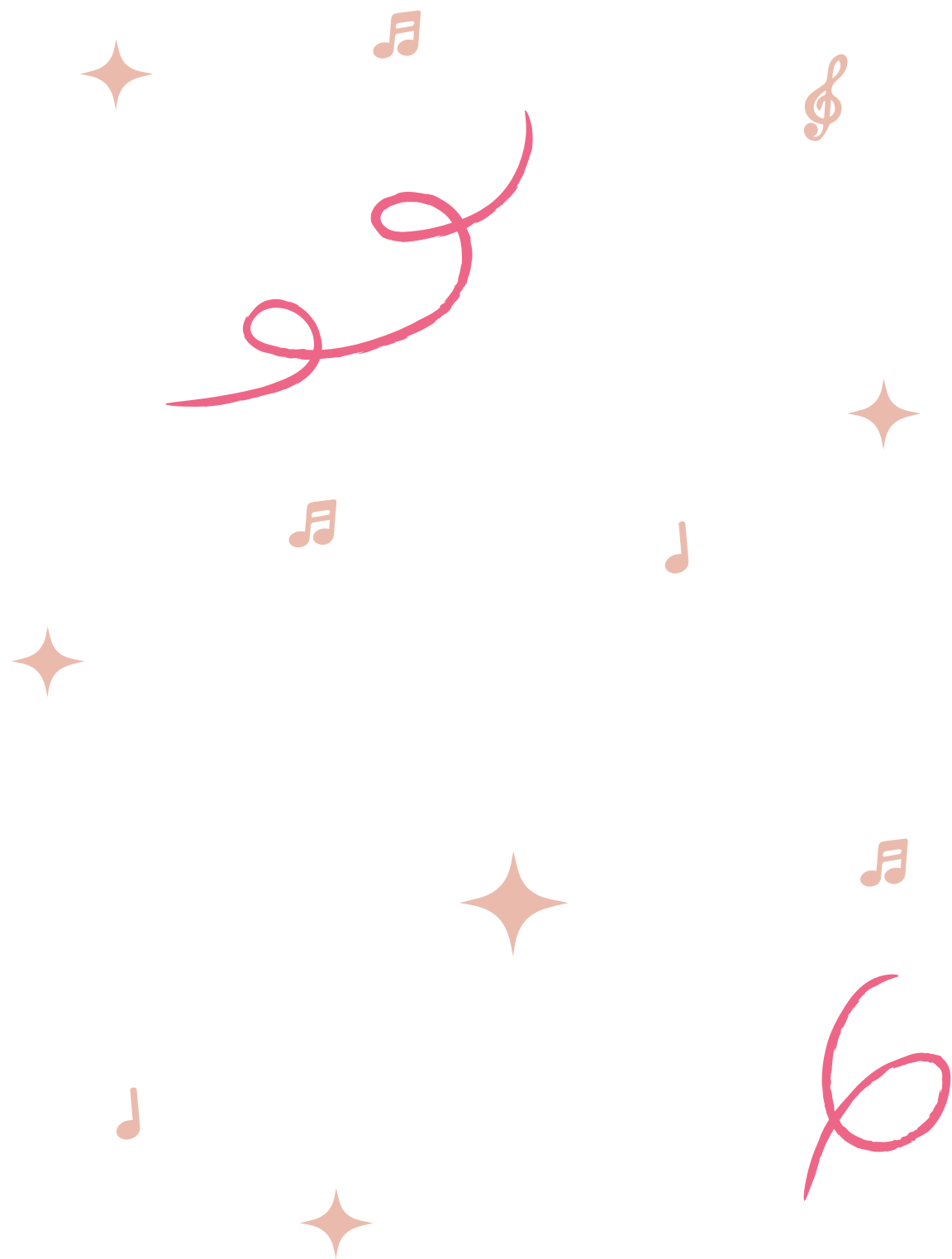
Este proyecto se llevará a cabo gracias a las funciones del diseño gráfico; los elementos visuales serán utilizados para captar la atención del público y transmitir el mensaje de manera clara y atractiva. Se utilizarán colores, tipografías e imágenes que reflejen la identidad cultural de La Antigua Guatemala, siempre tomando como base las paletas ya previamente creadas para la Municipalidad, y así crear una conexión emocional con los residentes y turistas, sin afectar la presentación que la institución ha forjado en sus redes sociales con los espectadores que ya posee.

El Centro Cultural de La Antigua Guatemala es un espacio donde el arte y la cultura se encuentran para enriquecer la vida de la comunidad. A través de esta campaña, se busca destacar la importancia de estos elementos en el desarrollo personal y colectivo. El arte no solo es una forma de expresión individual, sino también una herramienta para preservar y transmitir la cultura local. Al participar en las actividades del centro, las personas no solo disfrutan de experiencias artísticas, sino que también contribuyen a mantener viva la tradición cultural de la ciudad.

Con la implementación de esta campaña digital, se espera un aumento significativo en la participación de la comunidad en las actividades del centro cultural. Además, se anticipa una mayor conciencia sobre la importancia del arte y la cultura en la vida cotidiana, lo que fortalecerá la identidad cultural de La Antigua Guatemala. A largo plazo, esta campaña podría establecer al centro cultural como un referente en la promoción y preservación del patrimonio cultural de la ciudad, atrayendo a más personas interesadas en explorar y valorar su propia cultura.

En resumen, la campaña digital tiene como objetivo informar a la gente sobre las actividades del centro cultural y motivarlos a participar activamente en ellas. A través de una comunicación efectiva y estrategias bien diseñadas, se busca fortalecer el vínculo entre los residentes y su herencia cultural, enriqueciendo la vida de la comunidad y promoviendo un mayor aprecio por el arte y la cultura en La Antigua Guatemala.

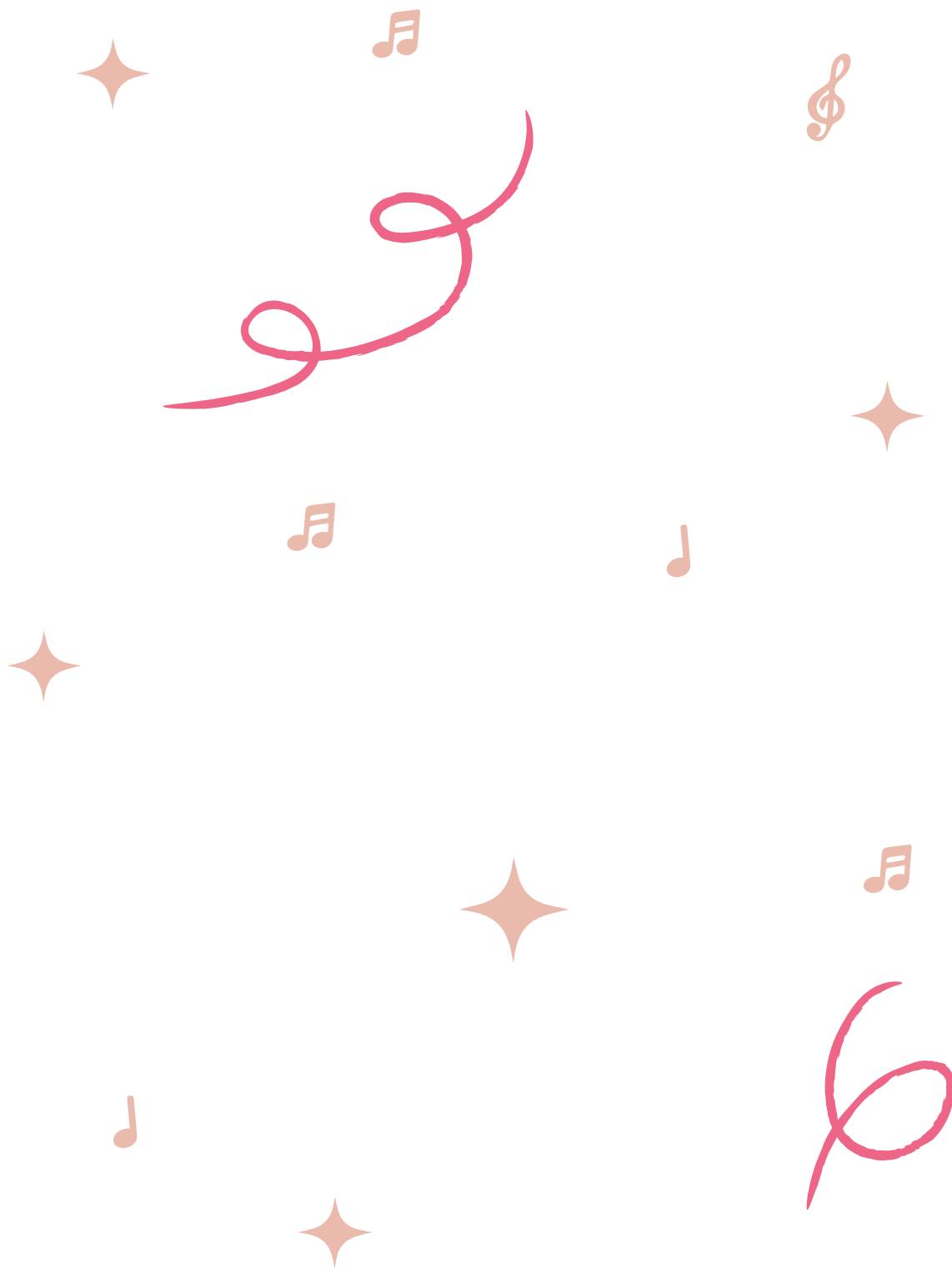
Como conclusión, esta campaña digital no solo informará a la gente sobre las actividades del centro cultural, sino que también los inspirará a formar parte activa de la comunidad cultural de La Antigua Guatemala, contribuyendo así al desarrollo y fortalecimiento de su identidad colectiva.



QUINTO CAPÍTULO

DEFINICIÓN CREATIVA

En este capítulo se abordará la definición creativa, recolectando información importante y concisa para la elaboración de un *briefing* para lograr alcanzar y cumplir los objetivos que se han planteado.



5.1 BRIEF

Esta herramienta es una síntesis de información la cual ayuda a contextualizar y desarrollar la pieza gráfica del proyecto.

INFORMACIÓN DEL CLIENTE

El ayuntamiento de La Antigua es una institución autónoma de derecho público, regida y que está sujeta a la legislación nacional y a las leyes de administración municipal, donde el gobierno es el encargado del concejo municipal. Esta representa al municipio de Antigua Guatemala, del departamento Sacatepéquez de Guatemala.³⁰

Información de contacto

Fausto Cubur, Jefe del Área de Diseño Gráfico

5624 4224

ayuntamientodelaantigua@gmail.com

ACTIVIDAD DE LA INSTITUCIÓN

La Municipalidad de La Antigua Guatemala es la representación política de la vecindad antigüeña, además, se encarga de la organización, planeación y promover el desarrollo socioeconómico del municipio desde 1799.

PROGRAMAS DEL AYUNTAMIENTO

Al abarcar varios aspectos relacionados al bien y desarrollo social, se encuentran actividades y programas que permiten la participación ciudadana, como por ejemplo:

Paseos con encanto: cada domingo se realizan recorridos gratuitos para visitar destinos pueblos cercanos de Antigua Guatemala.

Conciertos: se realizan conciertos de músicos y cantantes de distintas edades, apoyando a los artistas y dándoles a conocer.

Exposiciones: se abren al público en distintas localidades exposiciones de artesanos, con creaciones en madera, barro, otros.

³⁰ Ayuntamiento de la Antigua, Manual de Organización y Funciones, Secretaría de Desarrollo Social, Tomo III Departamento de Educación, capítulo II (Ayuntamiento de la Antigua, 2021), acceso el 1 de febrero de 2024. 1_2023_7sig0.pdf (muniantigua.gob.gt)

INSTITUCIONES ANÁLOGAS

Cada una de las municipalidades del país, obviamente, tiene funciones similares y los mismos objetivos que el Ayuntamiento de La Antigua, sin embargo, dentro del sector, y culturalmente hablando, existen museos que contribuyen con el enriquecimiento artístico y cultural, al presentar obras de artistas guatemaltecos y extranjeros, unos ejemplos son:

Museo Nacional de Arte de Guatemala (Munag)

La Antigua Galería de Arte

Museo de Arte Colonial

Museo de las Armas

Museo de Miguel Ángel Asturias

Casa Kojom

PROYECTO POR DESARROLLAR

Campaña digital y estrategia en redes sociales de la institución, con publicaciones informativas para Facebook, Instagram, X y TikTok, más materiales impresos.

OBJETIVO

Diseñar una serie de publicaciones estáticas para redes sociales, con contenido informativo, promocional, mostrando los servicios de la institución, las instalaciones, los resultados obtenidos de los estudiantes, entre otros, para mostrar a la población en general, principalmente a la infancia y juventud del municipio de La Antigua.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La campaña duró 4 meses, en Facebook, Instagram, y por medio de afiches impresos, ya que la institución cuenta con experiencia en estos medios, se publicó de 2 a 3 veces por semana. Se usó contenido cultural que se presentó en carruseles, imágenes estáticas y videos cortos de 15 segundos máximo de duración, para redes sociales y distintos materiales impresos como afiches y pines metálicos.

PRESUPUESTO

Se estima que el proyecto tendrá el costo de Q35.000.00 aproximadamente.

RESTRICCIONES

Utilizar únicamente la línea gráfica institucional ya establecida.

Utilizar el logotipo adecuado para redes sociales.

Utilizar las tipografías institucionales (Causen).

PÚBLICO OBJETIVO

Jóvenes entre los 15 y 24 años de edad que residan en La Antigua Guatemala, con intereses culturales y artísticos.

MENSAJE POR TRANSMITIR

La importancia que tienen la participación en actividades culturales y artísticas, promoviendo el desenvolvimiento de estas habilidades, generando un desarrollo social y personal.

5.2 REFERENCIAS VISUALES

La selección de estas referencias visuales inspira sobre el uso de campañas en medios que tienen mucho impacto.

MOMA: *«Pollock lo veneró. Rothko aprendió de él. Y la mayoría del resto del mundo nunca ha escuchado hablar de él»*. Se utiliza una publicación en redes sociales sobre un artista poco reconocido para generar curiosidad.

Además, utilizan el recurso de la curiosidad para generar expectativa, de forma que te preguntas automáticamente: “¿quién es el artista en cuestión?” Y automáticamente, las ganas de visitarla te invaden de inmediato.

MUSEO DE ARTE DE RÍO GRANDE DO SUL: el espectador es el que forma parte activa del Museo, en una campaña que se lanzó para recaudar fondos, así su propuesta de valor: *«Es tu turno para ser observado/apreciado/disfrutado»*.

Ahora es la obra de arte la que te agradece que pueda seguir perteneciendo al museo, y admira al espectador por su gran aporte a la cultura. Además, la llamada de acción es brutal con la frase de «ahora es tu turno». El espectador se siente como una parte activa, implicado y sintiéndose reconocido.³¹

³¹Patricia, C. M. (2023, abril 19). Las 9 mejores campañas de marketing de museos. Culturina Comunicación. <https://culturina-comunicacion.com/blog/mejores-campanas-marketing-de-museos>

5.3 ESTRATEGIA

Creación de contenido artístico y cultural, detallando las técnicas y ramas del arte, como pintura, danza y música; mostrando e invitando a la agenda de actividades próximas, para que la población participe y promoviendo el desarrollo comunitario, interacción y la conexión entre la Municipalidad y los ciudadanos; para incrementar la participación ciudadana y el desarrollo.

Se llevó a cabo con imágenes estáticas con poco texto, carruseles de alto contenido gráfico y videos cortos para redes sociales de un máximo 15 segundos en redes sociales, además de afiches impresos y accesorios que se llevan promocionando indirectamente a hombres y mujeres entre los 15 y 24 años de edad con intereses culturales, tiempo y motivación para aprender y desarrollar habilidades artísticas.

Publicando por medio de Facebook e Instagram de la institución, con frecuencia de 2 a 3 veces por semana, durante 4 meses, entre las 9:00 y 19:00 horas del día.

5.4 CONCEPTO CREATIVO

Para el proceso de determinar el concepto creativo que se usó en el proyecto y que refleja su pieza gráfica. Para tener en cuenta distintas ideas y posibles conceptos funcionales se utilizaron tres técnicas creativas, las cuales fueron:

SCAMPER

Creado en 1971 por Bob Eberlee, se inspiró en la técnica de *brainstorming* ideada por Alex Osborne. Esta técnica genera ideas creativas con base en responder unas preguntas predeterminadas, y su nombre es por las siglas de las palabras: **sustituir, combinar, adaptar, modificar, proponer, eliminar y reordenar**.³²

¿Sustituir? Contenido general por contenido especificado sobre cultura.

¿Combinar? Diseño e información.

¿Adaptar? Los horarios y método de trabajo de la municipalidad.

¿Modificar? Cómo comparten la información, para hacer que sea más directa y llamativa.

¿Proponer? Más interés y enfoque en temas culturales.

¿Eliminar? la escasez de información cultural para la población general y el grupo objetivo.

¿Reordenar? Los métodos de alcance y maneras de llegar al *target*.

³²(20 de septiembre de 2022). Aprendemos qué es el método Scamper y cómo puede ayudar a tu negocio. PE - Eude Business School; EUDE Business School - Noticias. <https://www.eude.pe/blog/2022/09/20/aprendemos-que-es-el-metodo-scamper-y-como-puede-ayudar-a-tu-negocio/>

PNI

Esta técnica se creó por Edward de Bono, se enfoca en delimitar los riesgos antes de tomar una decisión de cualquier tipo abarcando factores como la observación, clasificando características e ideas en positivas, negativas e interesantes.

Positivo	Negativo	Interesante
La gente explota sus habilidades creativas.	No muchas personas saben sobre las actividades y sobre el Centro Cultural.	La expansión cultural que puede lograrse al darle importancia al tema.
Impulso a artistas locales de Guatemala.	Limitación de tipos de actividades que pueden llevarse a cabo.	La cantidad de personas ya interesadas en el tema.
La Municipalidad está dispuesta a abrirse por un cambio artístico.	No está normalizado tener preferencias en temas artísticos y culturales.	La diversidad de ramas artísticas que se encuentran disponibles para explorar.

Tabla 2. Cuadro de PNI sobre el proyecto establecido.
Fuente: elaboración propia

MAPA CONCEPTUAL

Se desarrolló en 1972 por Joseph Novak, para comprender los cambios que los niños pasan en el proceso de conocimiento de las letras; y es un diagrama que por medio de visualizar ayuda a entender un tema específico, relacionando ideas y conceptos, generalmente se grafica con estructura jerárquica y conectando palabras con líneas.

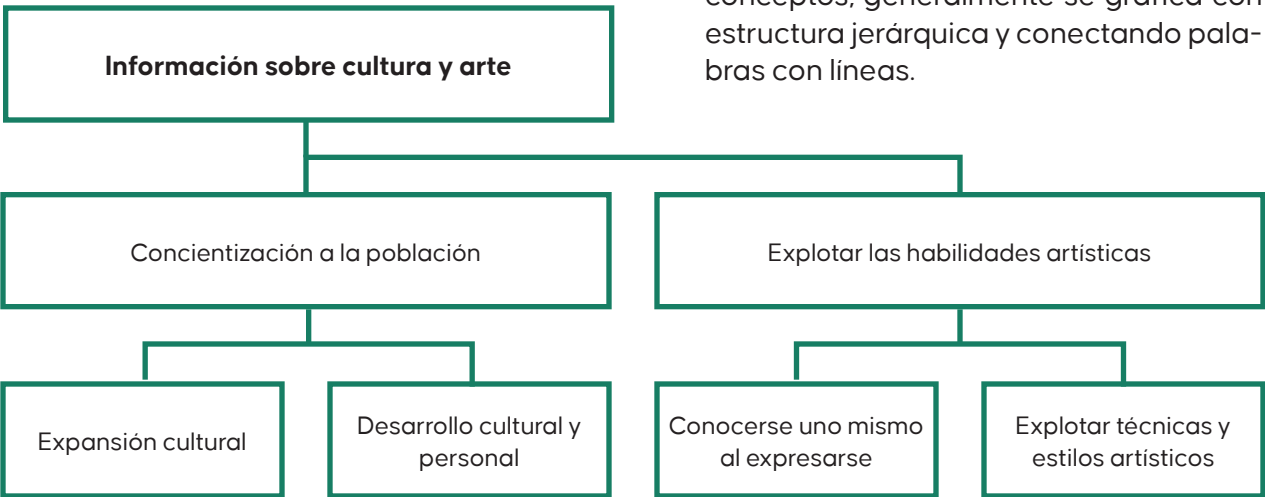


Figura 3. Mapa conceptual sobre cultura y arte relacionado al proyecto.
Fuente: creación propia

Gracias a estas técnicas se dedujeron distintas ideas de *insights* que sirven para luego establecer conceptos creativos:

Quiero participar en el arte pero no sé donde ni como
Tengo potencial para pintar y bailar pero necesito ser guiado
Me gustaría ver más actividades culturales
Me expreso con la música
Pintar y esculpir me hace sentir mejor
Siempre me ha llamado la atención danzar pero nunca he sabido donde practicar y aprender

Con base en los *insight* propuestos, se obtuvo como resultado estos conceptos creativos, pensados en el consumidor:

Seamos culturales, que el arte se note
El arte se enriquece cuando tú participas
Conversa con el arte, tienes que decir algo
El arte te rodea

Con estas bases, y luego de análisis, se llegó al concepto creativo:

EXPLORARTE

Este concepto se fundamenta con querer romper los límites que comúnmente se ven en la apreciación artística y cultural, invitando a las personas a explorar y descubrirse a sí mismo; y con esto experimentar y descubrir técnicas en el arte. Resalta la idea de que *el arte no únicamente se aprecia, también se participa, se vive y se siente con él.*

5.5 PREMISAS DE DISEÑO

Las premisas de diseño son los criterios que guían al diseñador en el proceso de establecer estilo gráfico según las necesidades del proyecto, adecuándolo mejor.

COLOR: la selección de estos colores fue influenciada por los colores institucionales, y unos complementarios, que dan un aire cultural.



Causten
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789

TIPOGRAFÍA: es simplemente la tipografía que la Municipalidad utiliza en su contenido en redes sociales; decidido para mantener la línea gráfica que se estableció desde el principio por parte de la institución.

ESTILO GRÁFICO: la combinación entre la simpleza y el uso de texturas hace que se relacione mucho el diseño con el concepto creativo, que al mismo tiempo es artístico.



Figura 4. Muestra estilos de publicaciones y aplicaciones de color, texto e ilustraciones

Fuente: Pinterest



Figura 5. Muestra estilos de publicaciones y aplicaciones de color, texto e ilustraciones

Fuente: Pinterest



SEXTO CAPÍTULO

PRODUCCIÓN GRÁFICA

En el capítulo anterior se abordó la estrategia creativa para este proyecto. En este capítulo se pone en práctica esta estrategia por medio del desarrollo de producción gráfica, con fases de visualización y validación con la institución, expertos en el tema y el grupo objetivo.



6.1 NIVEL DE VISUALIZACIÓN I

El primer nivel de validación corresponde al proceso de bocetaje a mano de las piezas gráficas propuestas, tomando en cuenta la información y antecedentes recopilados, para luego realizar una autoevaluación para la selección de las propuestas que más conviene para el proyecto.

Para este proyecto se desarrolló una serie de imágenes estáticas y carruseles para redes sociales.

El uso de elementos como formas marcadas con una X o líneas paralelas se usaron para identificar dónde irá texto, logotipo, imágenes y elementos complementarios.



PROPUESTA 1: una mancha sólida sobre un fondo liso, con una composición tipográfica como el punto de enfoque, abajo se muestra la información secundaria, en dónde serán las actividades que se están promocionando.

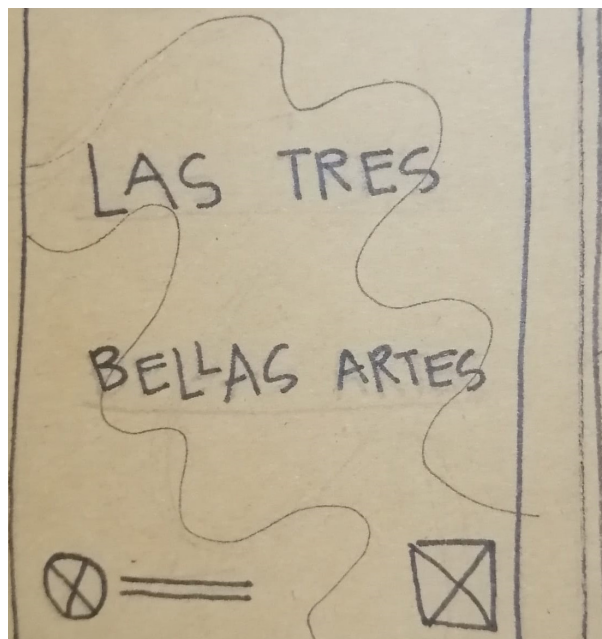
Figura 6. Boceto 1 a mano de propuestas gráficas
Fuente: elaboración propia

El título se integra en una forma abstracta, que en realidad representa una mancha de pintura, la cual funciona como contenedor visual, haciendo que sea lo que realmente llame más la atención de esta composición. El uso de un trazo suelto y hecho a mano refleja el carácter espontáneo del proceso creativo de las actividades que se realizan por parte de la institución. Y al poner directamente que se encuentran “en el Ayuntamiento” se transporta al lector a los espacios comunitarios y abiertos para todo el público.

Pasando con el boceto número dos, se mantuvo la base, sin embargo, la posición de elementos y el enfoque es un poco diferente.

PROPUESTA 2: el fondo es un color sólido, sobre él, una mancha de pintura sostiene el título de la publicación, como elemento principal, esta composición representa las artes; se trata de usar todo el espacio necesario sobre el lienzo y siempre usando los colores institucionales con sus distintas variantes tonales.

Figura 7. Boceto 2 a mano de propuestas gráficas
Fuente: elaboración propia



Este boceto es un poco más libre y espontáneo, siempre el objetivo es presentar las bellas artes por medio del título y relacionarlo con el resto de elementos. El fondo de este se compone por una mancha con bastantes curvas, con la intención de darle un aspecto más dinámico y menos rígido. Estas formas suaves ayudan a que el texto se sienta parte del diseño y no algo separado.

Se añadieron elementos pequeños en la parte inferior, como un círculo marcado y un pequeño recuadro, para ir probando cómo podrían integrarse símbolos o detalles que acompañen el título sin quitarle protagonismo.

Con el boceto número tres se intercambi6 el protagonismo de algunos elementos, haciendo ideas m6s variadas, pensadas en distintas maneras de comprender y apreciar los artes informativos.



PROPUESTA 3: en esta propuesta el elemento que tiene el protagonismo es la clave de sol, ocupando la mayor cantidad de espacio de la composici6n, enfoc6ndose m6s en la m6sica.

Figura 8. Boceto 3 a mano de propuestas gr6ficas
Fuente: elaboraci6n propia

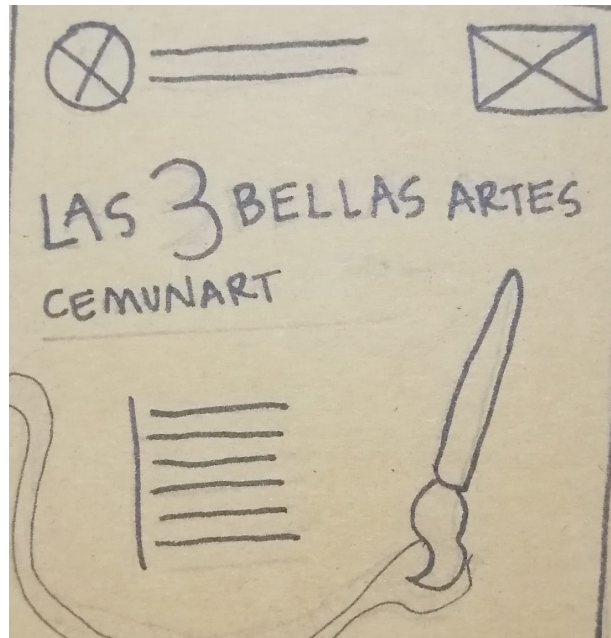
Utilizar una clave de sol como elemento principal para este boceto es importante, ya que es uno de los s6mbolos m6s reconocidos dentro del campo art6stico, al representar la m6sica.

El t6tulo esta vez es m6s sencillo, pasando a segundo plano, sin embargo, todav6a es importante, esto ayuda a que el s6mbolo tenga presencia visual y a reforzar la conexi6n entre el contenido del cartel y el tema art6stico.

En el boceto número cuatro se representaron los artes de una manera más directa, teniendo enfoque en la pintura como una de las artes más reconocidas.

PROPUESTA 4: contiene más elementos gráficos, el pincel, el trazo de pintura, una composición tipográfica que es el titular; esta propuesta muestra más texto informativo.

Figura 9. Boceto 4 a mano de propuestas gráficas
Fuente: elaboración propia



El pincel es un símbolo inmediato de la pintura y, al mismo tiempo, ayuda a equilibrar la composición del cartel. La línea que sale del pincel fue dibujada de forma suelta para dar una sensación de movimiento y creatividad, reforzando la idea de que el arte siempre está en proceso.

El título aparece destacado en la parte superior para que sea lo primero que llame la atención. El texto “CEMUNART” está en ese lugar para visualizar cómo podría integrarse dentro del diseño sin restarle importancia al título principal.

FUNDAMENTACIÓN DE PROPUESTAS ELEGIDAS

Técnica: autoevaluación

Todas las propuestas, se complementan gráficamente; pero luego de un análisis personal profundo, se decidió usar la base conceptual de la propuesta 3, por el alto protagonismo de la imagen; combinado con el tratamiento tipográfico de la propuesta 1, dándole un aire más fluido y artístico a la idea, además del uso de elementos extra, como la posición del texto y logotipos que se muestra en el resto de propuestas.

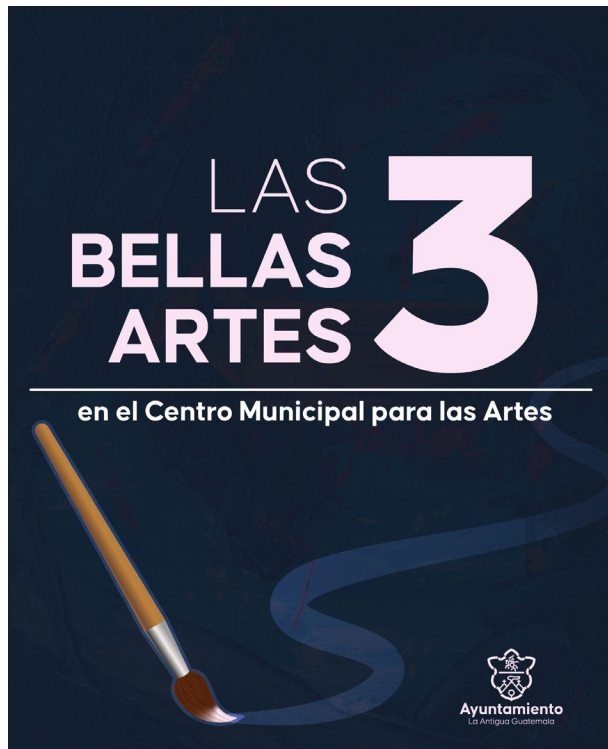
Instrucciones: deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada con base en los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala por utilizar es de 1 a 5, en donde 1 la calificación menor y 5 la calificación mayor.		Propuestas gráficas				
Aspecto por evaluar		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: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

Tabla 3. Matriz de evaluación

Fuente: Gustavo Jurado

6.2 NIVEL DE VISUALIZACIÓN II

Este nivel de visualización corresponde a crear una fase preliminar de los bocetos previamente realizados, digitalizando las propuestas elegidas gracias a el proceso de autoevaluación, esta fase cuenta con el objetivo de la validación y análisis de los estudiantes del último año de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad San Carlos de Guatemala.



BOCETO PORTADA DE CARRUSEL:

un fondo azul institucional, con letras de un color crema; la composición tipográfica usando la fuente institucional; la ilustración del pincel con un trazo a lo largo de la imagen, manteniendo la composición simple y minimalista que se muestra en los bocetos realizados a mano de la propuesta 1.

Figura 10. Boceto digital de portada de carrusel
Fuente: elaboración propia

IMAGEN 2 DE CARRUSEL: usando la base de composición mostrada en la propuesta 3, se reemplaza la ilustración con fotografías de stock tomadas dentro de la Municipalidad, creando un contraste de colores entre el fondo claro y la imagen de color oscuro, los textos unicamente comparten información relevante sobre las actividades que se dan a conocer.

Figura 11. Boceto digital de imagen de carrusel
Fuente: elaboración propia





IMAGEN 3 DE CARRUSEL: se crea contraste con el fondo claro, la fotografía es ideal para el recorrido visual hacia el texto más importante, y al mismo tiempo juega con el titular, para que se vea más interactivo y fluido el diseño. Hay más texto, mostrando las variedades de cursos que se imparte, con la jerarquización de los textos.

Figura 12. Boceto digital de imagen de carrusel
Fuente: elaboración propia

IMAGEN 4 DE CARRUSEL: fondo azul marino, con la fotografía de stock que crea contraste por la vestimenta de la mujer, creando protagonismo mientras crea el recorrido visual hacia el resto de información en el texto, esta vez los textos se alinean a la derecha, pero se sigue con la base.

Figura 13. Boceto digital de imagen de carrusel
Fuente: elaboración propia



Luego de escuchar los comentarios de los alumnos del 10° semestre de diseño gráfico, y de parte del jefe inmediato por parte de la institución, se replanteó la propuesta gráfica para este proyecto. Los cambios a los artes fueron los siguientes:

Propuesta cromática nueva: se seleccionaron distintos tonos de los colores de la paleta gráfica proporcionada por la institución, para que no sea tan formal pero siga siendo institucional.

Vectores por imágenes: se decidió reemplazar el uso de fotografías por ilustraciones vectoriales, para tener la libertad en el uso de los colores propuestos y reforzar.

Tratamiento tipográfico: se le aplicó fluidez y forma a los textos más grandes, para hacerlos ver más artísticos, pero siempre dejando la selección de fuentes institucionales.

VALIDACIÓN FASE II

Técnica: grupo focal con expertos en redes sociales

Un grupo focal es una técnica de investigación, la cual consiste en reunir a una pequeña cantidad de personas con conocimientos en común, para la recaudación de datos sobre un tema específico, analizando sus pensamientos y puntos de vista, comportamiento entre otras características.

ASPECTOS EVALUADOS

Factibilidad entre combinación de ilustraciones vectoriales y composiciones tipográficas.

Peso visual: si los diseños son muy cargados para uso en redes sociales.

El estilo de ilustración es ideal para el concepto del proyecto.

La cantidad y tamaño de los elementos está bien aplicada para su uso en redes sociales.

El diseño en general es versátil para medios digitales e impresos.

Por medio de una reunión virtual en *Google Meet* se reunió a un grupo de cinco personas profesionales en el diseño gráfico en redes sociales, para presentarle los avances del proyecto, desde el grupo objetivo hasta las propuestas gráficas, las cuales fueron las siguientes:



Figura 14. Nueva portada de carrusel 1

Fuente: elaboración propia



Figura 15. Nueva imagen de carrusel 1
Fuente: elaboración propia



Figura 16. Nueva portada de carrusel 2
Fuente: elaboración propia



Figura 17. Nueva imagen de carrusel 2
Fuente: elaboración propia

PERFIL DE EVALUADORES

Nadia Estrada

Freelance de contenido digital para Vana y Forza
Experiencia 3 años y medio (Diseñadora Mid)

Sofia Galicia

Freelance para marcas externas (Estados Unidos)
6 años de experiencia (Diseñadora Senior)

Joaquín Martínez

Director creativo para Campero y Quezalteca
7 años de experiencia

Esdras David Eduardo Icó Pérez

Diseñador para ECOSABA R.L
Experiencia de 1 año y 2 meses

Samantha Aparicio

Actualmente diseñadora para Cofiño Stahl
7 años de experiencia

RESUMEN DE COMENTARIOS RECIBIDOS

El tamaño de los elementos dentro de las artes es muy pequeño como para ser publicado en redes sociales, porque el contenido dentro de éstas es efímero, por lo tanto, necesita ser llamativo desde el primer momento que lo ven.

El tipo de ilustración utilizado para las manos parece ser de otra temática ajena al arte y cultura, en especial que estén cortadas tan gráficamente, además que la forma y los trazos irregulares hacen ver las artes infantiles.

Entre elementos hay espacios peligrosos, algunos muy cercanos a otros que pueden crear ruido visual, haciendo que se confundan u opaquen unos a otros.

El diseño en general y la idea está muy buena, únicamente es cuestión de perfeccionar y pulir los elementos y su posición, se ve bastante artística y al mismo tiempo institucional; es muy versátil para animaciones y para ser el estilo gráfico oficial del Centro Municipal para las Artes del Ayuntamiento de La Antigua.

6.3 NIVEL DE VISUALIZACIÓN III

VALIDACIÓN FASE III

Técnica: grupo focal con el grupo objetivo

En una reunión en vivo, con cinco trabajadores de la Municipalidad del Departamento de Comunicación y Protocolo, seleccionados por su experiencia en la comunicación de parte de la Municipalidad y en la reacción de los espectadores de las redes sociales de la institución. Se les presentó estas nuevas propuestas gráficas, con los cambios ya aplicados:



Figura 18. Portada de carrusel
Fuente: elaboración propia



Figura 19. Imagen de carrusel
Fuente: elaboración propia



Figura 20. Imagen de carrusel
Fuente: elaboración propia



Figura 21. Imagen de carrusel
Fuente: elaboración propia

PERFIL DE EVALUADORES DENTRO DE LA MUNICIPALIDAD:

Ana Lucía Motta

Community Manager de la cuenta de la Municipalidad y Policía Municipal de Tránsito de La Antigua Guatemala

Fausto Cubur

Jefe del área de diseño gráfico del Ayuntamiento en general

Mercedes Monroy

Comunicadora

Diego Flores

Diseñador y animador del Ayuntamiento

David Ortíz

Antiguo Director del Departamento de Comunicación y Protocolo

PERFIL DE EVALUADORES PARTE DEL GRUPO OBJETIVO:

José Pablo López

Interesado en participar dentro de Cemunart

Ángel Sandoval

Interesado en programas de música

Valeria Perez

Interesada en participar en programas de pintura en Cemunart

Dulce Cruz

Interesada en el arte y la cultura

Sofía Garza

Interesada en curso de música por parte de Cemunart

RESUMEN DE COMENTARIOS RECIBIDOS

Las ilustraciones tienen más protagonismo que lo realmente importante dentro del arte, si bien es cierto que el grupo objetivo tiene alta percepción visual, no se puede dejar de lado la información importante de las publicaciones.

Podría haber un equilibrio entre el tamaño de los textos, los titulares pueden verse muy grandes a comparación del resto de elementos, puede haber más información, siempre manteniendo la simplificación de los textos.

Se puede jugar con las ilustraciones, combinándolas para crear nuevas ilustraciones y hablar más de arte en general, usando más elementos representativos y simplificados.

La frase usada *“Empieza a ExplorARTE”* puede tomarse con doble connotación, sería preferible añadirle un complemento para asegurar que se habla de arte.

6.4 RESULTADO FINAL

Después de las validaciones y el análisis de los resultados obtenidos de las validaciones, se realizan los cambios pertinentes que se consideran necesarios para el mejor empleo del diseño gráfico en este proyecto. En este informe se muestran las piezas finales, a una escala legible con el título de cada una.

MOSAICOS DE FACEBOOK



Figura 22. Mosaico de Facebook de cultura
Fuente: elaboración propia



Figura 23. Mosaico de Facebook de música
Fuente: elaboración propia



Figura 24. Mosaico de Facebook de danza
Fuente: elaboración propia



Figura 25. Mosaico de Facebook de artes visuales
Fuente: elaboración propia



Figura 26. Mosaico de Facebook de cultura
Fuente: elaboración propia



Figura 27. Mockup de publicaciones de Facebook
Fuente: elaboración propia

PÓSTERES



Figura 28. Póster de las tres bellas artes
Fuente: elaboración propia



Figura 29. Póster de artes visuales
Fuente: elaboración propia



Figura 30. Mockup de pósteres en pared
Fuente: elaboración propia



Figura 31. Póster con frase artística
Fuente: elaboración propia



Figura 32. Póster de danza
Fuente: elaboración propia

PINES METÁLICOS



Figura 33. Artes para pines metálicos
Fuente: elaboración propia



Figura 34. Mockup de pines metálicos
Fuente: elaboración propia

PUBLICACIONES DE INSTAGRAM



Figura 35. Carrusel de las tres artes

Fuente: elaboración propia



Figura 36. Carruseles de frases

Fuente: elaboración propia



Figura 37. Imágenes estáticas de frases artísticas

Fuente: elaboración propia



Figura 38. Imagen estática de curso de ballet
Fuente: elaboración propia



Figura 39. Imagen estática de curso de marimba
Fuente: elaboración propia



Figura 40. Imagen estática de curso de escultura
Fuente: elaboración propia



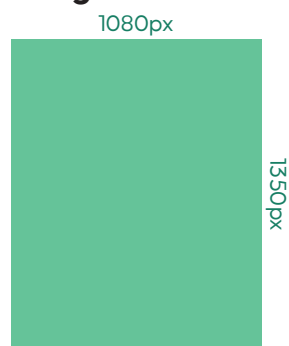
Figura 41. Imagen estática de curso de danza
Fuente: elaboración propia

6.5 FUNDAMENTACIÓN TÉCNICA

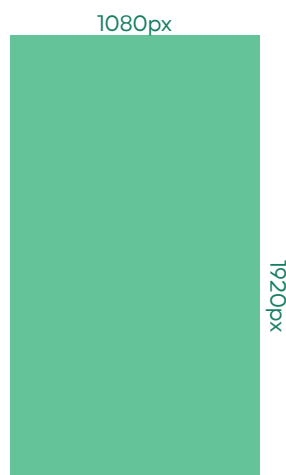
FORMATO: el formato utilizado para redes sociales, específicamente para los carruseles y las imágenes estáticas es de 1080px x 1350px de manera vertical, esto para hacer que las imágenes estén más tiempo en la pantalla, puesto que las cuadradas son más fáciles de pasar desapercibidas. Para los reels se seleccionó la medida de 1080px x 1920px, para cubrir por completo la pantalla, además de ser la medida recomendada por el formato de los teléfonos.

Respecto de los medios impresos, los afiches elaborados verticalmente de 11 x 17 pulgadas, por el diseño original de las publicaciones en redes, para los pines metálicos, es recomendable usar medida de 2.5 x 2.5 pulgadas, para que el diseño se entienda bien y sea legible.

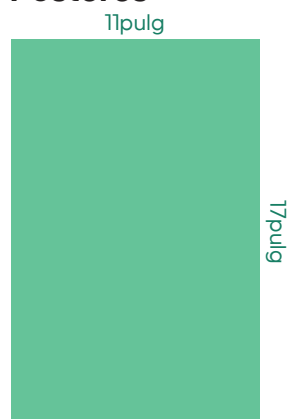
Carruseles e imágenes



Reels



Pósteres



Pines metálicos

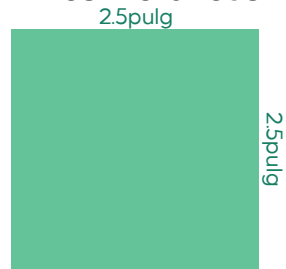


Figura 42. Medidas de artes finales

Fuente: elaboración propia

COMPOSICIÓN: la retícula utilizada en los diseños para este proyecto es una basada en jerarquía, para no encasillar en módulos o columnas los elementos, sino darles libertad de posición y tamaño, siempre respetando los rangos de importancia que se quiere mantener en la información mostrada.



Figura 43. Reticula jerárquica en los artes

Fuente: elaboración propia

CÓDIGO CROMÁTICO: seleccionada a partir de la propuesta cromática que la institución ha hecho estos años, es decir, se utilizaron variantes tonales de la paleta de color institucional, puesto que esto ayuda a serle fiel a la línea gráfica de la Municipalidad y al mismo tiempo a darle un aire serio pero libre y artístico.

	RGB: 107 142 35 CMYK: 63% 25% 100% 9%
	RGB: 250 228 243 CMYK: 1% 15% 0% 0%
	RGB: 234 184 41 CMYK: 9% 28% 90% 1%
	RGB: 5 28 61 CMYK: 100% 89% 46% 53%
	RGB: 236 95 133 CMYK: 0% 75% 24% 0%

CÓDIGO TIPOGRÁFICO: la paleta elegida es simplemente la tipografía que la Municipalidad utiliza en su contenido en redes sociales. Decidido para mantener la línea gráfica que se estableció desde el principio por parte de la institución.

Causten
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789

CÓDIGO ICÓNICO-VISUAL: las ilustraciones que se utilizaron para los artes se basan en la caricaturización de elementos que comúnmente se utilizan en el contexto artístico, combinado con un estilo plano, con colores brillantes e irreales, un borde grueso que destaque los elementos de los fondos que se utilizan.



Figura 44. Muestra de código icónico-visual
Fuente: elaboración propia

CÓDIGO LINGÜÍSTICO: para la elaboración de estos materiales corresponde a un contexto artístico, en español comunicándose de manera personal.

:

6.6 LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA

Para garantizar la puesta en práctica de este proyecto, a continuación se detallan las especificaciones técnicas necesarias para el buen uso y reproducción del material.

6.6.1 COMPONENTES DEL PROYECTO

Se hace la entrega de los siguientes archivos y documentos:

Artes finales:

- ✦ 4 carruseles para Instagram con 2 imágenes de 1080 x 1350 px cada una
- ✦ 1 carrusel para Instagram con 4 imágenes de 1080 x 1350 px cada una
- ✦ 12 posts estáticos de 1080 x 1350 px cada una
- ✦ 4 mosaicos de Facebook de 2 imágenes de 1000 x 2000 px cada una
- ✦ 5 reels de 1080 x 1920 px, de 15 y 10 segundos de duración cada uno
- ✦ 8 PDF con pósteres para impresión
- ✦ 6 PDF para impresión de pines metálicos

Archivos editables:

- ✦ Archivo de Illustrator con los artes para Instagram
- ✦ Archivo de Illustrator con los artes para Facebook
- ✦ Archivo de Illustrator con artes de pósteres para impresión

Recursos

- ✦ Zip de fuentes utilizadas
- ✦ PDF con especificaciones técnicas, condiciones de uso y reproducción

6.6.2 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LOS MATERIALES

Se entregarán los materiales por medio de la plataforma We-Transfer, para su descarga en un plazo de 7 días, además se hará una copia en Drive institucional que la Facultad brinda, creando un respaldo.

Es necesario contar con una computadora con sistemas operativos actualizados, como Windows 10 o versiones más recientes, o MacOS Catalina o Mojave.

Para una manipulación y alteración exitosa de los materiales editables entregados es necesario contar con el programa Illustrator, de la Suite de Adobe, por lo menos de 2020, ya que con versiones anteriores puede ser que se pierda información o valores que contienen los archivos y pueden afectarlos.

Carruseles:

- ✦ Trabajados en: Adobe Illustrator 28.6 2024
- ✦ Formato: JPG
- ✦ Tamaño: 1080px x 1350px
- ✦ Márgenes: 163px x 83px
- ✦ Canales: Instagram

Posts estáticos:

- ✦ Trabajados en: Adobe Illustrator 28.6 2024
- ✦ Formato: JPG
- ✦ Tamaño: 1080px x 1350px
- ✦ Márgenes: 163px x 83px
- ✦ Canales: Facebook e Instagram

Mosaicos:

- ✦ Trabajados en: Adobe Illustrator 28.6 2024
- ✦ Formato: JPG
- ✦ Tamaño: 1000px x 2000px
- ✦ Márgenes: 163px x 83px
- ✦ Canales: Facebook

Reels:

- ✦ Trabajados en: Adobe Illustrator 28.6 2024 y After Effects 25.0 2024
- ✦ Formato: MP4
- ✦ Tamaño: 1080px x 1920px
- ✦ Márgenes: 163px x 83px
- ✦ Canales: Instagram

Pósteres:

- ✦ Trabajados en: Adobe Illustrator 28.6 2024
- ✦ Formato: PDF
- ✦ Tamaño: 279.4mm x 431.8mm
- ✦ Márgenes: 50.8mm x 76.2mm

Pines metálicos:

- ✦ Trabajados en: Adobe Illustrator 28.6 2024
- ✦ Formato: PDF
- ✦ Tamaño: 50mm x 50mm

6.6.3 CONDICIONES DE USO

Únicamente pueden ser publicadas en la cuenta oficial del Ayuntamiento de La Antigua, en las respectivas plataformas que fueron asignadas a cada material.

Cada material digital que se publique debe ser acompañado siempre de un copy previamente preparado, que sea acorde al contenido del material.

La publicación de los materiales debe ser en una constancia de 2 veces por semana, alternando el contenido para no saturar los medios del mismo tema o el mismo contenido, teniendo una duración de 4 meses (cabe la posibilidad de aumentar a 3 el número de publicaciones por semana, dependiendo de la disponibilidad de contenido y material).

La impresión de los pósteres debe realizarse en un papel resistente de preferencia mate, para que el diseño se aprecie de mejor manera y no tener problemas con el brillo que el papel tiene a veces, además del tamaño mínimo de impresión es de 11 x 17 pulgadas, para una mejor legibilidad de los elementos.

6.6.4 CONDICIONES DE REPRODUCCIÓN

Únicamente los archivos entregados como PDF pueden ser impresos, puesto que están adecuados con las especificaciones necesarias para que la impresión sea la mejor, por lo tanto, los archivos para redes sociales deben ser únicamente para medios digitales, no se recomienda imprimirlos.

Si en algún momento el Centro Municipal para las Artes se independiza en redes sociales de la cuenta del Ayuntamiento, se recomienda utilizar las paletas tipográficas y cromáticas que fueron propuestas, puesto que son pensadas con la finalidad de representar exclusivamente esta área de la Municipalidad, manteniendo la misma base gráfica.

Los archivos editables pueden ser actualizados, considerando los constantes cambios que suelen verse en el logotipo del Centro Municipal para las artes y del Ayuntamiento, como el cambio de información importante (horarios, costo, ubicación, rango de edad, entre otros), sin embargo, siempre respetando la composición gráfica original.

6.6.5 APOORTE ECONÓMICO DEL ESTUDIANTE

A continuación, se muestra un análisis específico del aporte económico que el estudiante ha tomado en cuenta para la elaboración del proyecto.

Una vez que ya se presentó la producción gráfica, se pasa a las lecciones aprendidas, conclusiones y recomendaciones, en el capítulo siete.

Costos fijos	Valor
Agua	Q 70.00
Luz	Q 391.65
Teléfono	Q 76.39
Internet residencial	Q 250.00
Datos móviles	Q 110.00
Licencia Adobe	Q 160.00
Total	Q 1,058.04
Costos variables	Valor
Útiles de oficina	Q 247.00
Impresiones	Q 320.00
Fotocopias	Q 100.00
Transporte público	Q 1,200.00
Total	Q 1,867.00
Servicios profesionales de diseño	Valor
Investigación	Q 8,000.00
Bocetaje	Q 10,000.00
Digitalización	Q 20,000.00
Validación	Q 10,000.00
Depreciación de equipo	Q 432.00
Honorarios	Q 7,000.00
Total	Q 55,432.00
Imprevistos de 10% del total	Q 5,543.02
Subtotal	Q 60,975.201
Impuestos	Valor
IVA (12% sobre el total)	Q 6,651.86
ISR (5% sobre el total)	Q 2,771.61
Total	Q 70,398.67

Tabla 4: Tabla de presupuesto de aporte del estudiante a la institución

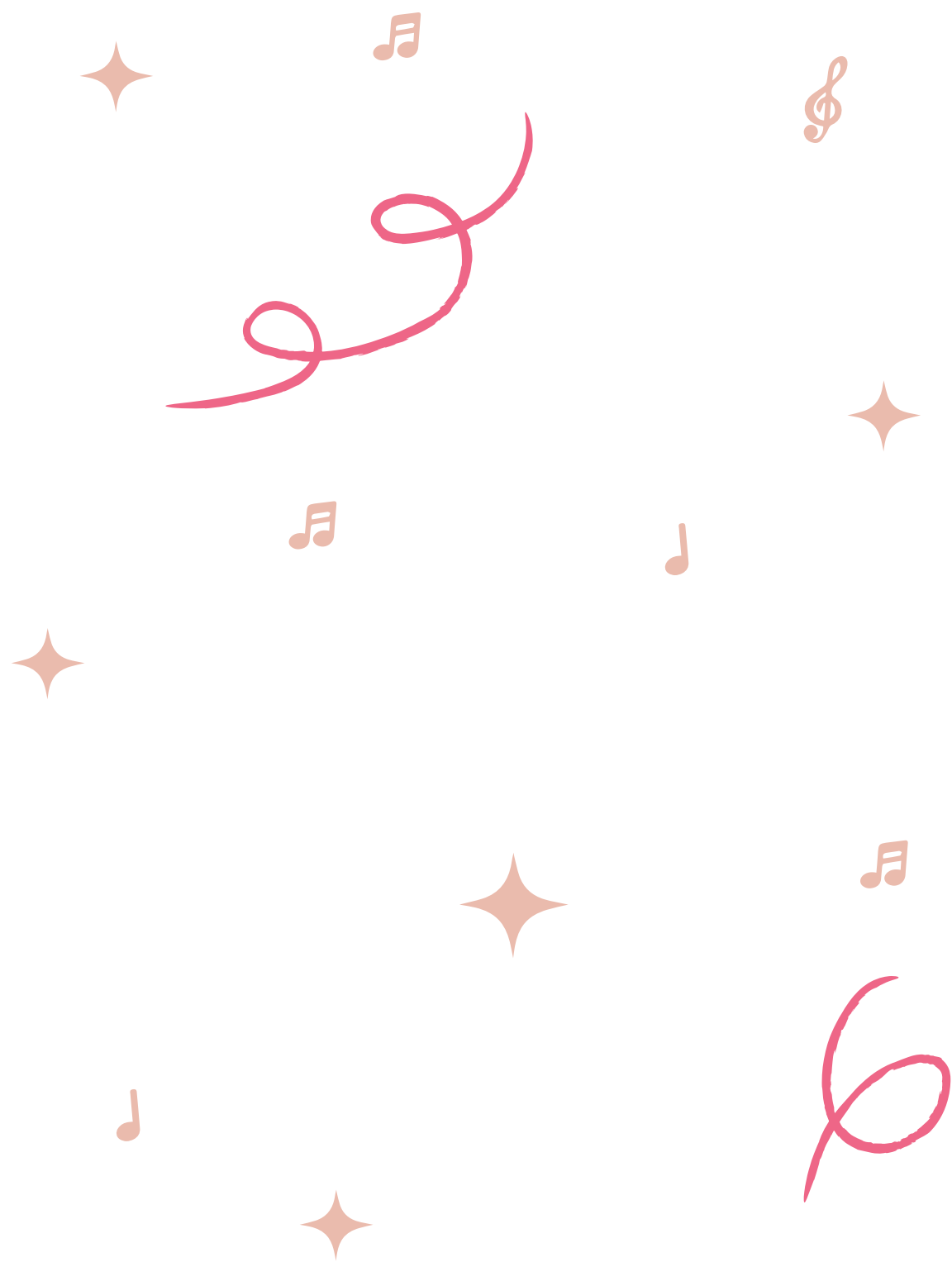
Fuente: elaboración propia



SÉPTIMO CAPÍTULO

SÍNTESIS DEL PROYECTO

En este capítulo se presentan las conclusiones del proyecto, las recomendaciones que se que se proponen a la institución, a la Escuela de Diseño Gráfico y a los futuros estudiantes del curso de Proyecto de Graduación, además de las lecciones aprendidas en la elaboración del proyecto



7.1 CONCLUSIONES

Se apoyó a la Municipalidad de La Antigua Guatemala en compartir información con la población en general, principalmente la infancia y juventud del municipio, sobre la importancia cultural para el desarrollo como personas y país, obteniendo más alcance en distintos medios de comunicación y se creó una nueva relación entre la institución y los usuarios, por medio del diseño de una campaña publicitaria con presencia en medios digitales, con aplicaciones como publicaciones informativas para redes sociales.

Se informó sobre los beneficios y actividades culturales y artísticas que el Ayuntamiento de La Antigua ofrece de fácil acceso a la población, para el desarrollo de talentos elevando el alcance de la información que se quiso compartir por medio de la campaña publicitaria en redes sociales institucionales (Facebook, Instagram), y en medios impresos como afiches y carteles publicitarios.

Se diseñó una serie de publicaciones estáticas para redes sociales, con contenido informativo, promocional, mostrando los servicios de la institución, para mostrar a la población en general, principalmente a la infancia y juventud del municipio.

7.2 RECOMENDACIONES

A LA INSTITUCIÓN:

Abordar de mejor manera la solicitud de artes gráficas, para llevar un orden y un control detallado de quién debe hacer la solicitud de diseños y quién debe velar por su análisis para tener un punto en común de los cambios que se necesitan, sin crear dudas de quién sería conveniente tomar en cuenta la opinión y realizar los cambios.

A LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO:

Comenzar a ambientar a los alumnos desde al menos un semestre antes sobre los procesos y la manera que se trabaja EPS y el proyecto de graduación en el décimo semestre, para no presionarlos tanto y que estén preparados.

A LOS ESTUDIANTES:

Respetar los tiempos, procurar no atrasarse para cumplir con todo lo propuesto al principio y tener un tiempo extra para corregir errores y afinar bien los artes.

7.3 LECCIONES APRENDIDAS

Mantener una comunicación constante y de calidad con la institución, para no solo realizar el EPS, crear una red de contactos que pueden ser de utilidad en el futuro y dar a conocer la carrera de Diseño Gráfico y las propias capacidades.

No dejar las cosas a último momento para hacerlas apresuradamente, sino tomarse el tiempo necesario pero seguir trabajando en todo lo que se debe hacer.

No creer que se puede hacer de todo en el proyecto para que se vea más grande, es preferible hacer menos pero siempre bien hecho y bien fundamentado, que sea realmente funcional para la institución y que sea acorde con las necesidades vigentes.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Altieri Megale, Angelo. «¿Qué es la cultura?», La Lámpara de Diógenes 2, n. 004 (2001): <http://www.redalyc.org/pdf/844/84420403.pdf>.

Aprendemos qué es el método Scamper y cómo puede ayudar a tu negocio. PE - Eude Business School; EUDE Business School - Noticias. <https://www.eude.pe/blog/2022/09/20/aprendemos-que-es-el-metodo-scamper-y-como-puede-ayudar-a-tu-negocio/>

«Ayuntamiento de Antigua». Instagram. Consultado el 14 de marzo de 2024. <https://www.instagram.com/ayuntamientoantigua>.

Ayuntamiento de la Antigua, Manual de Organización y Funciones, Secretaría de Desarrollo Social, Tomo III Departamento de Educación, capítulo II (Ayuntamiento de la Antigua, 2021), acceso el 1 de febrero de 2024. 1_2023_7sig0.pdf (muniantigua.gob.gt)

Ayuntamiento de la Antigua. 2022. «Marco estratégico», en Planificación Institucional 2023 PEI/POM/POA, editado por Ayuntamiento de la Antigua (Guatemala: Ayuntamiento de la Antigua Guatemala, 2022), 34. (muniantigua.gob.gt)

«Bellas artes: qué son, cuáles son y su clasificación», Enciclopedia Significados, consultado el 4 de septiembre de 2024, <https://www.significados.com/bellas-artes/>.

Cómo mantenerse seguro en X, anteriormente Twitter, Internet Matters, consultado el 8 de septiembre de 2024, <https://www.internet-matters.org/es/hub/news-blogs/twitters-parental-controls-and-privacy-settings-what-parents-need-to-know/#what-is-x>.

Culturina Comunicación. (2023, abril 19). Las 9 mejores campañas de marketing de museos. <https://culturinacomunicacion.com/blog/mejores-campanas-marketing-de-museos>

«Diseño corporativo: definición y ejemplos | Euroinnova», Euroinnova Business School, consultado el 7 de septiembre de 2024, <https://www.euroinnova.com/blog/disenio-corporativo>.

«Diseño editorial: elementos y aplicaciones | Blog CC», Universidad Europea Creative Campus, consultado el 7 de septiembre de 2024, <https://creativecampus.universidadeuropea.com/blog/disenio-editorial/>.

«Diseño Tipográfico», Tantatic Diseño y Desarrollo, consultado el 7 de septiembre de 2024, <https://tantatic.com/disenio-grafico/disenio-tipografico>.

Equipo editorial, EtecA®, «Redes sociales - Qué son, tipos, usos, ventajas y riesgos», Concepto, 21 de junio de 2020, <https://concepto.de/redes-sociales/>.

Fuentes, O. (2024, agosto 10). Importancia De Las Actividades Culturales En La Preservación De Tradiciones Según El Gobierno Regional. Herencia.net. <https://herencia.net/2024-08-10-importancia-de-las-actividades-culturales-en-la-preservacion-de-tradiciones-segun-el-gobierno-regional/>

Gañan Fernandez, Victor Manuel. "La importancia de la publicidad en las redes sociales", Servilia Blog sobre marketing digital y redes sociales, 24 de agosto de 2018, <https://blog.servilia.com/la-importancia-de-la-publicidad-en-las-redes-sociales/#:~:text=de%20inbound%20marketing-,La%20publicidad%20en%20redes%20sociales%20es%20la%20nueva%20arma%20de,seguidores,%20aportando%20confianza%20al%20cliente.>

Guevara, Adán. «Diseño para redes sociales», Reoord, 10 de abril de 2023, <https://reoord.net/archivos/listing/disenio-para-redes-sociales>.

«Ingresos por nivel socioeconómico en Guatemala», Ingresos por nivel socioeconómico en Guatemala (blog), Agencia de Marketing Digital - SéOnline, consultado el 31 de marzo de 2024, <https://seonline.marketing/blog/ingresos-nivel-socioeconomico-guatemala>

Instituto Nacional de Estadística, «Estimaciones y proyecciones de la población total según sexo y edad», 2020, Guatemala.

Kemp, Simón. «Digital 2024: Guatemala – DataReportal – Global Digital Insights», DataReportal – Global Digital Insights, 23 de febrero de 2024, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-guatemala>.

«La importancia de la ilustración en el diseño gráfico», IPP, consultado el 7 de septiembre de 2024, <https://www.ipp.edu.pe/blog/dise-no-grafico-ilustracion/>.

Tolstoi, León. ¿Qué es el arte? (Rusia, 1898), <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=RwvfEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=que+es+el+arte&ots=X4mRXDP92k&sig=zPXFSSohyL3LWW5VCy5Xq52jL1Y#v=onepage&q=que%20es%20el%20arte&f=false>.

Łuszczkiewicz, J. (2023, julio 20). La importancia de la música y el arte en la educación infantil. LiveKid. <https://livekid.com/es/blog/la-importancia-de-la-musica-y-el-arte-en-la-educacion-infantil/>

Personalisierte versandkartons, Packhelp, consultado el 7 de septiembre de 2024, <https://packhelp.es/que-es-packaging/#:~:text=El%20packaging%20es%20aquel%20embalaje,y%20plasma%20la%20identidad%20corporativa>”.

«¿Qué Es Educación?», Google Books, consultado el 4 de septiembre de 2024, <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=welG7JSmrm8C&oi=fnd&pg=PA1&dq=-que+es+educacion&ots=2Ct4EypLKY&sig=ie09fvUevvsrbUml9vBMhQXuOEc#v=onepage&q=que%20es%20educacion&f=false>.

¿Qué es Facebook, para qué sirve y cómo funciona esta red social?, Webescuela | Cursos Online de Marketing Digital, consultado el 8 de septiembre de 2024, <https://webescuela.com/facebook-que-es-como-funciona/>

Qué es Instagram - Definición, significado y ejemplos, Arimetrics, consultado el 8 de septiembre de 2024, <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/instagram>.

¿Qué es una campaña en redes sociales y cómo planificarla?, ZIZER | Agencia de Medios Boutique, consultado el 8 de septiembre de 2024, <https://zizer.es/blog/que-es-campana-en-las-redes-sociales/>.

Rodriguez, F. (2024, junio 8). Siglo XX y la Historia del Diseño Gráfico: Una Era de Innovación y Revolución. ESDIP Madrid. <https://www.esdip.com/blog-escuela-de-arte/siglo-xx-y-la-historia-del-dise-no-grafico-una-era-de-innovacion-y-revolucion/>

ANEXOS

ANEXO 1: PREGUNTAS PARA EL GRUPO FOCAL DE EXPERTOS

¿El estilo seleccionado es adecuado para el contexto del proyecto?

¿Si es recomendable el uso de elementos hechos de caricatura?

¿La proporción del tamaño de los elementos es adecuada para redes y para medios impresos?

Es recomendable trabajar los posters con el fondo de color oscuro? ¿o es preferible trabajar en colores claros?

¿Las medidas son correctas para redes sociales, en reels y publicaciones?

ANEXO 2: PREGUNTAS PARA EL GRUPO FOCAL DEL GRUPO OBJETIVO

¿Qué entienden por estos dibujos?

¿Qué es lo primero que piensan al ver estos dibujos y estos colores?

¿Se puede leer bien?

¿Cómo definirías a Cemunart con 3 palabras?

*Virsa Valenzuela Morales -Licenciada en Letras
33 avenida "A" 10-79 zona 7 Tikal 2- Teléfono 59824483*

Nueva Guatemala de la Asunción, 11 de junio de 2026

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

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación ***Campaña en medios digitales e impresos para divulgación de las actividades realizadas por el Centro Municipal para las Artes de la Municipalidad de Antigua Guatemala*** de la estudiante **Emily Marisseth Alvarez García** de la Facultad de Arquitectura, carné universitario **201908239**, previo a conferírsele el título de **Diseñador Gráfico** en el grado académico de Licenciado.

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

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



Dra. Virsa Valenzuela Morales
No. de colegiada 6,237

*Virsa Valenzuela Morales
Licenciada en Letras
Colegiada No. 6237*

Observaciones: el documento de 98 páginas fue revisado en formato pdf, según puede verse en el archivo con correcciones enviado a la estudiante.

**"Campaña en medios digitales e impresos para divulgación de las actividades
realizadas por el Centro Municipal para las Artes de la Municipalidad de Antigua
Guatemala"**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

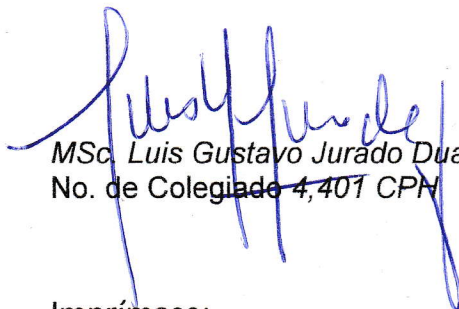


Emily Marisbeth Alvarez García

Asesorado por:



Jorge Josué Caná López
No. de Colegiado G-457



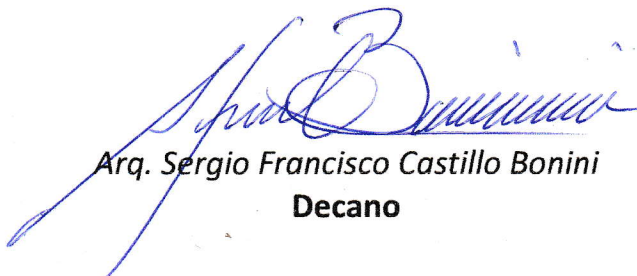
MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte
No. de Colegiado 4,401 CPH



Miriam Isabel Meléndez Sandoval
No. de Colegiado 39

Imprimase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano



