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



Diseño de estrategia de comunicación para fortalecer el valor cultural, educativo y turístico del Mapa en Relieve:

Proyecto elaborado para la Municipalidad de Guatemala

Sara María Polanco González

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

Diseño de estrategia de comunicación para fortalecer el valor cultural, educativo y turístico del Mapa en Relieve:
Proyecto elaborado para la Municipalidad de Guatemala

Proyecto desarrollado por:
Sara María Polanco González
Para optar al título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala Octubre 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. Lcda. 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

Arq. Francisco Ronaldo Herrarte Gonzalez
Secretario Académico

MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte
Examinador

M.A. Ana Carolina Aguilar Castro de Flores
Examinador

Lic. Felipe Antonio López Vettorazzi
Examinador

Agradecimientos

La elaboración de este proyecto no hubiese sido posible sin el apoyo de muchas personas, quienes brindaron su ayuda.

En primer lugar, agradecer profundamente a mis padres, por haberme acompañado a lo largo de toda mi vida y carrera universitaria, brindándome su apoyo incondicional, su amor y todos los recursos necesarios para culminar esta etapa.

A mis amigos, por su compañía constante, por las risas compartidas y por estar presentes en los momentos más importantes de este proceso, ofreciendo siempre su ayuda y ánimo.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, por proporcionarme las herramientas y los conocimientos que hicieron posible la realización de este proyecto.

Finalmente, a la Municipalidad de Guatemala, por brindarme la oportunidad de desarrollar este trabajo y aportar a un proyecto de valor para la institución y la comunidad.

Índice

Introducción 13

1. Capítulo 1
Planteamiento del proyecto

1.1 Antecedentes 16
1.2 Problema de comunicación 18
1.2.1 Problema social 18
1.2.2 Problema de comunicación 18
1.3 Justificación 18
1.3.1 Trascendencia 18
1.3.2 Incidencia 19
1.3.3 Factibilidad 19
1.4 Objetivos 19
1.4.1 Objetivo general 19
1.4.2 Objetivo de comunicación 19
1.4.3 Objetivo de diseño 19

2. Capítulo 2
Perfiles

2.1 Perfil de la institución 22
2.1.1 Historial de la institución 23
2.1.2 Filosofía institucional 23
2.1.3 Servicios que presta la institución 24
2.1.4 Identidad y comunicación visual de la institución 24
2.1.5 Materiales digitales Municipalidad 25
2.1.6 Materiales digitales Mapa en Relieve 26
2.2 Perfil del grupo objetivo 27
2.2.1 Características geográficas 27
2.2.2 Características sociodemográficas 27
2.2.3 Características socioeconómicas 27
2.2.4 Características psicográficas 27
2.2.5 Relación entre el grupo objetivo y la institución 27

3. Capítulo 3
Planificación operativa

3.1 Flujograma 30
3.2 Cronograma 33
3.3 Previsión de gastos del proyecto 34

4. Capítulo 4
Marco teórico

4.1 Ensayo 1: Cultura y desigualdad 38
4.2 Ensayo 2: Incidencia en el diseño gráfico 43
4.3 Ensayo 3: Revalorizar la cultura 47

5. Capítulo 5
Definición creativa

5.1 Brief de diseño 54
5.2 Recopilación de referencias 57
5.3 Estrategia de aplicación de las piezas 59
5.4 Concepto creativo 60
5.5 Premisas de diseño 63
5.5.1 Premisa cromática 63
5.5.2 Premisa tipográfica 64
5.5.3 Iconos e ilustraciones 64
5.5.4 Formato 65
5.5.5 Fotografía 65

6. Capítulo 6
Producción gráfica

6.1 Nivel de visualización 1: Validación 68

6.2 Nivel de visualización 2: Validación con expertos 70

6.3 Nivel de visualización 3: Validación con la institución 72

6.4 Nivel de visualización 4: Validación con el grupo objetivo 74

6.5 Resultado final 75

6.6 Justificación técnica 88

6.6.1 Formato 88

6.6.2 Composición 89

6.6.3 Código cromático 89

6.6.4 Código tipográfico 90

6.6.5 Código iconico visual 91

6.6.6 Código lingüístico 91

6.7 Lineamientos de la puesta en practica 92

6.7.1 Componentes del proyecto 92

6.7.2 Especificaciones técnicas 92

6.7.3 Condiciones de uso 92

6.7.4 Condiciones de reproducción 93

6.8 Aporte económico a la institución 94

Síntesis del proyecto

Conclusiones 98

Recomendaciones 99

Lecciones aprendidas 100

Referencias 101

Anexos 104

Lista de figuras 109

Introducción

En Guatemala, muchas personas tienen dificultad para acceder a espacios culturales, ya que la mayoría tienen costos altos, horarios limitados o están en lugares poco accesibles. Esto crea una brecha cultural que afecta sobre todo a quienes tienen menos recursos, limitando sus oportunidades de aprender y participar en actividades artísticas o recreativas. Como resultado, se vuelve más difícil fortalecer la identidad nacional y formar una ciudadanía más informada y sensible hacia la cultura.

La falta de acceso a estos espacios no solo impide disfrutar del arte, la música o la literatura, sino que también limita una educación completa, ya que la cultura es parte importante en la formación y en la transmisión de nuestro patrimonio. Esta falta de oportunidades hace que la cultura tenga menos impacto en el desarrollo personal y social.

Dar a conocer los espacios culturales ayuda a acercar la cultura a personas que antes no podían acceder a ella, reduciendo barreras económicas, geográficas o sociales. Esto no solo fortalece la educación y el conocimiento histórico, sino que también promueve la inclusión y el respeto por la diversidad cultural. De esta forma, la promoción de estos espacios se vuelve una herramienta clave para crear una sociedad más consciente, informada y comprometida con sus raíces.

La Municipalidad de Guatemala busca generar un impacto al promover espacios culturales como el Mapa en Relieve, que combina historia, educación y recreación. Este lugar no solo preserva el patrimonio cultural, sino que también sirve como punto de encuentro para las personas, fomentando la participación y el sentido de pertenencia. Con esto, la Municipalidad demuestra que el acceso a la cultura no debe ser un privilegio, sino un derecho para todos los ciudadanos.

Aunque el Mapa en Relieve tiene un gran valor educativo y cultural, todavía enfrenta el reto de ser poco conocido. Muchas personas no saben de su existencia o no tienen información sobre sus actividades, lo que reduce su impacto y la cantidad de visitantes que podrían aprender de él.

Por eso, este proyecto propone el diseño de una estrategia de comunicación visual para fortalecer el valor cultural, educativo y turístico del Mapa en Relieve. Es un proyecto elaborado para la Municipalidad de Guatemala y dirigido a jóvenes entre 15 y 20 años. La propuesta busca crear materiales gráficos que conecten con los intereses y hábitos de este grupo, usando un lenguaje visual atractivo, moderno y cercano, que los invite a descubrir y valorar este espacio.

El proyecto busca motivar a los jóvenes a participar en actividades culturales y educativas, ayudando a que el Mapa en Relieve se consolide como un símbolo de identidad y patrimonio de la ciudad. También busca que los jóvenes comprendan la importancia de la cultura y el patrimonio como parte de su formación y su sentido de pertenencia. A través de una comunicación más cercana que pretende despertar la curiosidad y el orgullo por conocer los espacios culturales del país.

Al aplicar estrategias de comunicación visual efectivas, se apoya la misión de la Municipalidad de garantizar el acceso a la cultura como un derecho para todos, promoviendo la educación y el desarrollo de los guatemaltecos. Estas acciones permiten fortalecer la conexión entre la institución y la comunidad, creando un puente entre las nuevas generaciones y el patrimonio histórico de la ciudad. De esta manera, la cultura se convierte en una herramienta que impulsa el desarrollo y fomenta el sentido de identidad.

Capítulo 1

Planteamiento del proyecto



- Antecedentes
- Problema de comunicación visual
- Justificación
- Objetivos

Capítulo 1

Planteamiento del proyecto

El Mapa en Relieve de Guatemala, creado a principios del siglo XX, es una pieza única que representa la geografía del país de manera detallada y educativa. Está ubicado en la Ciudad de Guatemala y ha sido un espacio clave para estudiantes, turistas y familias durante muchos años. Aunque ha recibido mantenimiento y restauración, enfrenta el reto de modernizarse y conectar mejor con las nuevas generaciones. Más allá de su valor histórico, sigue siendo una herramienta importante para la educación y el turismo cultural en Guatemala.

1.1 Antecedentes

El Mapa en Relieve de Guatemala fue creado como una herramienta educativa para representar la geografía del país de forma tangible. A lo largo de su trayectoria, ha sido un espacio clave para la educación, el turismo y la recreación, atrayendo a generaciones de estudiantes y visitantes. Sin embargo, con el paso del tiempo ha enfrentado desafíos relacionados con su mantenimiento, la actualización de su imagen y la necesidad de conectar con públicos más jóvenes, aspectos que actualmente impulsan la búsqueda de nuevas estrategias de comunicación y conservación.

Este lugar enfrenta diversas dificultades que afectan su conservación y atractivo para el público. La falta de un mantenimiento constante ha provocado desgaste físico en sus estructuras, lo que pone en riesgo su integridad como patrimonio cultural. Además, la escasa promoción y actualización de su imagen gráfica

limita su alcance, especialmente entre las nuevas generaciones que consumen información principalmente en formatos digitales. Aunque no hay estadística oficial, se conoce que los jóvenes han perdido el interés es visitar estos., espacios culturales, lo que representa un desafío para la relevancia del mapa como recurso educativo y turístico. Estas problemáticas se agravan en un contexto donde la competencia por el tiempo libre es cada vez mayor, con opciones digitales y recreativas más atractivas para el público.

El área más afectada por los problemas relacionados con el mantenimiento y la promoción del Mapa en Relieve es principalmente la zona metropolitana de la Ciudad de Guatemala, donde se encuentra ubicado el mapa. Esta área concentra gran parte del público potencial, especialmente estudiantes y turistas que visitan la capital. Sin embargo, también se observa una limitada difusión hacia zonas periféricas y departamentos del interior del país, lo que reduce el alcance cultural y educativo del mapa a nivel nacional. Esta concentración urbana y la falta de estrategias inclusivas afectan la participación y el acceso de comunidades fuera de la ciudad.

La población afectada por las limitaciones en mantenimiento, promoción y actualización del Mapa en Relieve está compuesta principalmente por estudiantes, docentes, turistas y familias de la Ciudad de Guatemala y sus alrededores, quienes representan un porcentaje importante de visitantes anuales. Además, debido a la poca difusión hacia otras regiones del país, comunidades fuera de la capital tienen un acceso limitado a este recurso cultural y educativo. Esto restringe el impacto positivo que el mapa podría tener

Los problemas actuales en el mantenimiento y promoción del Mapa en Relieve impactan directamente en su función como espacio cultural y educativo. Para quienes lo visitan, especialmente estudiantes y familias, representa poca oportunidad para aprender de forma vivencial y participar en actividades culturales que enriquecen su conocimiento del país. La falta de actualización limita la capacidad del mapa para atraer a públicos jóvenes y fomentar su participación activa. Organizaciones comunitarias, municipales y culturales resaltan la importancia de integrar programas que incentiven la interacción y el aprendizaje activo, asegurando que el mapa siga siendo un punto de encuentro para la cultura y la educación.

Las principales causas que afectan al Mapa en Relieve incluyen la falta de mantenimiento constante, recursos limitados para su promoción y la ausencia de estrategias innovadoras que permitan conectar con públicos actuales, especialmente jóvenes. Estas causas se derivan de presupuestos municipales insuficientes y de una baja prioridad en la agenda cultural urbana. Como consecuencia, el mapa sufre desgaste físico y pierde visibilidad, lo que limita su función educativa y cultural. Esto provoca una disminución en el número de visitantes y reduce las oportunidades para que la comunidad participe en actividades culturales relacionadas. A largo plazo, de no atender estas causas, el mapa corre el riesgo de perder relevancia y valor como espacio de aprendizaje y encuentro cultural en la ciudad.

Los principales actores involucrados en la conservación y promoción del Mapa en Relieve son la Municipalidad de Guatemala, responsable de su mantenimiento y administración desde hace más de 10 años, gestionándolo como un espacio público cultural. También participan instituciones educativas que lo utilizan como recurso didáctico; organizaciones culturales y comunitarias que impulsan actividades y proyectos en torno al mapa; y, en algunos casos, entidades gubernamentales y ONG dedicadas a la preservación del patrimonio y la promoción cultural. Además, especialistas en cultura y patrimonio colaboran en el diseño de estrategias para revitalizar el espacio y hacerlo más atractivo para diferentes públicos.

1.2 Problema de comunicación

1.2.1 Problema social

En Guatemala, la oferta de espacios culturales accesibles es limitada y, en su mayoría, estos lugares tienen un costo de ingreso elevado, lo que restringe el acceso de muchas personas interesadas en fomentar y enriquecer su cultura. Esta situación genera una brecha social que dificulta la participación de sectores amplios de la población en actividades culturales y educativas. Por ello, espacios municipales como el Mapa en Relieve son fundamentales, ya que ofrecen una opción gratuita o de bajo costo para que la sociedad pueda acercarse al conocimiento, la historia y la cultura del país. La falta de promoción y cuidado de estos espacios pone en riesgo su permanencia y su capacidad para cumplir con este rol social vital.

1.2.2 Problema de comunicación

El principal problema de comunicación del Mapa en Relieve es la baja visibilidad y falta de promoción efectiva que limita su alcance y atractivo, especialmente entre los jóvenes y nuevos públicos. A pesar de ser un espacio cultural valioso y accesible, no cuenta con una estrategia comunicacional actualizada que logre conectar con los intereses y hábitos digitales del público objetivo. Esto genera que muchas personas desconozcan su existencia, su valor educativo y las actividades culturales que allí se puedan desarrollar, reduciendo así su participación y el impacto social que podría tener. Además, la falta de una imagen visual clara y coherente hace que el lugar no se perciba como un espacio moderno o atractivo para visitar. Por eso, es importante renovar su forma de comunicarse y mostrar todo lo que ofrece de una manera más llamativa y cercana a las nuevas generaciones. De esta manera, se puede lograr que más personas se interesen en conocerlo, visitarlo y compartir su experiencia. Así, el Mapa en Relieve puede recuperar el valor que tiene como un punto importante de cultura, historia y aprendizaje.

1.3 Justificación

Es necesario fortalecer la promoción y difusión del Mapa en Relieve como un espacio cultural accesible que fomente la educación, la recreación y el orgullo por la historia de Guatemala. Este lugar tiene un gran valor educativo y turístico, pero muchas personas aún no lo conocen o no saben todo lo que ofrece. Por eso, es importante implementar una estrategia de comunicación visual actualizada, clara y atractiva, que conecte con los jóvenes y con comunidades que tienen menos acceso a la cultura. De esta forma, se busca aumentar su visibilidad, despertar el interés del público y motivar más visitas. Además, con una buena comunicación, se contribuye a mantener viva su importancia y asegurar que el Mapa en Relieve siga siendo un recurso valioso para aprender, disfrutar y sentirse parte del patrimonio cultural de Guatemala.

1.3.1 Trascendencia

La revalorización de espacios culturales como el Mapa en Relieve es muy importante para fortalecer la identidad nacional y mantener viva nuestra historia. Estos lugares no solo son parte del patrimonio arquitectónico y artístico del país, sino que también funcionan como espacios educativos donde se puede aprender sobre la geografía, la cultura y la historia de Guatemala de una forma diferente.

Darles la atención y promoción que merecen ayuda a que las nuevas generaciones se sientan más conectadas con su país y valoren lo que representa. Al posicionar el Mapa en Relieve como un espacio cultural activo y cercano, se promueve que las personas lo visiten, lo disfruten y se apropien de él como parte de su identidad. Además, fortalecer su difusión ayuda a despertar el interés de más visitantes y a generar un mayor reconocimiento de su valor histórico. De esta manera, se asegura que siga siendo un lugar de aprendizaje, recreación e inspiración para todo público, manteniendo viva la memoria y el orgullo de ser guatemaltecos.

1.3.2 Incidencia

En la actualidad, un buen diseño gráfico en la divulgación de espacios culturales como el Mapa en Relieve es esencial para que el público, especialmente los jóvenes y turistas, puedan conectar con la información de forma más atractiva y efectiva. La percepción visual que se transmite influye directamente en el interés y la participación del grupo objetivo.

El desarrollo de una campaña publicitaria con identidad visual sólida, acompañada de piezas como publicaciones para redes sociales, animaciones, vídeos e infografías, permitirá renovar la imagen del Mapa en Relieve. Estas herramientas no solo comunicarán sus valores y mejoras, sino que también facilitarán una experiencia cultural más cercana, educativa y dinámica.

A corto plazo, esto será clave para recuperar el interés por el sitio, corregir ideas erróneas del pasado y fortalecer su presencia en plataformas digitales. Con un lenguaje visual actualizado, coherente y accesible, se logrará una mayor conexión con el público, aumentando su reconocimiento, visitas y participación activa.

1.3.3 Factibilidad

La factibilidad del proyecto se fundamenta en el respaldo institucional y técnico con que cuenta. Se dispone de un supervisor en diseño gráfico, encargado de orientar y validar la calidad visual de las piezas, y un supervisor experto en el Mapa en Relieve, quien garantiza que el contenido y enfoque sean fieles al valor cultural y educativo del espacio. Además, se cuenta con el apoyo de dos asesores técnicos universitarios que aportan conocimiento especializado para fortalecer la metodología y la implementación del proyecto. Este equipo multidisciplinario, junto con los recursos humanos y técnicos disponibles, asegura un desarrollo estratégico y ordenado, que permite crear contenidos de alto impacto y relevancia sin requerir grandes inversiones adicionales.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Fortalecer la promoción y difusión del Mapa en Relieve, administrado por la Municipalidad de Guatemala, mediante una estrategia de comunicación visual que incremente su visibilidad, resalte su valor histórico y educativo, y fomente la participación activa de jóvenes estudiantes

1.4.2 Objetivo de comunicación

Divulgar el valor histórico y cultural del Mapa en Relieve entre jóvenes estudiantes, usando contenidos visuales atractivos que despierten su interés y los animen a participar en actividades relacionadas con este patrimonio.

1.4.3 Objetivo de diseño

Diseñar piezas visuales creativas y atractivas, como publicaciones, vídeos e ilustraciones, que comuniquen de manera clara el valor histórico y educativo del Mapa en Relieve para jóvenes estudiantes logrando una propuesta visual adecuada.

En conclusión, se identificó una falta de estrategias de comunicación efectivas para promover el Mapa en Relieve como un espacio cultural, educativo y turístico. A continuación, se presenta una descripción más detallada sobre la labor que realiza la Municipalidad de Guatemala en la conservación y difusión del patrimonio cultural, así como el público al que está dirigido el proyecto desarrollado.

Capítulo 2

Perfiles



- Perfil de la institución
- Perfil del grupo objetivo

Capítulo 2

Perfiles

La institución encargada del Mapa en Relieve de Guatemala ha trabajado constantemente en la conservación y promoción de este espacio, reconociendo su importancia como recurso educativo y cultural. A lo largo de los años, ha facilitado el acceso de la comunidad y visitantes, implementando actividades y programas que buscan fortalecer el conocimiento y la cultura.

2.1 Perfil de la institución

Características del sector social.

El Mapa en Relieve se encuentra inmerso en un entorno social estrechamente relacionado con la educación y la cultura, ya que cumple un papel importante como recurso didáctico para instituciones educativas de distintos niveles. A través de sus visitas guiadas, talleres y actividades, contribuye a que estudiantes y visitantes comprendan mejor la geografía, la historia y la riqueza natural de Guatemala. Además, este espacio ayuda a preservar el patrimonio histórico del país, fortaleciendo el sentido de pertenencia y orgullo nacional.

También es un lugar de recreación y bienestar social, donde las familias y comunidades pueden disfrutar de un ambiente natural y educativo al mismo tiempo. Su gestión busca promover la participación ciudadana, la accesibilidad y la inclusión, acercando el patrimonio a jóvenes y niños que no siempre tienen acceso a espacios culturales. Asimismo, fomenta la interculturalidad al reflejar la diversidad geográfica, étnica y cultural de Guatemala, permitiendo que las personas reconozcan y valoren la variedad que caracteriza al país.

2.1.1 Historial de la institución.

La Municipalidad de la Ciudad de Guatemala es la institución encargada de la administración de la ciudad capital del país. Su historia se remonta a los primeros asentamientos de la ciudad, cuando comenzó a organizarse para gestionar los servicios públicos, la planificación urbana y el desarrollo social y cultural. A lo largo tiempo, la Municipalidad ha tenido un papel clave en la construcción de infraestructura, la preservación de espacios públicos y la promoción de la de la ciudad, consolidándose como fundamental en la gestión del patrimonio y en la implementación de políticas que buscan el bienestar de los guatemaltecos.

Por otro lado el Mapa en Relieve de Guatemala es un monumento histórico y educativo único en su tipo, representa la geografía del país de manera tridimensional. Su construcción comenzó a principios del siglo XX, con la intención de crear una herramienta didáctica que permitiera a estudiantes, investigadores y visitantes conocer la geografía de Guatemala de manera visual e interactiva. Fue inaugurado oficialmente en 1905, y desde entonces ha funcionado como un recurso para la enseñanza de la historia, la geografía y la cultura nacional.

Con el paso del tiempo, la Municipalidad de la Ciudad de Guatemala asumió la administración y mantenimiento del Mapa en Relieve, consolidándose como responsable de su preservación, promoción y actualización. Desde que tomó el mando, la Municipalidad ha trabajado para transformar el mapa en un espacio de cultura, aprendizaje y recreación, asegurando que se mantenga accesible para la comunidad en general.

A través de su gestión, se han implementado actividades educativas y culturales que permiten a los visitantes interactuar con el mapa y profundizar en el conocimiento de la historia, geografía y diversidad cultural. Además, la Municipalidad ha promovido proyectos que fortalecen la visibilidad del Mapa en Relieve como patrimonio histórico, fomentando su uso como recurso didáctico en instituciones educativas y como atractivo turístico para nacionales e internacionales.

2.1.2 Filosofía institucional.

Municipalidad de Guatemala

Visión

« Somos una ciudad diversa, ideal para vivir; que dignifica a la persona, a la familia y a la sociedad, nuestra vivienda, nuestro trabajo y nuestro esparcimiento se han armonizado; nuestros corredores de movilidad se han humanizado y nuestro ambiente es saludable. Nuestra ciudad provee espacios públicos generosos. Nuestros barrios cuentan con servicios y equipamientos de beneficio social que promueven una alta calidad de vida para todos. Nuestra ciudad con innovación y creatividad genera oportunidades de trabajo. En condiciones óptimas impulsa la equidad social y fortalece una convivencia en armonía. Atiende los retos de hoy y está comprometida con el futuro de sus ciudadanos. Somos la mejor institución cultural de carácter social promotora de los procesos artísticos con excelencia en pro- del desarrollo del potencial creativo de los habitantes del Municipio de Guatemala ».

Misión

« Ofrecer a los habitantes del municipio las condiciones que les generen una mejor calidad de vida y las oportunidades necesarias para propiciar la inversión productiva, por medio de acciones que impulsen la eficiencia en la prestación de los servicios públicos municipales y una convivencia armónica. DE LA UNIDAD: Gestionar, fomentar, promover y difundir toda clase de actividades culturales, artísticas y patrimoniales con el fin de contribuir al desarrollo integral de los vecinos de la ciudad en el año 2021».[1]

Objetivo

« Impulsar acciones que promuevan el desarrollo humano integral y la mejora de la calidad de vida de la población del municipio, mediante la inclusión de los vecinos como sujeto proactivo de su propio desarrollo, para lograr una Ciudad con Rostro Humano. Fomentar la acti

1. Municipalidad de Guatemala, *Memoria de labores* 2021, Acceso el marzo 28,2025, Página 7

vidad productiva del municipio a través de la generación de oportunidades de capacitación y desarrollo en un entorno moderno y tecnológico. Fomentar programas educativos, deportivos y recreativos, que promuevan el fortalecimiento de los valores ciudadanos. Impulsar actividades culturales y de recreación, que permitan la sana convivencia entre vecinos. Promover programas educativos, formación artística y acciones en apoyo a la educación que amplíen las habilidades y oportunidades de desarrollo integral de los vecinos. Fomentar el turismo local y externo, como actividad educacional, recreacional y de reactivación económica; propiciando además la conservación y mejoramiento del espacio físico con potencial turístico dentro de la ciudad».[2]

2.1.3 Servicios que presta la institución.

La Municipalidad de la Ciudad de Guatemala, por medio del Mapa en Relieve, ofrece una amplia gama de servicios dirigidos a la comunidad, enfocados en la educación, la cultura y la recreación. Este espacio no solo representa un valioso patrimonio histórico, sino que también se ha convertido en un punto de encuentro para el aprendizaje, la convivencia y el disfrute familiar.

Entre sus principales servicios destacan las visitas guiadas y las actividades educativas, pensadas para todo público. A través de recorridos interactivos, charlas y materiales didácticos, los visitantes pueden conocer de una forma cercana y dinámica la geografía, la historia y la riqueza natural y cultural de Guatemala.

En estos espacios se promueve la participación de la población en actividades artísticas, científicas y ambientales, fortaleciendo los lazos entre la cultura y la comunidad. Se realizan presentaciones, exposiciones y celebraciones conmemorativas que buscan mantener viva la historia y conectar a las nuevas generaciones con el valor del patrimonio nacional.

Además de su función educativa, el Mapa en Relieve cumple un papel importante como atractivo turístico y espacio de recreación. Su entorno natural y su diseño único ofrecen una experiencia enriquecedora para visitantes nacionales y extranjeros, que pueden conocer el territorio guatemalteco de una manera didáctica y entretenida. Es un lugar ideal para el descanso y la reflexión sobre la grandeza y diversidad del país.

La Municipalidad de Guatemala trabaja constantemente en el mantenimiento, conservación y mejora de las instalaciones, asegurando que el espacio sea accesible, seguro y acogedor para todos los públicos, Gracias a estas acciones, el Mapa en Relieve continúa siendo un referente cultural vivo, donde se unen la educación, la recreación y la preservación del patrimonio.

2.1.4 Identidad y comunicación visual de la institución.

El Mapa en Relieve, bajo la administración de la Municipalidad de la Ciudad de Guatemala, cuenta con una identidad visual que busca reflejar su valor histórico, educativo y cultural. Esta identidad combina elementos gráficos que evocan la tradición, el conocimiento y el orgullo nacional, con un diseño claro y accesible que facilita la comunicación con diferentes públicos.

La Municipalidad mantiene una línea gráfica establecida que se aplica de forma coherente en todos los materiales relacionados con el Mapa en Relieve, tanto impresos como digitales. Esto garantiza una imagen unificada y reconocible, reforzando la conexión entre el espacio y la institución que lo administra. Al tratarse de la misma administración, se conserva la coherencia visual en todos los productos de comunicación, como afiches, señalización, publicaciones, redes sociales y material educativo, lo que contribuye a fortalecer la identidad institucional y a posicionar al Mapa en Relieve como un referente cultural y turístico de la ciudad.

2. Municipalidad de Guatemala, *Memoria de labores* 2021, acceso el marzo 28, 2025, 7.

2.1.5 Materiales digitales Municipalidad



Figura 01:

Post de la orquesta sinfónica de la Escuela Municipal de Música.

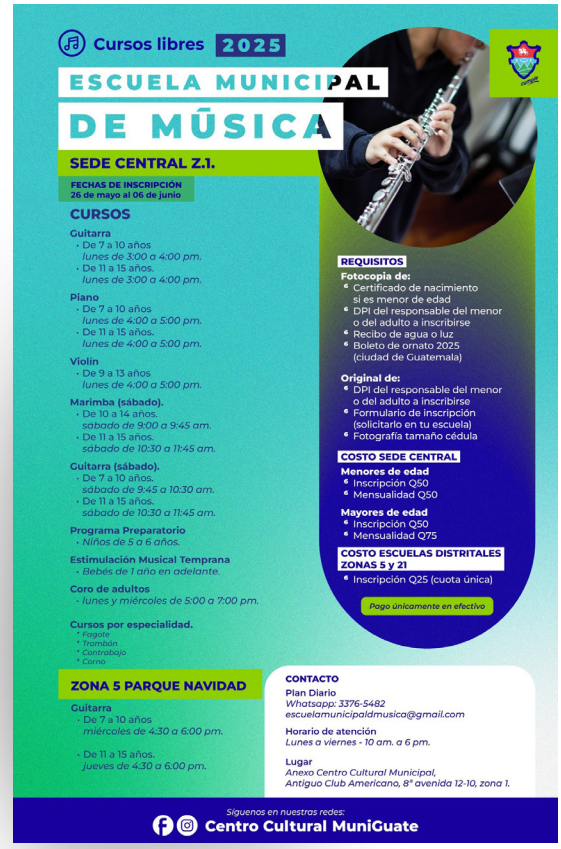


Figura 02:

Cartel informativo de los cursos de la Escuela Municipal de Música.

2.1.6 Materiales digitales mapa en relieve

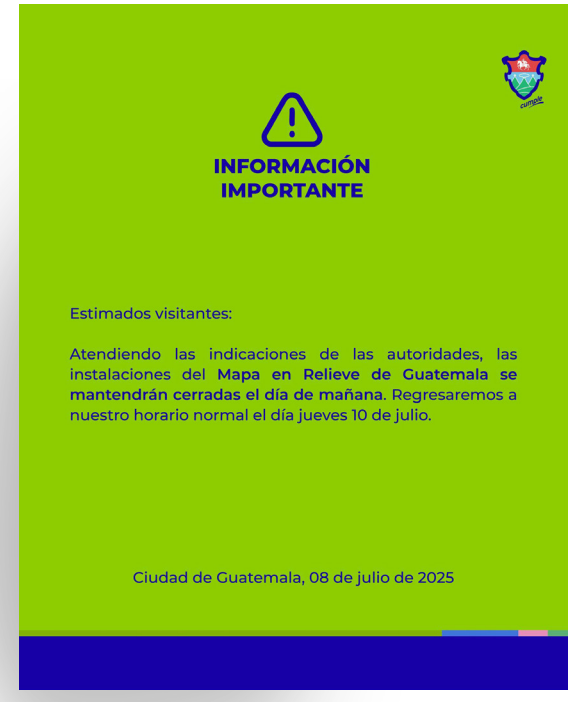


Figura 03:

Post informativo del Mapa en Relieve.



Figura 04:

Post del Mapa en relieve promocional para la feria de Jocotenango.

Dentro de las políticas de comunicación visual, se establece la importancia de resaltar el patrimonio cultural, la educación y la accesibilidad mediante mensajes claros, iconografía relacionada con la geografía del país y un lenguaje visual inclusivo. Esto permite que la comunicación visual no solo sea estética, sino también funcional y educativa.

2.2 Perfil del Grupo objetivo

El grupo objetivo está conformado por jóvenes de 15 a 20 años, pertenecientes a la clase media y que se encuentran estudiando en nivel medio o iniciando la universidad. Son personas con alto uso de tecnología y redes sociales, interesadas en aprender de manera dinámica e interactiva, así como en participar en actividades culturales y recreativas. Buscan experiencias que les permitan socializar, ampliar sus conocimientos y fortalecer su identidad cultural, valorando propuestas visualmente atractivas, accesibles y que conecten con sus intereses.

2.2.1 Características geográficas.

Las características geográficas se centran en áreas urbanas y semiurbanas de Guatemala, donde se concentra la mayor parte de la población estudiantil de clase media. Estas zonas cuentan con acceso a instituciones educativas, culturales y tecnológicos, lo que permite la difusión y consumo del material efectivamente. Predominan entornos con conectividad a internet y uso frecuente de dispositivos móviles, lo que facilita la interacción con contenidos digitales y materiales visuales. Además, son regiones con acceso a centros culturales y académicos que fomentan el aprendizaje y la recreación.

2.2.2 Características sociodemográficas.

El grupo objetivo está conformado por jóvenes de 15 a 20 años, pertenecientes a familias de clase media. Su nivel de escolaridad corresponde principalmente a estudiantes de nivel medio y primeros años universitarios, residentes en zonas urbanas y semiurbanas con acceso a recursos educativos y tecnológicos. En cuanto a su función y responsabilidad familiar, se trata de jóvenes que dependen económicamente de sus padres, con pocas responsabilidades domésticas, lo que les permite destinar tiempo a actividades académicas, culturales y recreativas. Este perfil se caracteriza por un interés en la educación, la autoexpresión y el uso de redes sociales como parte de su vida cotidiana.

2.2.3 Características socioeconómicas.

El grupo objetivo pertenece principalmente a clase media, con un nivel de ingresos familiar estable, lo que les permite cubrir necesidades básicas y destinar parte de sus recursos a actividades educativas, culturales y de entretenimiento. Su fin de consumo está orientado hacia productos y servicios accesibles, prácticos que refuercen su identidad y pertenencia social.

2.2.4 Características psicográficas.

El grupo objetivo se caracteriza por una personalidad creativa y curiosa, interesada en aprender y experimentar nuevas ideas. Su estilo de vida está ligado a la educación, la interacción social y el consumo cultural, priorizando actividades que aporten conocimiento y desarrollo personal. En cuanto a su sistema de valores, destacan la importancia de la identidad, la tradición cultural y la innovación como medios para expresar pertenencia y autenticidad. Presentan una cultura visual influenciada por medios digitales, con un alto nivel de lectura visual, lo que les permite interpretar códigos gráficos, colores y símbolos de manera intuitiva, y valorar propuestas visuales modernas, dinámicas y coherentes con tendencias contemporáneas.

2.2.5 Relación entre el grupo objetivo y la institución.

La relación entre el grupo objetivo y la Municipalidad se da a través de proyectos culturales y educativos, como el Mapa en Relieve, que funcionan como espacios para la formación, la recreación y el fortalecimiento del conocimiento histórico y geográfico del país. El grupo objetivo se vincula buscando experiencias que combinan aprendizaje y cultura, mientras que la Municipalidad ofrece actividades, exposiciones y programas interactivos que fomentan el acceso a la educación de forma inclusiva. Esta interacción se convierte en un encuentro significativo, donde la Municipalidad no solo brinda contenidos culturales, sino que también promueve la participación ciudadana y la valoración del patrimonio nacional.

En conclusión, se logró comprender la importancia del Mapa en Relieve como un espacio cultural, educativo e histórico de gran valor para Guatemala, así como los retos de comunicación que enfrenta actualmente. También se definió el grupo objetivo del proyecto, conformado por jóvenes de entre 15 y 20 años, quienes representan una generación clave para mantener viva la identidad y el interés por el patrimonio nacional. En el siguiente capítulo se presentarán los procesos de planificación necesarios para el desarrollo del proyecto, incluyendo la organización de actividades, los tiempos y los recursos requeridos para implementar la estrategia de comunicación visual propuesta.

Capítulo 3

Planificación operativa



- Flujograma
- Cronograma de trabajo
- Previsión de recursos y costos

Capítulo 3

Planificación operativa

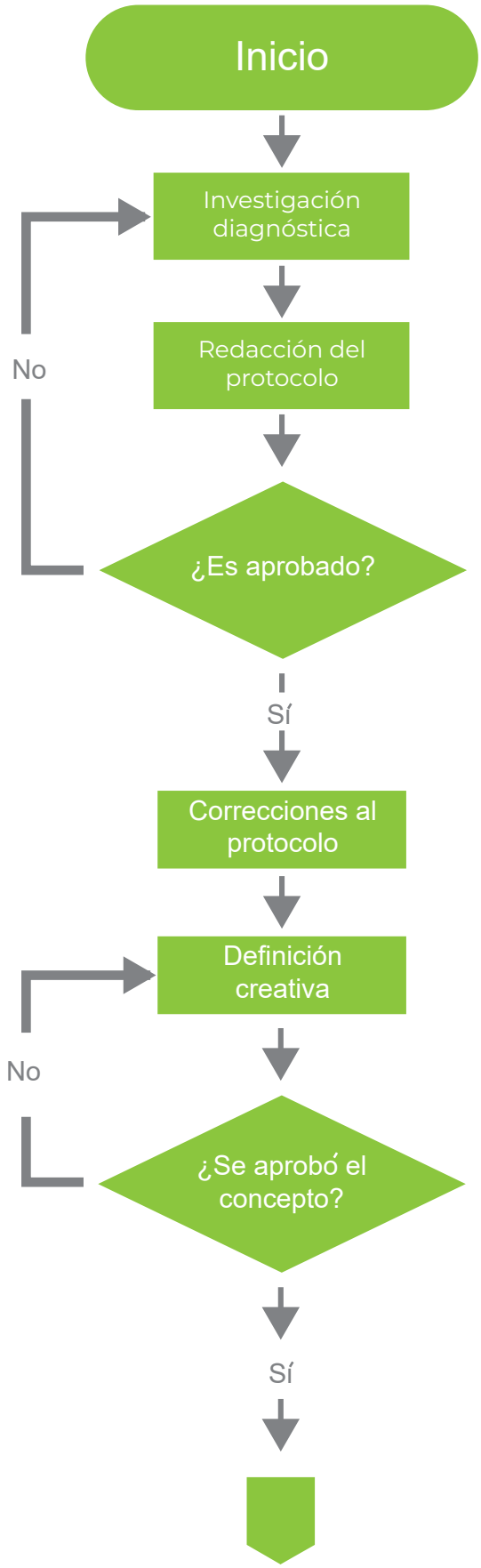
Este capítulo presenta la planificación operativa del proyecto, incluyendo la representación gráfica de las actividades, tareas y tiempos involucrados en su desarrollo, con el fin de garantizar una ejecución organizada y eficiente.

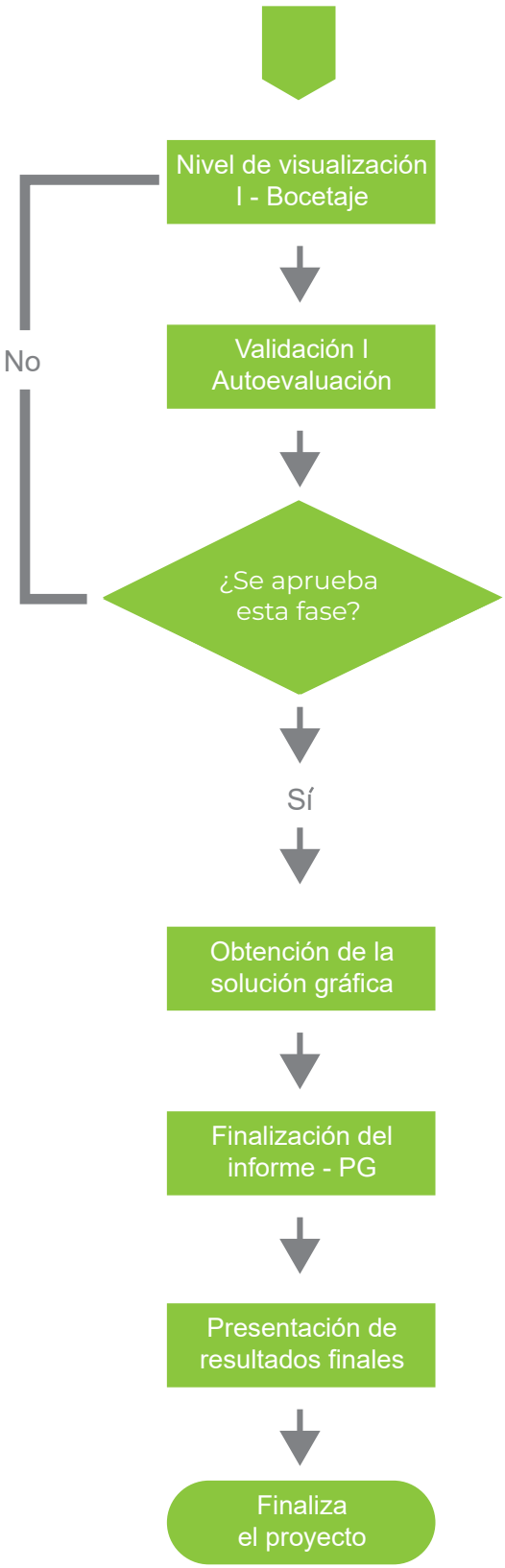
3.1 Flujograma

« Un flujograma o diagrama de flujo es una herramienta gráfica que representa visualmente un proceso o un algoritmo. Es muy utilizado en los campos de la informática, la economía, la industria e incluso la psicología, para organizar de un modo simple las decisiones y los pasos involucrados en algún tipo de proceso.

Los diagramas de flujo se construyen, por convención, mediante un conjunto de símbolos determinados, acompañados de texto y unidos por flechas. Así, al observar el diagrama se puede comprender el sentido específico en el cual fluye el procedimiento, esto es, qué pasos o decisiones van primero y cuáles después, entendiendo que los últimos dependen siempre de los primeros ».[3]

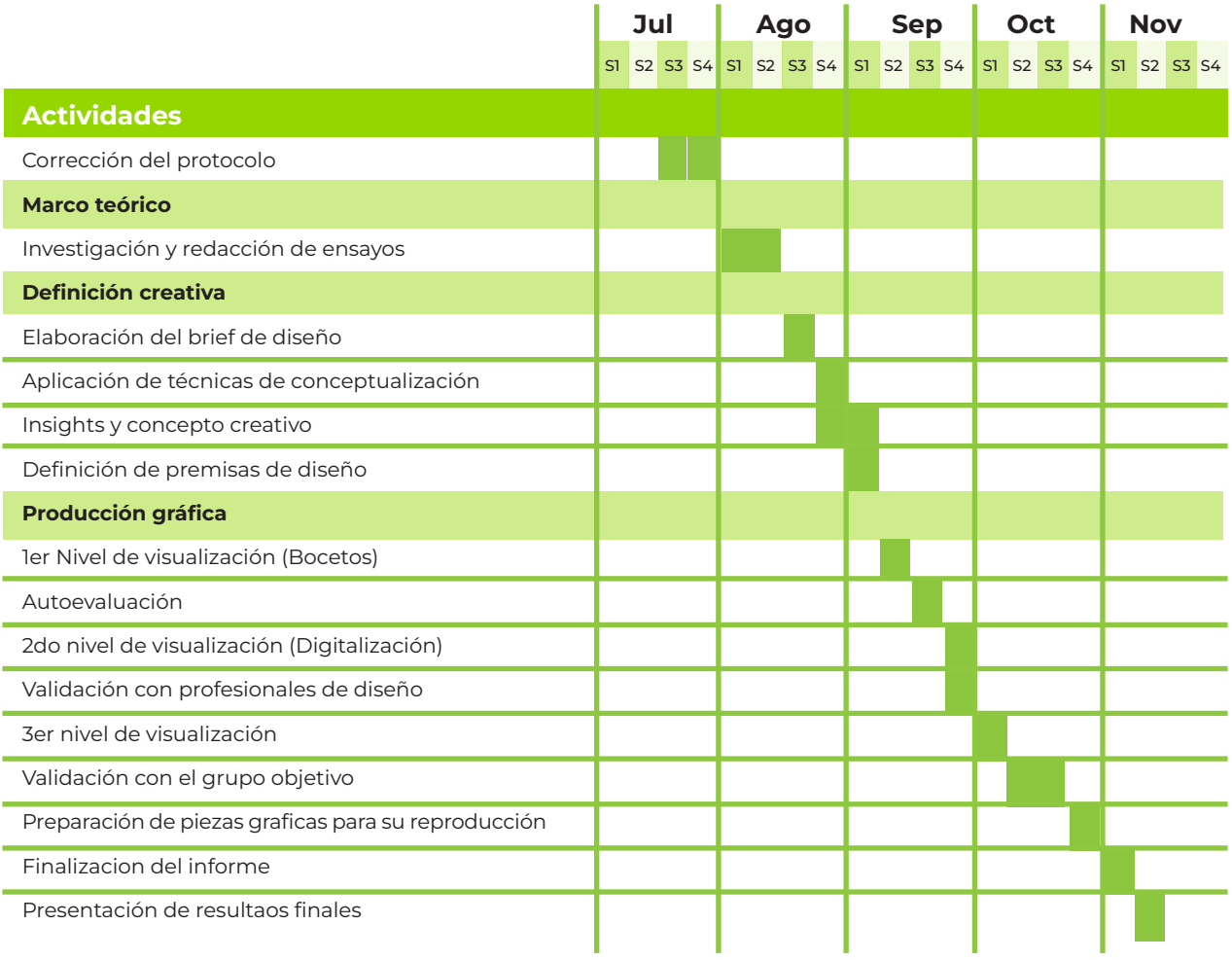
3. Equipo editorial, «Flujograma», Concepto, acceso: 18 de septiembre de 2026, https://concepto.de/flujograma/


Inicio
Investigación diagnóstica
Redacción del protocolo
¿Es aprobado?
No
Sí
Correcciones al protocolo
Definición creativa
¿Se aprobó el concepto?
No
Sí


Nivel de visualización
I - Bocetaje
Validación I
Autoevaluación
¿Se aprueba
esta fase?
No
Sí
Obtención de la
solución gráfica
Finalización del
informe - PG
Presentación de
resultados finales
Finaliza
el proyecto

3.2 Cronograma

Cronograma.
«Un cronograma de actividades es simplemente un calendario en el que estableces los tiempos en los que realizaras el proyecto, una tarea, o un conjunto de actividades a trabajar o desarrollar. El cronograma se hace presente generalmente en el desarrollo o gestión de proyectos, lo importante es del cronograma es que plasma cada una de las tareas y fechas previstas desde el principio hasta el final de las actividades que se van a realizar. »[4]



4. «Cronograma de actividades», Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, consulta: 18 de septiembre de 2026, https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/items/e1de0640-612b-41d8-a7b2-bc9cc2e6c96

3.3. Previsión de gastos del proyecto

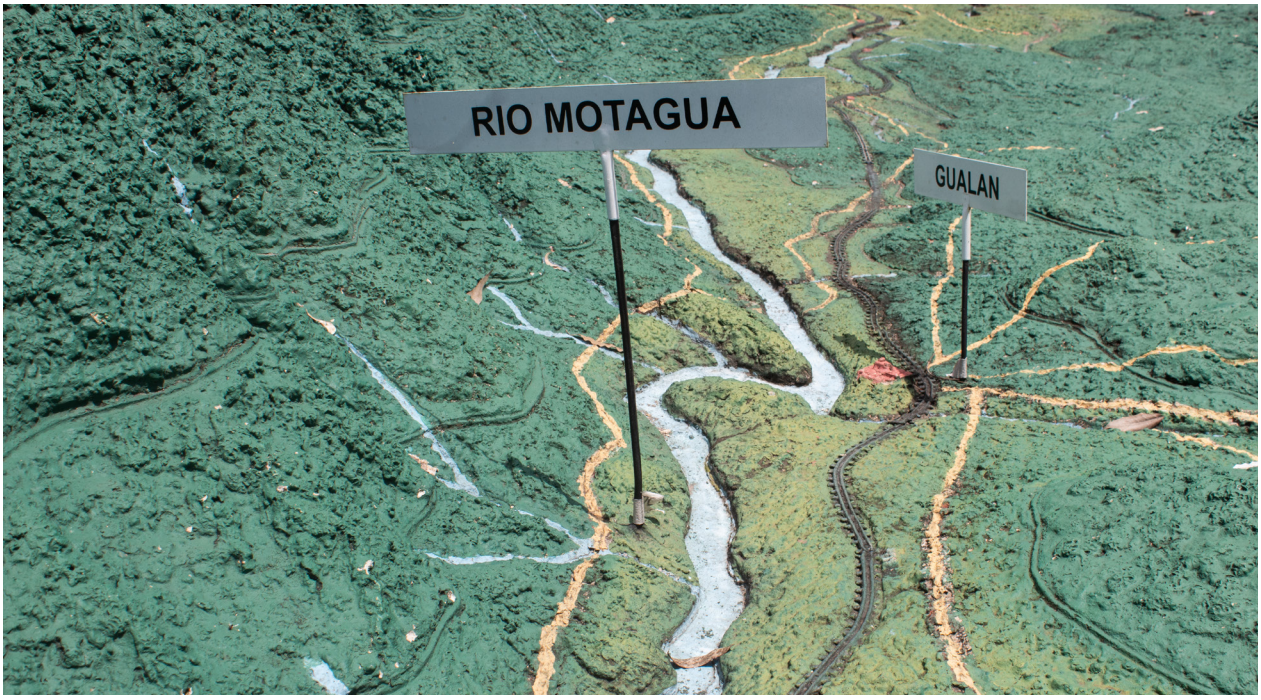
Se utiliza un modelo específico para la presentación del presupuesto, que permite distribuir de manera clara y organizada los diferentes tipos de gastos y costos necesarios para la realización del proyecto.

Descripción	Valor
Costos fijos	**Q.1250.00**
Servicio de agua	Q.100.00
Servicio de Luz	Q.300.00
Servicio de internet	Q.350.00
Servicio de celular	Q.250.00
Servicio de licencia	Q.250.00
Costos variables	**Q.890.00**
Utiles de oficina	Q.250.00
Impresiones	Q.350.00
Fotocopias	Q.100.00
Tintas de impresora	Q.190.00
Servicios profesionales de diseño	**Q.11 650.00**
Investigación	Q700.00
Bocetaje	Q350.00
Fotografía	Q1 600.00
Ilustración	Q3 000.00
Digitalización	Q6 000.00
Imprevistos 10 % del total	**Q.1 379.00**
Honorarios	**Q.15 000.00**
Subtotal	**Q.30 169.00**
Impuestos	
Iva 12 %	Q3 620.28
ISR 5 %	Q15 084.50
Total	**Q.48 873.78**

En conclusión, se presentó la planificación operativa del proyecto de comunicación visual para fortalecer el valor cultural, educativo y turístico del Mapa en Relieve. En esta sección se detallaron las actividades, los recursos económicos y el tiempo necesario para su desarrollo, con el fin de garantizar una ejecución ordenada y efectiva. En el siguiente capítulo se abordarán los fundamentos teóricos que respaldan la propuesta y que permiten comprender la importancia de la comunicación visual en la promoción de espacios culturales.

Capítulo 4

Marco teórico



- Ensayo I: Cultura y desigualdad
- Ensayo II: Incidencia del diseño gráfico en la cultura
- Ensayo III: Revalorizar la cultura

Capítulo 4

Marco teórico

En este capítulo se presenta el marco teórico del proyecto, es decir, las ideas y conceptos que sirven como base para todo el proceso de diseño y comunicación. Aquí se explican los fundamentos que ayudan a entender por qué se tomó cada decisión en la parte visual y conceptual de la campaña.

4.1 Cultura y desigualdad

En Guatemala, es difícil para muchas personas acceder a espacios culturales, ya que la mayoría tienen altos costos, horarios limitados o están ubicados en zonas poco accesibles. Esta situación genera una brecha cultural que afecta principalmente a los sectores con menos recursos, quienes ven restringidas sus oportunidades de aprendizaje y participación en actividades artísticas y recreativas. Como resultado, se dificulta el fortalecimiento de nuestra identidad nacional y el desarrollo de una ciudadanía más informada y sensible hacia la cultura.

La falta de acceso a espacios culturales no solo limita el disfrute del arte, la música o la literatura, sino que también restringe el derecho a una educación integral, ya que la cultura es un componente esencial en la formación de valores y en la transmisión del patrimonio histórico. Esta carencia de oportunidades reduce el impacto que la cultura debería tener en el desarrollo personal y social, debilitando su papel como herramienta para la construcción de identidad y ciudadanía.

Pero ¿Qué es la cultura? Según La UNESCO «define la cultura como los distintos rasgos espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad. Abarca las artes, el estilo de vida, los Derechos Humanos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias »[5]

También se define como « cultura es ese todo complejo que comprende el conocimiento, la moral, la ley, la costumbre y otras facultades y hábitos adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad. Es decir, comprende toda clase de comportamiento aprendido». Esto da a entender que este término no describe las cualidades de una persona o una sociedad si no al conjunto de elementos que las diferencian.

Por otro lado un estudio de la universidad autónoma de Hidalgo[6] «la cultura es el lenguaje, la vestimenta, la manera de pensar, es aquello que influye en el día a día, es pensar en el pasado, la cultura es la forma de pertenecer, de encajar en un grupo, y está ligada en la mayoría de los casos a las clases sociales».

Existen diferentes tipos de culturas que ayudan a comprender su diversidad. La Universidad de Minnesota las define como[7] « la cultura material, conformada por los objetos, herramientas y construcciones creadas por el ser humano; y la cultura inmaterial, que abarca creencias, valores, costumbres y conocimientos transmitidos de generación en generación.

Asimismo, se reconocen categorías como la cultura popular, asociada a las tradiciones y expresiones cotidianas de un pueblo, y la cultura elitista, vinculada a manifestaciones artísticas y académicas consideradas de alta distinción».

Dentro de la cultura material se incluyen elementos tangibles como monumentos, sitios arqueológicos, obras de arte y edificaciones históricas que poseen valor histórico, estético o simbólico. Estos espacios son importantes.

Esta clasificación resulta fundamental para analizar cómo los individuos y las sociedades construyen identidades y significados a lo largo del tiempo. Como señala la UNESCO, «El patrimonio cultural inmaterial incluye las prácticas, conocimientos y expresiones que las comunidades reconocen como parte de su identidad cultural, junto con los objetos y espacios asociados. Transmitido de generación en generación, este patrimonio se adapta con el tiempo, reforzando la identidad y el respeto por la diversidad cultural»[8] . La preservación de estos elementos es fundamental para asegurar que las futuras generaciones puedan conocer, valorar y continuar con estas manifestaciones culturales, promoviendo al mismo tiempo la diversidad, la educación y la cohesión social.

En los últimos años se ha vinculado la cultura con un sentido de creación, a tareas individuales o colectivas que buscan expresar algo creativamente para la comunidad. En otras palabras se podría decir que «la cultura es la naturaleza transformada por las manos del hombre»[9]. Esto engloba las áreas de el arte, como la música, escultura, teatro, pintura, literatura e historia.

5. «Reflexiones en torno al concepto de cultura,» . Concepto de cultura, en Cultura y sociedad, Universidad de Guanajuato, acceso el 29 de agosto de 2025, https://oa.ugto.mx/oa/oa-cg-0000003/2_concepto_de_cultura.html.
6. Noemí Cruz Tolentino, Mauricio Olvera Baltazar, Estephany Rodríguez Segura, Miguel Ángel Tapia Serrano e Irma Isabel De León Vázquez, «Cultura, una vista hacia el pasado y su reflejo en la sociedad actual», Boletín Tlahuelilpan, no. 9 (2025), https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n9/e3.html
7. Departamento de Español y Portugués de la Universidad de Minnesota, Introducción al estudio de las culturas hispánicas, Unidad 6: Cultura élite/cultura popular/cultura de masas, acceso el 30 de agosto de 2025, https://pressbooks.umn.edu/culturashispanicas/part/unidad-5-cultura-elite-cultura-popular-cultura-de-masas/. Pres
8. UNESCO. «Patrimonio Cultural Inmaterial». Acceso el 30 de agosto de 2025. https://www.unesco.org/es/intangible-cultural-heritage.
9. Tomo IV La Educación y la Cultura «México: Cámara de Diputados, LXII Legislatura; Instituto Nacional de Administración Pública, A.C., 2015», https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/11/5084/3.pdf.

Estas definiciones permiten comprender la relevancia de la cultura en la vida de las personas, ya que no solo fortalece la identidad, sino que también genera un sentido de pertenencia y comunidad. La cultura constituye un puente que conecta a las personas con su historia, tradiciones y valores, contribuyendo a la preservación del patrimonio y a la transmisión de conocimientos entre generaciones. A través de sus múltiples manifestaciones la cultura ofrece herramientas para interpretar el mundo, comprender la realidad social y construir una memoria colectiva que permita a la sociedad mantenerse unida y consciente de sus raíces.

Además, la cultura fomenta la diversidad y el respeto hacia las diferencias, elementos indispensables para la convivencia pacífica y la cohesión social. Su influencia va más allá de lo social, ya que impulsa la creatividad, el pensamiento crítico y la innovación, favoreciendo el desarrollo integral de los individuos. La participación en actividades culturales no solo enriquece la experiencia personal, sino que también fortalece los lazos comunitarios y promueve la inclusión, la equidad y la valoración de la identidad propia y ajena. La cultura también tiene un impacto tangible en la economía y el desarrollo, al generar oportunidades a través de industrias creativas, turismo cultural y preservación del patrimonio, asegurando que las tradiciones y conocimientos no se pierdan y continúen siendo un recurso valioso para las generaciones futuras.

La cultura en Guatemala, según el Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala (CECEG), «Es el resultado de una rica interacción entre diversas civilizaciones y grupos étnicos que han habitado el territorio a lo largo de los siglos. Desde las antiguas civilizaciones mayas, pasando por la época colonial, hasta la actualidad, la cultura guatemalteca ha evolucionado y se ha diversificado, reflejando una amalgama de tradiciones, lenguas, creencias y expresiones artísticas»[10].

Esta diversidad ha permitido que Guatemala desarrolle una identidad única. Los primeros espacios culturales en Guatemala surgieron durante la época colonial, cuando se establecieron instituciones destinadas a la preservación y difusión del conocimiento y la cultura. En 1796, se fundó el Gabinete de Historia Natural, considerado el primer museo del país, con el objetivo de reunir y exhibir colecciones científicas y culturales . Este museo albergaba objetos arqueológicos, muestras de minerales y ejemplares botánicos, y se encontraba en el Palacio de Gobierno, donde actualmente está el Parque Centenario.

La Municipalidad de Guatemala desempeñó un papel central en la promoción y gestión de espacios culturales. Desde su establecimiento formal en 1776, la Municipalidad ha sido responsable de la administración local, la planificación urbana y la creación de centros culturales.[11] Entre sus iniciativas destacan la construcción del Palacio Municipal, sede de eventos culturales y sociales, y la apertura de centros culturales y casas municipales en distintos puntos de la ciudad, destinados a ofrecer talleres, exposiciones, presentaciones musicales y actividades de formación artística para la población.

Posteriormente, en 1866, se inauguró el Museo de la Sociedad Económica de Amigos del País, que funcionó hasta 1881. Este museo estuvo ubicado en lo que hoy se conoce como el edificio del Congreso de la República, y exhibía salas de historia natural, etnografía y una biblioteca . En 1898, se fundó otro museo nacional con motivo del aniversario número 27 de la Revolución Liberal de 1871, ubicado en el antiguo Palacio de la Reforma, aunque tuvo que cerrarse después de los daños ocasionados por los terremotos de 1917 y 1918.

10. Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. «Nuestra Historia», acceso el 30 de agosto de 2025. https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/nuestra-historia/.

11. Municipalidad de Guatemala, «Historia de la Municipalidad y sus espacios culturales. Ciudad de Guatemala », acceso el 30 de agosto de 2025. https://www.muniguate.com/blog/2021/04/15/juntos-logramos-mas-espacios-creativos-y-artisticos/.

Estos primeros espacios culturales fueron fundamentales en el proceso de construcción de la identidad nacional guatemalteca, permitiendo que las generaciones actuales conozcan y valoren su patrimonio histórico y cultural.

A lo largo de su historia, la cultura guatemalteca ha experimentado transformaciones significativas debido a los cambios sociales, políticos y económicos. La civilización maya dejó un legado notable en arquitectura, astronomía, escritura y organización social, visible en sitios arqueológicos como Tikal, Kaminal Juyú y Quiriguá. Con la llegada de los españoles, se produjo un proceso de fusión cultural, donde las tradiciones europeas se integraron con las indígenas, dando lugar a nuevas manifestaciones artísticas, literarias y rituales, que todavía se conservan en diversas expresiones culturales actuales.

Además de su valor histórico y social, la cultura en Guatemala cuenta con un marco legal que busca proteger, preservar y promover el patrimonio cultural del país. Desde mediados del siglo XX, el Estado guatemalteco ha reconocido la importancia de garantizar el acceso a la cultura y de conservar las manifestaciones materiales e inmateriales que conforman la identidad nacional. En 1975 se creó el Ministerio de Cultura y Deportes, encargado de coordinar políticas públicas que aseguren la preservación del patrimonio histórico y cultural, así como de fomentar la educación artística y la participación ciudadana en actividades culturales.

Un paso significativo en la protección legal del patrimonio fue la promulgación de la "Ley para la Protección del Patrimonio Cultural de la Nación (Decreto 26-97)"[12], que establece las responsabilidades del Estado para la conservación, defensa e investigación de los bienes culturales.

12. Congreso de la República de Guatemala. Decreto Número 26-97 «Ley para la Protección del Patrimonio Cultural de la Nación. 1997»,acceso el 30 de agosto de 2025. https://www.congreso.gob.gt/assets/uploads/info_legislativo/decretos/1997/gtdcx26-1997.pdf.

Esta legislación abarca tanto el patrimonio material, como monumentos, sitios arqueológicos y obras de arte, como el patrimonio inmaterial, incluyendo tradiciones, rituales, expresiones orales y saberes transmitidos de generación en generación. La ley refuerza la obligación de proteger estas manifestaciones y garantizar que permanezcan accesibles y reconocidas como parte del legado cultural de la nación.

Los esfuerzos institucionales de la Municipalidad de Guatemala han sido fundamentales para la promoción de la cultura y el acceso a la educación artística en la ciudad. Desde su establecimiento formal en 1776, la Municipalidad ha asumido un papel activo en la creación y gestión de espacios culturales destinados a fomentar la participación ciudadana y la preservación del patrimonio cultural, consolidándose como un actor clave en la vida cultural de la capital.

Entre los proyectos más importantes se encuentra el Palacio Municipal, un edificio histórico que, además de albergar oficinas administrativas, funciona como sede de eventos culturales y sociales. Este espacio se ha convertido en un punto de encuentro para exposiciones, ceremonias oficiales y actividades artísticas, reforzando la identidad y el sentido de pertenencia de los ciudadanos.

La Municipalidad también ha impulsado la creación del Centro Cultural Municipal, inaugurado en 2001, cuyo objetivo principal es acercar la cultura a toda la población. En este centro se realizan talleres, exposiciones, presentaciones musicales y teatrales, brindando a los guatemaltecos un espacio para desarrollar y apreciar diversas manifestaciones artísticas.

Otro esfuerzo relevante es la implementación de las Casas Municipales, distribuidas en distintos puntos del Centro Histórico y otros barrios. Estas casas funcionan como centros comunitarios de acceso gratuito, donde se realizan exposiciones de arte, talleres, conferencias y actividades de formación artística, promoviendo la participación directa de la ciudadanía en la vida cultural de la ciudad.

En años recientes, la Municipalidad ha tomado espacios como el Mapa en Relieve y los ha convertido en espacios culturales, integrando la educación, el turismo y la recreación en un mismo lugar. Este tipo de iniciativas permite que la población no solo acceda a contenidos culturales, sino que también interactúe con ellos de manera vivencial, transformando espacios públicos en entornos educativos y culturales que fortalecen la identidad.

En estos casos, la estrategia de la Municipalidad de Guatemala ha consistido en aprovechar espacios públicos o históricos y adaptarlos para que funcionen como lugares de acceso libre a la cultura, promoviendo la participación de la ciudadanía y el desarrollo de la creatividad. Esta política incluye la recuperación y acondicionamiento de edificios emblemáticos, plazas, parques y centros comunitarios, transformándolos en escenarios donde se realizan exposiciones, talleres, presentaciones artísticas y actividades educativas. De esta manera, la Municipalidad no solo preserva y pone en valor el patrimonio histórico y urbano de la ciudad, sino que también fomentael conocimiento y la cultura, acercando experiencias culturales a personas de todas las edades y contextos.

Al integrar espacios como el Mapa en Relieve, el Palacio Municipal, las Casas Municipales y parques emblemáticos, la Municipalidad contribuye a fortalecer la identidad ciudadana, consolidando la cultura como un elemento central de la vida urbana y un recurso para la educación y la recreación de la población guatemalteca.[13]

Estos esfuerzos institucionales reflejan el compromiso de la Municipalidad de Guatemala por democratizar la cultura, fomentar la creatividad y consolidar la identidad ciudadana a través de la promoción y gestión de espacios culturales y artísticos, aprovechando tanto edificios históricos como espacios urbanos estratégicos para generar experiencias culturales accesibles para todos.

La Municipalidad de Guatemala ha trabajado para que la cultura sea accesible para todos. Su labor no se ha limitado solo a administrar la ciudad, sino que también ha buscado crear y cuidar espacios culturales donde las personas puedan aprender, expresarse y disfrutar del arte. Esto incluye tanto edificios históricos como parques y plazas, que han sido adaptados para convertirse en lugares donde se realizan actividades culturales, talleres, exposiciones y presentaciones artísticas.

Entre los espacios más importantes están el Palacio Municipal, que además de ser la sede de las oficinas de la ciudad, se utiliza para eventos culturales y sociales; el Centro Cultural Municipal, que ofrece talleres, música, teatro y exposiciones; y las Casas Municipales, que funcionan como centros comunitarios donde cualquier persona puede participar en actividades culturales de manera gratuita. También destaca la Escuela Municipal de Danza, que fomenta la práctica de la danza clásica y contemporánea entre jóvenes y adultos, acercando el arte a la población.

La Municipalidad refleja un compromiso constante por hacer que la cultura sea parte de la vida diaria de los guatemaltecos. Aprovechar espacios públicos y adaptarlos para actividades culturales permite que la gente se acerque al arte, la historia y la educación de manera sencilla y gratuita. Esto ayuda no solo a preservar el patrimonio de la ciudad, sino también a fortalecer la creatividad, la identidad y el sentido de comunidad de quienes viven en la capital. Gracias a estas acciones, la Municipalidad se ha convertido en un actor fundamental para que la cultura y la educación artística estén al alcance de todos.

En el siguiente apartado se abordará «la incidencia del diseño gráfico en la creación y promoción de espacios culturales en Guatemala», mostrando cómo una comunicación visual efectiva puede ayudar a superar la falta de difusión y facilitar que más personas accedan y participen en estas actividades.

13. Municipalidad de Guatemala, Historia de la Municipalidad y sus espacios culturales, Ciudad de Guatemala, acceso el 30 de agosto de 2025, https://www.muniguate.com/blog/2021/04/15/juntos-logramos-mas-espacios-creativos-y-artisticos/.

4.2 Incidencia del diseño gráfico en la cultura

El diseño gráfico es definido como «una disciplina creativa que utiliza imágenes, texto y elementos visuales para comunicar mensajes o ideas de manera efectiva y atractiva»[14], «Combina arte, comunicación y tecnología para crear soluciones visuales y comunicativas. Consiste en la creación y organización de elementos como imágenes, tipografías, colores y formas, con el objetivo de transmitir un mensaje de manera efectiva y estética».[15] En otras palabras «se encarga de la creación de comunicaciones visuales para transmitir un mensaje o un concepto a través de la utilización de imágenes, textos y otros elementos gráficos».[16]

También es definido como «El arte de planificar y proyectar ideas con contenido visual y textual. Abarca desde la propia imagen de marca (como logotipos o manuales corporativos) hasta revistas, páginas web o material para redes sociales. Se basa en principios como la composición, la elección de color, el uso de tipografías o el conocimiento de la psicología del cliente para generar el impacto que se busca en cada trabajo». [17]

Comprendiendo estas definiciones, entendemos que el diseño gráfico es una disciplina creativa y estratégica que combina arte, comunicación y tecnología para transmitir mensajes e ideas de manera clara y atractiva.

Va más allá de lo estético, pues organiza elementos como imágenes, tipografías, colores y formas, tomando en cuenta principios de composición y percepción visual, para generar un impacto específico en el público. De esta manera, el diseño gráfico no sólo comunica información, sino que también influye en la forma en que las personas perciben y se relacionan con la cultura, la educación y los espacios en los que interactúan.

Existen diferentes tipos o áreas del diseño gráfico, cada una enfocada en un aspecto particular de la comunicación visual. Según la Escuela Superior de Diseño de Barcelona estas áreas permiten a los profesionales especializarse y desarrollar habilidades específicas que contribuyen al éxito de proyectos de comunicación visual.

El diseñador de identidad visual trabaja creando logotipos, sistemas gráficos y estilos visuales que definen cómo se presenta una marca, colaborando estrechamente con los equipos de comunicación y branding. Por su parte, el diseñador de packaging se centra en envases y embalajes, combinando funcionalidad, estética y normativa para que los productos destaquen frente a la competencia y sean fácilmente reconocibles.[18]

En el ámbito digital, el diseñador digital desarrolla piezas para entornos online, como banners, interfaces web, contenidos para redes sociales, newsletters y elementos interactivos, colaborando frecuentemente con desarrolladores y equipos UX/UI.

El director de arte coordina el enfoque visual de campañas o proyectos, tomando decisiones sobre estilo, tono gráfico y distribución de tareas entre los diseñadores, asegurando la coherencia y efectividad de la comunicación visual.

16. Universidad Galileo, «¿Qué es Diseño Gráfico?,» Facultad de Ciencias de la Comunicación, 2024, https://www.galileo.edu/facom/historias-de-exito/que-es-diseno-grafico/.

17. Barreira A+D, «Qué es el diseño gráfico y finalidad de este,» Barreira Arte + Diseño, noviembre 28, 2024, https://barreira.edu.es/que-es-diseno-grafico/.

18. ESdesign Barcelona, «Qué hace un diseñador gráfico: todas las funciones y tareas que desempeña a diario», ESdesign Barcelona, 2025, https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/diseno-grafico/que-hace-un-disenador-grafico-todas-las-funciones-y-tareas-que-desempena-diario

El diseñador editorial se especializa en publicaciones impresas o digitales, cuidando la legibilidad, la jerarquía visual y la coherencia entre libros, revistas, catálogos o informes. Finalmente, muchos profesionales optan por el diseño freelance, lo que les permite colaborar con marcas, gestionar clientes propios y asumir proyectos variados según sus intereses y habilidades, ampliando su portafolio y experiencia profesional.

Las distintas áreas del diseño gráfico reflejan la variedad y especialización que existen dentro de esta disciplina, y cómo cada una aporta herramientas y enfoques específicos para comunicar mensajes de manera clara y efectiva. Desde la creación de identidades visuales y empaques, hasta el diseño digital, editorial o el trabajo freelance, cada perfil tiene un papel clave en el éxito de los proyectos de comunicación. Conocer estas áreas nos permite entender mejor cómo el diseño gráfico influye en la percepción, la interacción y la experiencia del público. A partir de esto, es importante explorar la historia del diseño gráfico y su evolución.

El origen del diseño gráfico se remonta a los primeros intentos de comunicación visual y a la invención de la escritura. A lo largo de la historia, distintas culturas y civilizaciones han desarrollado técnicas y elementos de diseño con el propósito de transmitir mensajes de manera clara y efectiva, combinando forma y contenido.

Uno de los ejemplos más antiguos de diseño gráfico se encuentra en las pinturas rupestres de las cavernas, donde nuestros antepasados utilizaban imágenes y símbolos para representar su entorno, sus vivencias y sus creencias.[19]

Estas representaciones visuales pueden considerarse como los primeros intentos de comunicación gráfica, sentando las bases para el desarrollo.

El paso de las representaciones rupestres a la escritura y la ilustración permitió un mayor nivel de detalle y complejidad, sentando las bases para los sistemas gráficos más estructurados. Este proceso de evolución marca la transición hacia lo que se considera el inicio formal del diseño gráfico como disciplina, especialmente con la aparición de la imprenta, que revolucionó la manera en que la información podía difundirse masivamente.

La historia del diseño gráfico avanza con la invención de la imprenta por «Johannes Gutenberg»[20] un hecho que transformó para siempre la forma en que se difundió el conocimiento. Inicialmente, la imprenta se utilizó principalmente para replicar libros, sustituyendo la laboriosa copia manual, pero rápidamente las empresas comenzaron a encargar panfletos y folletos para promocionar sus productos.

A partir de los años 20 se dio el modernismo, el diseño gráfico comenzó a experimentar cambios significativos. «Se crearon los primeros logotipos y en Alemania apareció la Bauhaus, un movimiento de diseño que marcó un gran cambio en esta disciplina. Diseñadores como El Lisitski o Jan Tschichold empezaron a experimentar y las piezas cambiaron radicalmente, pasando de composiciones muy ilustradas a una combinación de formas, colores y tipografías que expresaban mucho más con menos elementos».[21]

Hacia mediados del siglo XX, la aparición de la fotografía a color revolucionó el diseño gráfico, especialmente en las publicaciones impresas. Esta etapa consolidó principios fundamentales del diseño moderno y sentó las bases para la comunicación visual contemporánea,

19. Ceballo, Melanie, «¿Qué es el diseño gráfico y cuál es su importancia?», Areandina, octubre 23, 2023, https://www.areandina.edu.co/blogs/que-es-el-diseno-grafico-y-su-importancia.

20. Pierce, Christopher, «¿Qué es el diseño gráfico? Historia y elementos básicos», Domestika, 2023, https://www.domestika.org/es/blog/10920-que-es-el-diseno-grafico-historia-y-elementos-basicos.

21. Pierce, Christopher, «¿Qué es el diseño gráfico? Historia y elementos básicos», Domestika, 2023, https://www.domestika.org/es/blog/10920-que-es-el-diseno-grafico-historia-y-elementos-basicos.

integrando arte, funcionalidad y mensaje de manera equilibrada.

En la década de 1970, los avances más significativos en diseño gráfico se dieron en la industria corporativa. Durante este período comenzaron a desarrollarse lo que más tarde se conocería como sistemas de identidad corporativa, donde los logotipos y elementos gráficos se consolidaron como herramientas esenciales para la construcción y reconocimiento de las marcas. Este enfoque permitió a las empresas transmitir sus valores, personalidad y coherencia visual en todos sus productos y comunicaciones.

Con el nacimiento de la computadora personal, nació la era digital, el diseño gráfico experimentó una transformación radical, ya que permitió concentrar en un solo espacio muchas de las tareas que antes requerían grandes talleres, aumentando la productividad y la experimentación con tipografías, formas y composiciones más llamativas. Desde entonces, la nueva tecnología ha seguido influyendo en la disciplina, modificando constantemente la forma de trabajar de los diseñadores y ampliando las posibilidades creativas hasta la actualidad.

Entre las figuras más influyentes en el diseño gráfico guatemalteco se destaca Adolfo Nathan, quien introdujo el "Estilo Americano" en la década de 1940. Este enfoque se caracterizó por una estética moderna y funcional, alineada con las tendencias de diseño de Estados Unidos. Su trabajo marcó un hito en la evolución del diseño gráfico en Guatemala, influyendo en la publicidad, el diseño editorial y la conceptualización visual de los proyectos de la época.

En las décadas siguientes, especialmente en los años 70, el diseño gráfico en Guatemala se orientó hacia la industria corporativa. Se comenzaron a desarrollar sistemas de identidad corporativa, y los logotipos se convirtieron en elementos esenciales para las marcas, reflejando una tendencia global hacia la profesionalización del diseño.

El diseño gráfico en Guatemala comenzó a consolidarse como disciplina académica en la década de 1980. La Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC) fue pionera en este proceso, estableciendo la carrera de Diseño Gráfico en su Facultad de Arquitectura en 1987. Esta decisión respondió a la creciente demanda de profesionales especializados en comunicación visual, y formó parte de un proyecto más amplio de diversificación académica conocido como el "Proyecto de reestructuración" realizado en 1972.

A pesar de las primeras propuestas, no fue hasta 1985 que se nombró una comisión para estudiar la viabilidad de la carrera de Diseño Gráfico. Finalmente, en 1987 se implementó el primer diseño curricular, marcando el inicio formal de los estudios en la USAC y estableciendo las bases para la formación profesional en esta área en el país.

Actualmente, la carrera de Diseño Gráfico en la Universidad de San Carlos (USAC) tiene como objetivo formar profesionales capaces de desarrollar soluciones creativas de comunicación visual con carácter científico, social, ético y empresarial. Se busca que los egresados atiendan con ética, eficacia, equidad y productividad las demandas de la sociedad guatemalteca, contribuyendo al desarrollo del país mediante programas de extensión e investigación vinculados con la estructura curricular de la carrera.

La evolución del Diseño Gráfico en Guatemala, desde la adopción de estilos modernos hasta el desarrollo de sistemas de identidad corporativa, demuestra cómo esta disciplina ha sido fundamental para estructurar y comunicar mensajes de manera clara y efectiva.

Este conocimiento histórico resulta relevante al analizar la incidencia del Diseño Gráfico en proyectos contemporáneos, el cual juega un papel fundamental en la manera en que la cultura se comunica y se percibe dentro de la sociedad. Al transformar información histórica, artística y social en representaciones visuales

claras y atractivas, permite que más personas comprendan y se acerquen a los contenidos culturales. Mediante el uso de recursos como la tipografía, el color, la ilustración y la infografía, el diseño gráfico facilita que la cultura sea accesible y cercana, superando barreras de edad, nivel educativo o experiencia previa.

Asimismo, el diseño gráfico contribuye al fortalecimiento de la identidad cultural de la comunidad. Al integrar símbolos, colores y estilos que representan tradiciones, valores y patrimonios locales, se genera un sentido de pertenencia y reconocimiento colectivo. Esto es esencial para la preservación y transmisión del patrimonio cultural, ya que conecta a las personas con su historia y con los elementos que definen su identidad.

De manera complementaria, el diseño gráfico funciona como un mediador entre la cultura y la ciudadanía. No se trata únicamente de aspectos estéticos, sino de transmitir mensajes de manera efectiva y significativa. Las campañas visuales, carteles, publicaciones y materiales educativos son instrumentos que permiten que la información cultural llegue de forma clara, memorable y atractiva.

Gracias a esto, el diseño gráfico se convierte en una herramienta estratégica para fomentar la participación, el aprendizaje y la apreciación cultural en distintos contextos.

La Municipalidad de Guatemala, a través de sus espacios culturales, ha logrado potenciar su alcance y visibilidad gracias a la incidencia del diseño gráfico. La aplicación de estrategias visuales efectivas permite que la información sobre estos espacios llegue de manera clara y atractiva a la ciudadanía, incentivando la participación y el interés por la cultura.

Campañas, carteles, folletos e identidades visuales coherentes han facilitado que los espacios culturales sean reconocidos y valorados, aumentando la asistencia y generando un vínculo más cercano entre la población y las iniciativas culturales municipales.

La Municipalidad de Guatemala cuenta con «El Departamento de Comunicación y Diseño de la Dirección de Educación y Cultura que es la unidad que se dedica a la promoción y difusión de los eventos y servicios que la Dirección ofrece a los vecinos a lo largo del año. Proyectos como las Escuelas Municipales de Arte, Festivales Municipales, ferias, clausuras, exposiciones, entre otros, forman parte del catálogo que la Dirección ofrece. Cada actividad requiere de su propia comunicación y diseño gráfico por lo que pueden variar en su contenido, cantidad, estilo de artes, adaptaciones y estrategias aplicadas para su promoción, dependiendo de los objetivos que se quieren alcanzar y el target al que se quiere llegar».[22]

Este equipo de profesionales tiene un papel muy importante en las necesidades culturales de la Municipalidad, cubriendo lo que requieren los diferentes espacios y actividades mediante estrategias de diseño gráfico y comunicación visual.

Cada proyecto que se realiza, desde las Escuelas Municipales de Arte hasta los festivales, ferias, clausuras o exposiciones, necesita un enfoque particular en su comunicación y diseño, adaptando el contenido, el estilo visual, la cantidad de materiales y las estrategias según los objetivos que se quieren alcanzar y el público al que se busca llegar.

22 Municipalidad de Guatemala, «Memoria de Labores 2023»: Dirección de Educación y Cultura, 2023, https://docs.muniguate.com/2024/memoria/arch/17_MLEDUCACIONYCULTURA2023.pdf.

Gracias a esta labor, el Departamento de Comunicación y Diseño no solo logra que más personas participen en las actividades culturales, sino que también refuerza la identidad y el valor de los espacios culturales, haciendo que la gente los reconozca y se involucre activamente. El uso estratégico del diseño gráfico hace que cada evento sea más visible, atractivo y fácil de entender, generando un impacto positivo en cómo percibe la ciudadanía estos espacios y facilitando el acceso a la cultura de manera más amplia y equitativa.
De esta manera, el trabajo del equipo de diseño se convierte en un elemento clave para promover la educación cultural, la participación y la valoración del patrimonio municipal, mostrando cómo la comunicación visual puede transformar la relación de la ciudadanía con los espacios culturales que la Municipalidad pone a disposición de todos.

El diseño gráfico ha ayudado a resaltar la identidad y el valor de los espacios culturales, al mostrar de manera clara y atractiva sus características, actividades y beneficios. Usando recursos visuales como colores, tipografía, ilustraciones e infografías, se logra que la información llegue de forma más comprensible y llamativa, lo que facilita que la gente conozca y valore todo lo que la Municipalidad ofrece en términos culturales.

Esto no solo mejora cómo percibe la ciudadanía estos espacios, sino que también fortalece la misión de la Municipalidad de brindar opciones culturales accesibles para todos. Al presentar la información de forma organizada y visualmente atractiva, se motiva a las personas a participar en talleres, exposiciones, actividades educativas y otros eventos, logrando una mayor asistencia y acercamiento con las iniciativas culturales municipales.

De la misma manera, el diseño gráfico contribuye a generar un sentido de pertenencia y cercanía entre la población y estos espacios. La comunicación visual estratégica hace que los ciudadanos se sientan parte de la vida cultural de la ciudad, reconociendo la importancia de cuidar, valorar y participar activamente en la promoción del patrimonio cultural. Así, el diseño gráfico no solo cumple un papel estético, sino que se convierte en una herramienta fundamental para la educación, la participación ciudadana y la difusión de la cultura en Guatemala.

En el siguiente apartado hablaremos sobre la justificación del proyecto y los diferentes materiales que se realizarán, mostrando cómo el diseño gráfico se convierte en una herramienta clave para la promoción de los espacios culturales y la participación de la ciudadanía.

4.3 Revalorizar la cultura

La cultura es fundamental para la construcción de la identidad de los pueblos, ya que refleja sus valores, creencias, tradiciones y formas de expresión. No se trata únicamente de manifestaciones artísticas o festividades, sino de todo un conjunto de prácticas y saberes que permiten a una sociedad reconocerse a sí misma y diferenciarse de otras. A través de la cultura, los conocimientos se transmiten de generación en generación, preservando la memoria histórica y reforzando el sentido de pertenencia de los individuos hacia su comunidad.

Además, la cultura cumple un papel esencial en la promoción de la diversidad y el respeto entre las distintas comunidades. Al valorar y reconocer las diferencias, se fomenta la tolerancia, el entendimiento mutuo y la cohesión social. Esto se traduce en una sociedad más inclusiva, capaz de generar diálogos y espacios de encuentro que fortalecen la participación ciudadana y el sentido colectivo. Su relevancia no se limita únicamente a la identidad o la convivencia; también orienta la manera en que los individuos se relacionan con el mundo, estimulando la creatividad, la innovación y la capacidad crítica. La cultura se convierte así en un motor de desarrollo social y humano, que permite proyectar ideas, transformar realidades y consolidar proyectos que impactan de manera positiva en la comunidad. Sin cultura,

una sociedad no solo perdería sus raíces y tradiciones, sino también su capacidad de proyectarse al futuro con identidad, conciencia y un sentido claro de su propio valor histórico y social.

En la actualidad, persiste la tendencia de no considerar la cultura como un pilar fundamental para el desarrollo de la sociedad, sino más bien como un accesorio opcional que se coloca en segundo plano frente a otros sectores. Esta percepción genera un impacto negativo, ya que limita la comprensión de la cultura como motor de identidad, cohesión social y crecimiento económico. Como consecuencia, muchas políticas públicas y proyectos educativos no priorizan la promoción cultural, lo que restringe el acceso de la población a espacios, actividades y conocimientos que podrían fortalecer su sentido de pertenencia y conciencia histórica.

Esta situación se agrava en sectores juveniles, quienes a menudo no reconocen la importancia de los espacios culturales y los perciben como distantes o poco atractivos frente a otras alternativas de entretenimiento. La falta de estrategias de comunicación efectivas impide que se visibilicen los beneficios educativos, recreativos y sociales que la cultura puede ofrecer, provocando que su valor se subestime o incluso se ignore. Frente a este contexto, se hace evidente la necesidad de desarrollar iniciativas que revaloricen la cultura, acercándola de manera accesible, atractiva y significativa a todos los ciudadanos, especialmente a los jóvenes.

Dentro de esta problemática general, surge un aspecto específico: la falta de estrategias efectivas para comunicar y posicionar los espacios culturales, lo que impide que estos cumplan su objetivo principal de educar, informar y preservar la memoria histórica. A esta situación se suma la existencia de pocos espacios culturales accesibles para la población en general, lo que genera una barrera que excluye a diversos sectores sociales. En muchos casos, el acceso a estos lugares se percibe como elitista, pues no llega a ser accesible para todas las personas debido a limitaciones económicas, geográficas o de infraestructura. Esta realidad no solo restringe la participación cultural, sino que también refuerza la idea errónea de que la cultura está destinada únicamente a ciertos grupos, dejando de lado su función esencial como herramienta de inclusión, desarrollo y equidad social.

Uno de los retos más significativos que enfrentan los espacios culturales es la baja visibilidad que poseen en la agenda pública y en los medios de difusión. Esta falta de proyección no solo limita la asistencia del público, sino que también reduce la percepción del valor cultural y patrimonial que dichos espacios representan. Al no estar presentes en la conversación mediática, estos lugares pierden la oportunidad de posicionarse como referentes de identidad y aprendizaje, lo que los vuelve prácticamente invisibles frente a otras opciones de entretenimiento o consumo que captan la atención de las audiencias.

En el contexto digital, esta invisibilidad se acentúa. Las redes sociales y plataformas digitales han transformado la manera en que las personas se informan y se conectan con el mundo, pero muchos espacios culturales no logran adaptarse a estas dinámicas. La falta de estrategias digitales efectivas provoca que los contenidos culturales no lleguen a las audiencias, o que se pierdan entre la saturación informativa. Esto significa que, aunque existan propuestas valiosas, no logran generar el impacto ni el alcance que merecen.

A esta situación se suma un problema más profundo. Cuando los espacios culturales no tienen presencia constante en los medios ni en la vida cotidiana de las personas, se corre el riesgo de que sean olvidados. Poco a poco, dejan de ser percibidos como parte esencial de la identidad nacional y de la historia compartida, debilitando el vínculo emocional que debería unir a la sociedad con su patrimonio. Sin esa conexión, se pierde no solo la oportunidad de preservar tradiciones, sino también

la capacidad de inspirar creatividad, reflexión y sentido de pertenencia.

Distintos ministerios de cultura y organismos gubernamentales han implementado iniciativas para revertir esta tendencia. Estas acciones incluyen campañas masivas, proyectos de digitalización del patrimonio y programas educativos que buscan acercar la cultura a la ciudadanía. La UNESCO, por ejemplo, promueve estrategias orientadas a la salvaguarda del patrimonio cultural material e inmaterial, destacando la importancia de la educación y la participación social para fortalecer la identidad cultural en un mundo globalizado. Además de la UNESCO, otras instituciones internacionales y regionales también trabajan activamente para la preservación y promoción cultural. La Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) desarrolla programas que impulsan la cooperación cultural entre países de habla hispana y portuguesa, fomentando el acceso equitativo a la cultura y la educación. De igual forma, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) integra en su agenda el reconocimiento y la protección de la diversidad cultural como elemento esencial para el desarrollo sostenible.

En América Latina, organismos como la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) implementan iniciativas que fortalecen la integración cultural, promoviendo festivales, redes de cooperación artística y proyectos de patrimonio compartido. A nivel nacional, muchas naciones cuentan con institutos especializados, como el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) en México, que se dedica a la conservación, investigación y difusión del legado cultural. Estas entidades no solo buscan proteger los bienes tangibles, como monumentos y piezas arqueológicas, sino también garantizar la preservación de tradiciones, lenguas y expresiones culturales que forman parte de la identidad de los pueblos.

Entender la relevancia de estas instituciones y sus programas nos permite valorar que la cultura no es un lujo, sino un derecho humano fundamental que fortalece el sentido de pertenencia.

El Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala impulsa una amplia variedad de iniciativas con el objetivo de acercar la cultura a todos los ciudadanos.[23] A través de su estructura, se implementan políticas orientadas a la conservación y desarrollo de las diversas manifestaciones culturales, garantizando que las tradiciones, el arte y el patrimonio histórico del país se preserven y sean accesibles para la población. Además, el Ministerio se enfoca en la protección del patrimonio nacional, promoviendo la restauración y el cuidado de monumentos, sitios históricos y bienes culturales que reflejan la identidad del país. También fomenta la promoción de expresiones artísticas en todas sus formas, desde la música y la danza hasta la literatura y las artes visuales, asegurando que cada manifestación tenga un espacio de difusión y reconocimiento.

Un aspecto fundamental de estas políticas es el fortalecimiento del respeto y la inclusión de todas las comunidades, con el objetivo de garantizar que aquellas históricamente marginadas también tengan acceso a la cultura y puedan participar de manera activa en su preservación, difusión y valoración. Este enfoque inclusivo no solo busca acercar la cultura a los ciudadanos, sino también reconocer y respetar la diversidad de tradiciones, lenguas y expresiones artísticas que existen en el país.

Al promover la participación de todos los grupos, se refuerza la idea de que la cultura es un derecho universal y no un privilegio exclusivo de ciertos sectores, fomentando la equidad y la participación democrática. De esta manera, las políticas culturales contribuyen a la construcción de una sociedad más unida, consciente de su identidad, orgullosa de su patrimonio y capaz de generar espacios de encuentro, aprendizaje y diálogo entre diferentes comunidades.

23. Ministerio de Cultura y Deportes, « Ministerio de Cultura y Deportes», Gobierno de Guatemala, 2025, https://mcd.gob.gt/

El Ministerio también desempeña un papel activo en la divulgación de eventos y espacios culturales, como teatros, museos, casas de cultura y centros artísticos. Estas acciones buscan consolidar la presencia cultural accesible y representativa en el país, fomentando la participación ciudadana y la valoración del patrimonio como un elemento de la identidad guatemalteca.

A nivel local, la Municipalidad de Guatemala, a través de la Dirección de Educación y Cultura, desempeña un papel clave en la promoción de la cultura y el fortalecimiento de los espacios culturales accesibles para la ciudadanía. Entre sus iniciativas se encuentran proyectos como las Escuelas Municipales de Arte, donde se imparten talleres y cursos de música, danza, teatro y artes plásticas, permitiendo que niños, jóvenes y adultos puedan desarrollar sus habilidades creativas en un entorno educativo y cultural. Además, la Municipalidad organiza festivales culturales, ferias, exposiciones y clausuras artísticas que buscan acercar la cultura a diferentes sectores de la población, generando oportunidades de aprendizaje y entretenimiento que de otra manera serían limitadas.

La correcta difusión de estos espacios permite que más personas conozcan, valoren y se involucren en las actividades culturales, reforzando así la identidad y la cohesión social de la comunidad. Cuando la información sobre los espacios culturales se comunica de manera efectiva, se genera un interés genuino por participar y aprender, lo que contribuye a que la ciudadanía se apropie de su patrimonio y reconozca la importancia de preservarlo.

Además, la difusión adecuada ayuda a acercar la cultura a sectores que tradicionalmente han tenido un acceso limitado, reduciendo las barreras económicas, geográficas o sociales que impiden la participación. Esto no solo fortalece la educación y el conocimiento histórico, sino que también fomenta la inclusión, la equidad y el respeto por la diversidad cultural. En este sentido, la promoción de los espacios culturales se convierte en una herramienta estratégica para consolidar una sociedad más consciente, informada y comprometida con sus raíces y su desarrollo social.

Asimismo, la Municipalidad busca generar un impacto sostenido mediante la promoción de espacios culturales emblemáticos, como el Mapa en Relieve, que combina elementos educativos, históricos y recreativos. Este tipo de proyectos no solo preserva y difunde el patrimonio cultural de la ciudad, sino que también sirve como punto de encuentro para la ciudadanía, fomentando la participación comunitaria y el sentido de pertenencia. A través de estas acciones, la Municipalidad demuestra que el acceso a la cultura no debe ser un privilegio, sino un derecho que todos los habitantes puedan disfrutar y experimentar, contribuyendo al desarrollo integral de la sociedad guatemalteca.

A pesar de la relevancia y el valor educativo del Mapa en Relieve, uno de los retos más importantes que enfrenta es su limitada visibilidad dentro de la ciudad. Aún existen numerosos ciudadanos que desconocen su existencia o no cuentan con información suficiente sobre sus actividades, horarios y programas educativos, lo que limita significativamente la participación del público y reduce el impacto cultural y educativo que este espacio podría generar.

Esta falta de difusión se evidencia tanto en los medios tradicionales, como periódicos y revistas, así como en los medios digitales, donde la presencia del Mapa en Relieve no logra consolidarse como un referente cultural relevante frente a otras opciones de entretenimiento o educación.

La poca visibilidad del Mapa en Relieve también afecta la manera en que se percibe su valor como patrimonio cultural. Al no ser conocido por gran parte de la población, muchas personas no comprenden la importancia de su contenido histórico, educativo y recreativo, ni el papel que podría desempeñar en fortalecer la identidad y el sentido de pertenencia de los guatemaltecos. Esta falta de reconocimiento

limita que distintos grupos, especialmente los jóvenes, participen de sus actividades y aprovechen los beneficios que ofrece. Además, reduce la posibilidad de que el Mapa en Relieve se consolide como un referente cultural dentro de la ciudad, dejando su existencia relegada en la memoria colectiva de los ciudadanos.

Por ello, un espacio tan emblemático y valioso no logra alcanzar la relevancia que merece ni convertirse plenamente en un punto de encuentro cultural y educativo accesible para todos, perdiendo la oportunidad de ser un espacio de aprendizaje, recreación y preservación del patrimonio.

Por esta razón, se vuelve imprescindible implementar estrategias de comunicación efectivas que utilicen herramientas de diseño gráfico para resaltar las características, actividades y beneficios del Mapa en Relieve. Mediante campañas visuales claras, materiales promocionales creativos y presencia constante en medios digitales, es posible atraer la atención de distintos públicos, desde estudiantes y familias hasta turistas y expertos en cultura.

Estas acciones no solo incrementarían la participación de la población, sino que también fortalecerán la percepción del Mapa en Relieve como un espacio cultural valioso y necesario para el desarrollo integral y educativo de la ciudad. A pesar de su relevancia y valor cultural, el Mapa en Relieve enfrenta limitaciones en la promoción de sus actividades y espacios. La Municipalidad de Guatemala cuenta con la autoridad y los recursos para difundirlo, pero al gestionar una gran cantidad de proyectos y espacios culturales simultáneamente, no siempre se puede dedicar la atención necesaria a cada uno.

Como resultado, el Mapa en Relieve queda relegado frente a otros espacios y actividades municipales, generando una presencia limitada en la agenda cultural y en los medios de comunicación. Esta situación provoca que, a pesar de su potencial educativo y recreativo, muchos ciudadanos desconocen su existencia o no tengan información suficiente sobre los beneficios que ofrece, lo que limita la participación y el aprovechamiento del espacio.

Por ello, surge la necesidad de un proyecto que permita divulgar y dar mayor visibilidad al Mapa en Relieve, especialmente entre los jóvenes de 15 a 20 años, quienes actualmente no visitan este espacio como lugar de recreación, educación y cultura, prefiriendo alternativas como centros comerciales, cines o espacios de entretenimiento más populares. Entre las herramientas a desarrollar se encuentran posts estáticos, reels, carruseles y otros formatos interactivos que permitan comunicar de manera clara y atractiva la información sobre el espacio, sus características, actividades y beneficios educativos y recreativos. Estas piezas no solo buscan informar, sino también motivar la participación, generar interés y consolidarlo como un referente cultural accesible y relevante dentro de la ciudad.

La propuesta busca desarrollar materiales de diseño gráfico creando una estrategia de comunicación que conecten directamente con los intereses, gustos y hábitos de este grupo, utilizando un lenguaje visual atractivo, interactivo y cercano, que invite a descubrir y valorar las experiencias que ofrece el Mapa en Relieve.

De esta manera, el proyecto no solo incentiva la participación de los jóvenes en un espacio cultural y educativo, sino que también contribuirá a consolidar el Mapa en Relieve como un referente de identidad y patrimonio cultural en la ciudad. Asimismo, se busca que los jóvenes comprendan la importancia de la cultura y el patrimonio como elementos esenciales para su formación, su sentido de pertenencia y su participación activa en la comunidad.

Al implementar estrategias de comunicación y diseño gráfico efectivas, se fortalece la misión de la Municipalidad de garantizar el acceso a la cultura como un derecho para todos, promoviendo la educación, y el desarrollo integral de los ciudadanos guatemaltecos.

En el siguiente capítulo, iniciaremos la definición creativa del proyecto, abordando los elementos del brief que guiarán el desarrollo de la campaña.

Capítulo 5

Definición Creativa



- Brief de diseño
- Recopilación de referencias
- Estrategia de aplicación de la pieza a diseñar
- Concepto creativo
- Premisas de diseño

Capitulo 5

Definición creativa

En este capítulo se presentará la definición creativa, en la cual se incluye el brief creativo y los procesos desarrollados para obtener el concepto central de la campaña. Se expondrá cómo este documento concentra la información clave del proyecto y servirá como guía para la toma de decisiones en cada fase, al mismo tiempo que se explicará el camino seguido para construir la idea creativa que dará coherencia, identidad y fuerza a toda la estrategia.

5.1 Brief

Un brief o briefing es el documento inicial de un proyecto que reúne la información más importante para que el cliente y el profesional puedan trabajar de manera clara y eficiente. Sirve como guía para planificar y ejecutar el proyecto, evitando pérdida de tiempo y recursos.

«Se asocia principalmente con proyectos de comunicación, publicidad o diseño, el brief puede utilizarse en cualquier tipo de proyecto, ya que contiene los objetivos, ideas y expectativas del cliente. Esto permite que los profesionales comprendan el contexto y desarrollen soluciones alineadas con lo que se espera lograr».[24]

El brief recoge todas las ideas y la visión que el cliente tiene sobre él, por lo que es importante para que el profesional pueda desarrollar soluciones que se ajusten a esa perspectiva. En él se reflejan los ideales, necesidades y objetivos que el cliente espera alcanzar, sirviendo como guía para que el proyecto se realice de manera coherente y efectiva.

24. Lucía Alonso, «¿Qué es un brief o briefing y para qué sirve?» Domestika, 2023, https://www.domestika.org/es/blog/2802-que-es-un-brief-o-briefing-y-para-que-sirve

El briefing tiene un papel fundamental en el proyecto, ya que permite reunir y organizar toda la información relevante sobre el Mapa en Relieve, su público objetivo y los objetivos de la campaña. Este documento funciona como una guía que orienta la creación de las piezas gráficas y el desarrollo de la estrategia de comunicación, garantizando que todas las decisiones estén alineadas con la meta de promover la cultura y aumentar la visibilidad del espacio. Además, el briefing facilita la coordinación entre los distintos elementos del proyecto, asegurando que el mensaje transmitido sea coherente, claro y atractivo. A continuación se presentará el briefing del proyecto

A. Información del cliente

Institución: Municipalidad de Guatemala
Dirección: Centro Municipal de Arte y Cultura (Antiguo Palacio de Correos) 7a. Avenida 11-67 Zona 1.

B. Datos del jefe inmediato:

Licenciado Felipe Antonio Lopez Vettorazzi
Correo: falopez@muniguate.com
Tel: 2285-0330

C. A que se dedica la institución:

El Centro Municipal de Arte y Cultura, ubicado en el antiguo Edificio de Correos en la 7a. Avenida 11-67, Zona 1 de Ciudad de Guatemala, es una institución cultural gestionada por la Municipalidad de Guatemala. Su misión principal es promover y difundir las artes y la cultura entre la población guatemalteca.

Este centro alberga diversas Escuelas Municipales de Arte, que ofrecen formación en disciplinas como pintura, escultura, danza clásica y música. Estas escuelas están diseñadas para fomentar la creatividad y el profesionalismo de los artistas locales, brindando acceso a la educación artística a personas de todas las edades.

Además de la formación académica, el Centro Municipal de Arte y Cultura organiza y acoge una variedad de actividades culturales, incluyendo exposiciones de arte, presentaciones musicales y teatrales, y talleres comunitarios. Estas actividades están orientadas a enriquecer la vida cultural de la ciudad y a acercar las artes a la comunidad.

D. Programas con los que cuenta la institución

El Centro Municipal de Arte y Cultura de la Ciudad de Guatemala coordina diversos proyectos y programas culturales que buscan promover el arte, la educación y la identidad cultural entre la población. A continuación, se describen algunos de los principales proyectos gestionados por la institución:

- **Escuelas Municipales de Arte:** Estas escuelas ofrecen formación en disciplinas como danza, artes visuales, música y danza creativa. Están diseñadas para fomentar la creatividad y el profesionalismo de los artistas locales, brindando acceso a la educación artística a personas de todas las edades.

- **Mapa en Relieve de Guatemala:** La Municipalidad tiene a su cargo el Mapa en Relieve, y gracias a esa administración se ha convertido en un espacio cultural y turístico con mucho valor para la ciudad. Este lugar no solo resguarda y muestra la riqueza geográfica e histórica de Guatemala, sino que también ofrece a quienes lo visitan una experiencia educativa y recreativa distinta, que despierta interés y refuerza la identidad nacional.

- **Actividades Culturales y Educativas:** El centro organiza y acoge una variedad de actividades culturales, incluyendo exposiciones de arte, presentaciones musicales y teatrales, y talleres comunitarios. Estas actividades están orientadas a enriquecer la vida cultural de la ciudad

E. Instituciones análogas:

- **Centro cultural Miguel Ángel Asturias:** El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias es un espacio que impulsa constantemente actividades artísticas y culturales para todo público. Allí se desarrollan obras de teatro, conciertos, festivales, recitales, ferias, talleres y exposiciones que buscan promover el talento nacional e internacional.

- **El Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala** es la institución del Estado encargada de diseñar e implementar políticas para proteger, conservar y difundir el patrimonio cultural y natural del país. A través de sus diferentes direcciones promueve actividades artísticas, deportivas y recreativas que buscan fortalecer la identidad y la participación ciudadana. Organiza festivales, talleres, programas educativos y comunitarios que acercan la cultura y el deporte a sectores urbanos y rurales, priorizando el acceso para niños, jóvenes y comunidades marginadas.

F. Proyecto a desarrollar:

Este proyecto busca dar a conocer el Mapa en Relieve como un espacio cultural, resaltando su valor histórico y patrimonial. La propuesta consiste en crear una campaña creativa con piezas como publicaciones estáticas, carruseles y reels para redes sociales, dirigida principalmente a jóvenes de 15 a 20 años. Con esta estrategia se pretende aumentar la visibilidad del Mapa en Relieve, despertar el interés de los jóvenes y motivarlos a visitarlo, reconociendo su importancia como parte del patrimonio cultural del país.

G. Objetivo del proyecto:

Dar a conocer y posicionar el Mapa en Relieve como un espacio cultural y educativo de relevancia histórica, mediante una campaña creativa dirigida a jóvenes de 15 a 20 años. Esta iniciativa busca aumentar su visibilidad, despertar el interés del público juvenil y motivar su visita, promoviendo así el reconocimiento del Mapa en Relieve como parte del patrimonio cultural del país.

H. Descripción del proyecto:

Desarrollo de una estrategia de comunicación visual para el mapa en relieve de Guatemala para revalorizarlos como un espacio cultural.

I. Presupuesto:

El presupuesto asignado para este proyecto es de Q48,873.78, monto que contempla los distintos rubros necesarios para su ejecución. Dentro de esta suma se incluyen Q1,000 destinados a costos fijos, Q1,140 para costos variables y Q11,630 para servicios profesionales. Además, se han previsto Q15,000 para honorarios y el resto corresponde al pago de IVA, IR e imprevistos. Este presupuesto garantiza que cada fase del proyecto cuente con los recursos necesarios para su desarrollo y cumplimiento de los objetivos planteados.

J. Restricciones del proyecto:

El desarrollo de este proyecto debe cumplir estrictamente con las normas gráficas establecidas por la Municipalidad de Guatemala, así como con las pautas específicas del Mapa en Relieve. Todos los elementos de comunicación visual, desde los diseños para redes sociales hasta las piezas impresas, deberán respetar los lineamientos de identidad institucional y patrimonial. Además, el proyecto se llevará a cabo bajo la supervisión directa de las autoridades correspondientes, asegurando que cada etapa cumpla con los estándares de calidad, coherencia y relevancia cultural establecidos por la Municipalidad.

K. Público objetivo:

El grupo objetivo son jóvenes de 15 a 20 años que prefieren espacios modernos y dinámicos, y que no suelen visitar lugares culturales tradicionales como el Mapa en Relieve, por lo que es necesario atraerlos con propuestas más atractivas y actuales.

L. Mensaje a transmitir

El proyecto busca transmitir que el Mapa en Relieve es un espacio cultural y educativo de gran valor histórico, accesible para toda la ciudadanía, especialmente para los jóvenes. Se pretende comunicar que visitar el Mapa en Relieve no solo es una experiencia recreativa, sino también una oportunidad para aprender sobre la historia, la geografía y la identidad cultural de Guatemala, fomentando el interés, la participación y el sentido de pertenencia en la comunidad.

5.2 Recopilación de Referencias

A. Antecedentes gráficos de la institución

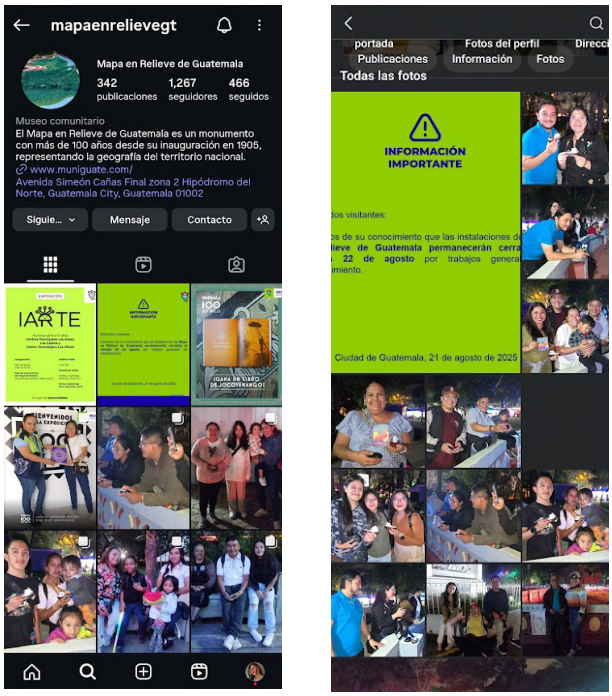


Figura 05:

Se observa que las redes sociales del Mapa en Relieve presentan principalmente fotografías de los visitantes que llegan al lugar. La mayoría de estas publicaciones no cuentan con un diseño específico ni siguen una línea gráfica definida, por lo que no existe una identidad visual clara que unifique los contenidos. Esto hace que las publicaciones se vean un poco desordenadas y dificulta que el público reconozca inmediatamente la marca o el estilo del Mapa en Relieve. Además, al no haber un patrón visual consistente, se pierde la oportunidad de comunicar de manera más atractiva y efectiva la experiencia que se puede vivir al visitar este espacio cultural.

B. Referentes visuales

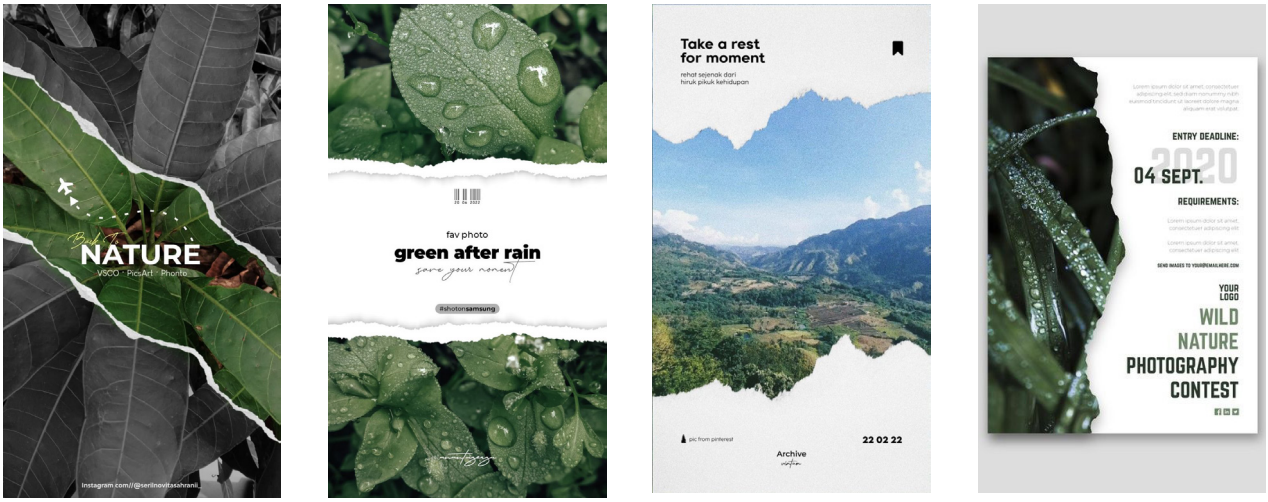


Figura 06:

Se utilizará una técnica gráfica inspirada en bordes de papel para representar de manera simbólica los límites y relieves de las montañas del Mapa en Relieve. Esta propuesta se complementará con doodles y trazos hechos a mano, pensados para conectar con el grupo objetivo y aportar un toque fresco y dinámico. Estos pequeños detalles servirán para atraer la atención y hacer que cada pieza resulte más cercana y atractiva para los jóvenes.

C. Referentes visuales de diagramación







Figura 07:

Se buscará una diagramación segmentada buscando la jerarquía de la información de cada pieza a realizar.

D. Paleta de color





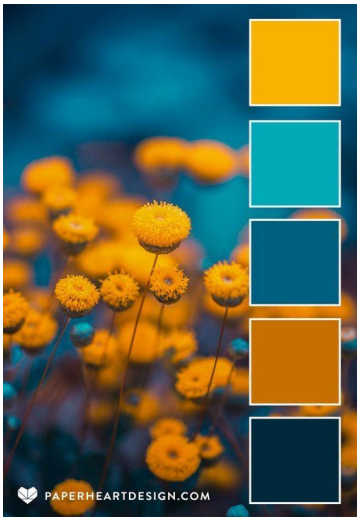


Figura 08:

Se utilizarán variaciones de los colores institucionales.

E. Fotografia y tratamiento de la imagen

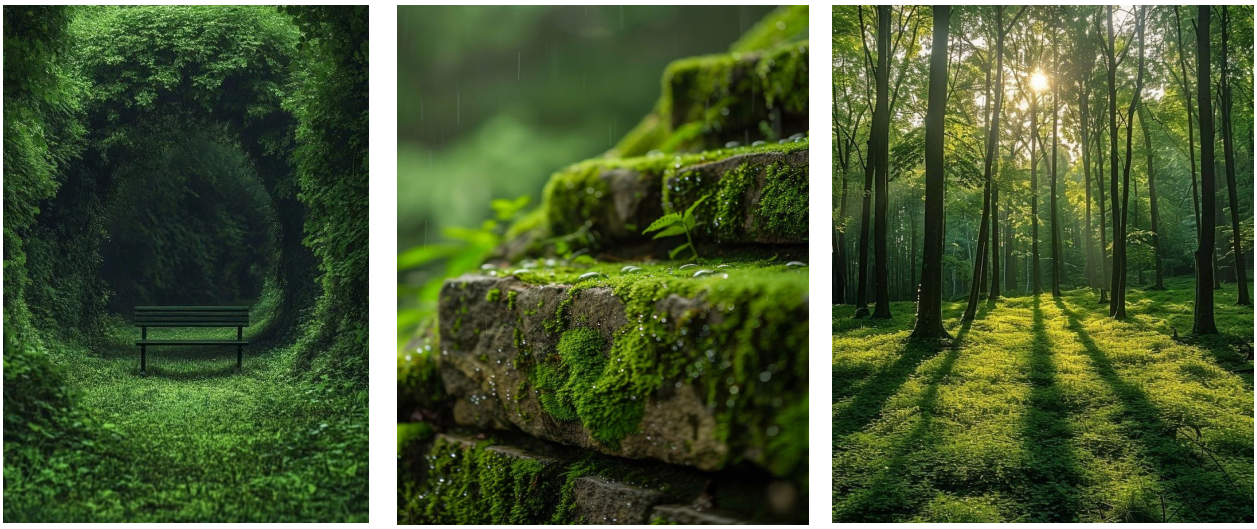


Figura 09:

Se buscarán fotografías de plano abierto como a detalle para mostrar las diferentes dimensiones que ofrece el mapa.

5.3 Estrategia de aplicación de la pieza a diseñar

Las 5 W son una herramienta muy útil para organizar y dar claridad a cualquier proyecto o estrategia. Su nombre proviene de cinco palabras en inglés que empiezan con la letra “W” y que, al responderlas, permiten no dejar ningún aspecto sin definir.

En este proyecto, se utilizó esta técnica para responder cada una de sus preguntas clave, lo que permitió orientar y planificar de mejor manera los materiales a desarrollar.

What (¿Qué?):
Se promueve el Mapa en Relieve como espacio educativo y cultural que busca que los jóvenes descubran Guatemala de manera visual e interactiva.

When (¿Cuándo?):
La implementación del proyecto se llevará a cabo a través de una estrategia trimestral, desarrollada durante los meses de febrero, marzo y abril de 2026. Este período permitirá ejecutar de manera progresiva las acciones planificadas, facilitando el seguimiento de cada etapa y la evaluación continua de los resultados.

Where (¿Dónde?):
Físico: Mapa en Relieve, zona 2.
Digital: Redes sociales y medios impresos cercanos a colegios/universidades.

Who (¿Quién?):
Jóvenes de 15 a 20 años, estudiantes creativos y curiosos que quieren experiencias que sean divertidas, educativas y compartibles en redes.

Why (¿Por qué?):
Los jóvenes buscan diversión, orgullo cultural y experiencias únicas.
Desean compartir en redes algo que destaque y sea diferente.

5.4 Concepto creativo

Según la ceupe el concepto creativo es “se refiere a la idea central que da forma a una campaña publicitaria. Es la esencia que conecta el mensaje de la marca con el público objetivo y se traduce en un enfoque único y atractivo. Este concepto es el hilo conductor que une todos los elementos de la campaña, desde el diseño visual hasta el tono del mensaje.”[25] Comprendiendo esta definición se desarrollaron 3 propuestas de concepto creativo para este proyecto. mediante la aplicación de diferentes técnicas creativas.

Seis sombreros

La técnica de los Seis Sombreros para Pensar fue desarrollada por el psicólogo maltés Edward de Bono en 1985. Esta metodología busca mejorar la toma de decisiones y la resolución de problemas al fomentar un pensamiento paralelo y estructurado. Cada "sombrero" representa un estilo de pensamiento diferente, permitiendo abordar un tema desde múltiples perspectivas de manera organizada.[26]

Sombrero blanco (Hechos)

- El Mapa en Relieve está en zona 2, administrado por la Municipalidad de Guatemala.
- Es una réplica topográfica.
- El grupo objetivo son jóvenes de 15 a 20 años, estudiantes creativos, curiosos, con interés cultural.

Sombrero Rojo (Emociones)

- Se desea generar orgullo cultural, diversión y curiosidad.
- El público quiere vivir que la experiencia vale la pena compartirla en redes sociales.
- Que se emocionen al descubrir un lugar histórico y único.

Sombrero Amarillo (Positivo)

- Es un espacio único en Latinoamérica, ideal para fotos y experiencias culturales.
- Es económico y accesible, algo positivo para jóvenes.

Sombrero Negro (Precaución)

- Si la comunicación se ve muy institucional, perderemos interés juvenil.
- Actividades aburridas no atraerán al público.
- Competimos con opciones modernas y visualmente más llamativas (centros comerciales, eventos digitales).

Sombrero Verde (Creatividad)

- Crear retos en TikTok como “Recorre Guatemala en 30 pasos”.
- Activaciones: QR, stickers de explorador, hashtags que ayuden a promover el lugar.

Sombrero Azul (Control y síntesis)

- Un concepto que combine orgullo cultural, experiencia divertida y contenido para redes.

Concepto obtenido Con la técnica de los 6 sombreros

«Guatemala a lo Grande »

Este concepto comunica la magnitud del Mapa en Relieve y la experiencia de descubrir Guatemala de de otra perspectiva.

25. CEUPE, «Concepto creativo en publicidad: Qué es y cómo se hace », CEUPE, https://www.ceupe.com/blog/concepto-creativo-en-publicidad-que-es-y-como-se-hace.html

26. Pau Baldoví Borrás, « Seis sombreros para pensar » (Universidad Oberta de Catalunya, 2016), https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/311ed126-6047-444d-b544-5429b619ff8f/content.

Scamper

El método SCAMPER es una técnica creativa desarrollada por Bob Eberlee en 1971, inspirada en las ideas de Alex Osborn,[27] que se utiliza para generar nuevas ideas y soluciones innovadoras. Su nombre es un acrónimo que representa siete estrategias: Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Proponer otros usos, Eliminar y Reorganizar Este método fomenta el pensamiento divergente y creativo, siendo ampliamente aplicado en áreas como educación, diseño.[28]

S – Sustituir
Sustituir la comunicación tradicional por experiencias visuales interactivas
Sustituir lenguaje formal por mensajes frescos y cercanos.

C – Combinar
Combinar cultura y entretenimiento con dinámicas en redes sociales (retos, trivias, reels).
Combinar visitas presenciales con experiencias digitales .

A – Adaptar
Adaptar tendencias de TikTok e Instagram al Mapa en Relieve.
Adaptar la experiencia educativa a un lenguaje visual atractivo y fácil de compartir.

Concepto obtenido Con la técnica SCAMPER

“Explora tu país en pocos pasos”

El Mapa en Relieve se convierte en una experiencia inmersiva y compartible, donde los jóvenes pueden descubrir, aprender y presumir en redes que caminaron por todo Guatemala en minutos.

M – Modificar
Modificar el recorrido para que parezca una aventura en primera persona.

P – Proponer en otros usos
Usar la campaña para crear una comunidad digital de exploradores.

E – Eliminar
Eliminar piezas aburridas y reemplazarlas por contenido corto y dinámico.

R – Reorganizar
Reorganizar el contenido para presentarlo como microhistorias en reels (un dato curioso en cada video).
Reorganizar el recorrido del mapa en forma de retos escalonados (descubre volcanes, lagos, ciudades).

27. ESIC, «¿Qué es el método SCAMPER y cómo aplicarlo?» ESIC Rethink, 2025, https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/que-es-metodo-scamper-como-aplicarlo-c.
28. Marcelo Granieri, « Técnica SCAMPER, la herramienta para incentivar el pensamiento creativo» OBS Business School, 25 de marzo de 2022, https://www.obsbusiness.school/blog/tecnica-scamper-la-herramienta-para-incentivar-el-pensamiento-creativo

Las 5 W (5 Whys)

La técnica de los «5 porqués» fue desarrollada por Sakichi Toyoda, inventor japonés y fundador de Toyota, en la década de 1930. Originalmente, esta herramienta se creó para analizar problemas en los procesos de producción y encontrar la causa raíz de los errores. La metodología consiste en preguntar«por qué" varias veces de manera consecutiva hasta llegar al origen del problema, evitando soluciones superficiales ».[29]

Pregunta 1:
¿Por qué queremos que los jóvenes experimenten Guatemala como nunca?
Respuesta 1:
Para que se sorprendan y disfruten del país desde una nueva perspectiva.

Pregunta 2:
¿Por qué es importante que se sorprendan y disfruten?
Respuesta 2:
Porque genera un recuerdo memorable y conecta emocionalmente con la cultura.

Pregunta 3:
¿Por qué es importante que se conecten emocionalmente con la cultura?
Respuesta 3:
Porque fomenta orgullo cultural y un interés por conocer más sobre Guatemala.

Pregunta 4:
¿Por qué es importante fomentar orgullo cultural e interés?
Respuesta 4:
Porque motiva a los jóvenes a compartir la experiencia con otros y promover el país.

Pregunta 5:
¿Por qué es valioso que compartan la experiencia?
Respuesta 5:
Porque crea una comunidad digital y física que refuerza la identidad cultural y el turismo.

Concepto obtenido Con la técnica 5 porqués
«Guatemala como nunca»
Resalta la experiencia única de explorar el país desde las torres de observación del Mapa en Relieve y compartirlo en redes sociales, combinando aprendizaje, diversión y orgullo cultural en un solo vistazo.

29. Atlassian, «El poder de los 5 Porqués: análisis y defensa,» Atlassian, 2025, https://www.atlassian.com/incident-management/postmortem/5-whys

Concepto creativo seleccionado

«Guatemala como nunca»
«Guatemala como nunca» busca ofrecer una experiencia única para explorar el país desde las torres de observación del Mapa en Relieve. La idea es que los visitantes puedan aprender sobre la geografía, historia y cultura de Guatemala mientras se divierten y se sorprenden con nuevas perspectivas.

No se trata solo de observar, sino de vivir y compartir la experiencia: los visitantes pueden capturar sus momentos y difundirlos en redes sociales, conectando su vivencia con amigos y comunidades en línea.

Además, la experiencia combina educación, entretenimiento e interacción social: se pueden incluir retos, juegos y dinámicas interactivas que hagan que cada visita sea memorable. La integración de lo físico con lo digital transforma la visita en algo completo, donde cada mirada, cada foto y cada interacción agrega valor a la experiencia.

5.5 Premisas de Diseño

Según un documento de la Universidad Panamericana de Guatemala, “las premisas de diseño son definidas como un conjunto de criterios e ideas generadoras que sirven de guía para que el diseñador, a través de un proceso reflexivo, establezca una respuesta de diseño adecuada a las diversas necesidades que evidencia un determinado espacio.”. Esta definición destaca la importancia de las premisas como elementos fundamentales en el proceso de diseño, ya que proporcionan una base sólida sobre la cual se pueden desarrollar soluciones creativas y funcionales.[30]

5.5.1 Premisa cromática



Para este proyecto se seleccionó una paleta de colores acorde con la identidad de la Municipalidad, siguiendo su manual gráfico institucional. Estos colores ya son ampliamente reconocidos por la población, lo que permite mantener coherencia y reforzar la identificación visual con la institución.

Figura 10:

30. Universidad Panamericana de Guatemala, «Premisas de Diseño II: Guía de Criterios y Tipos de Premisas», Studocu, acceso el 20 de septiembre de 2026, https://www.studocu.com/gt/document/universidad-panamericana-guatemala/historia-del-diseno/premisas-de-diseno-ii-guia-de-criterios-y-tipos-de-premisas/134156066.

5.5.2 Premisa Tipográfica



Figura 11:

La tipografía Montserrat, creada por Julieta Ulanovsky, se caracteriza por su estilo geométrico con sutiles ajustes ópticos que aportan equilibrio y legibilidad.[31] Además de ofrecer una amplia gama de pesos para construir jerarquías visuales claras, es la tipografía institucional de la Municipalidad de Guatemala, por lo que su uso en este proyecto no solo refuerza la coherencia con la identidad visual existente, sino que también asegura una comunicación más uniforme y reconocible.Como complemento, se utilizará la tipografía Antonio diseñada por Vernon Adams,[32] que forma parte del sistema tipográfico secundario de la Municipalidad. Al ser también una tipografía sans serif, funcionará como apoyo visual a la tipografía principal, aportando contraste y flexibilidad en los distintos recursos gráficos del proyecto.

5.5.3 Iconos o ilustraciones



Figura 12:

Se utilizarán íconos minimalistas con un estilo hecho a mano, pensados para facilitar la comprensión del recorrido visual de las piezas y, al mismo tiempo, generar una conexión más cercana y auténtica con el grupo objetivo. Este enfoque busca que los elementos gráficos no solo sean decorativos, sino también funcionales y coherentes con la identidad del proyecto.

31. Gràffica, «Montserrat rescata la belleza de las viejas tipografías urbanas bonaerenses», Gràffica, acceso el 20 de septiembre de 2026, https://graffica.info/montserrat-tipografia/.
32. Antonio, tipografía de Vernon Adams, Google Fonts, acceso el 20 de septiembre de 2026, https://fonts.google.com/specimen/Antonio.

5.5.4 Formato

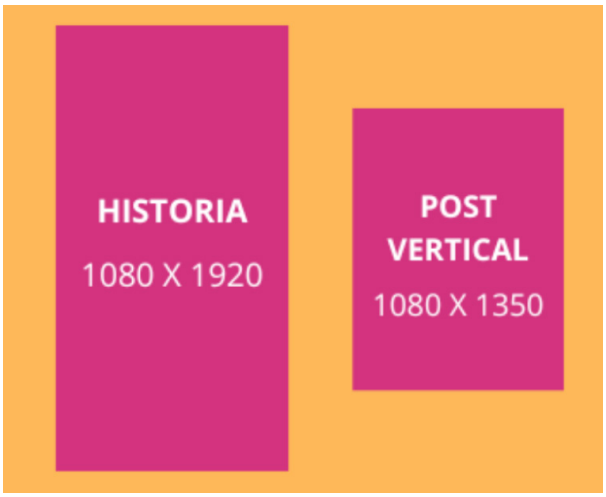


Figura 13:

Se utilizarán varios formatos para redes sociales, seleccionados según la función y el tipo de pieza. Para Facebook e Instagram se utilizará la versión vertical 4:5 para publicaciones estáticas y el formato 9:16 para contenidos animados en distintas plataformas. Esta planificación busca optimizar el impacto visual y garantizar que cada pieza se adapte correctamente al espacio en el que será difundida. Para piezas impresas se utilizara el formato A2 ya que seran carteles informativos.

5.5.5 Fotografía



Figura 14:

Se utilizarán fotografías como recurso de apoyo, explorando distintos ángulos para enriquecer el contenido visual. La mayoría serán tomas de detalle, enfocadas en aquellos elementos del Mapa en Relieve que suelen pasar desapercibidos para el grupo objetivo. Además, se incorporarán tomas abiertas para mostrar la magnitud y dimensión del mapa, permitiendo que los jóvenes puedan apreciar tanto su valor estético como su relevancia histórica y cultural.

En este capítulo se presentó la estrategia creativa que sustenta el proyecto, partiendo de un brief de diseño claro y ordenado que orientó todo el proceso. Se incluyó la búsqueda de referentes visuales para nutrir la propuesta, la definición del concepto creativo que dará coherencia a las piezas y la formulación de premisas gráficas para mantener consistencia en la identidad visual.

En el siguiente capítulo se iniciará el proceso de producción gráfica, etapa en la que todo lo planteado se convertirá en piezas concretas.

Capítulo 6

Producción gráfica



- Nivel de visualización I
- Nivel de visualización II
- Nivel de visualización III
- Resultado final
- Fundamentación técnica
- Lineamientos de la puesta en práctica
- Aporte económico del estudiante

Capítulo 6

Producción gráfica

En el capítulo anterior se presentó la estrategia creativa que dará forma al proyecto. Ahora, en este capítulo, esa estrategia pasará a la etapa de producción gráfica, donde las ideas se convierten en propuestas visuales concretas.

Esta fase se desarrollará en diferentes niveles de visualización y validación junto a actores clave, permitiendo ajustar y fortalecer cada pieza hasta llegar al diseño final.

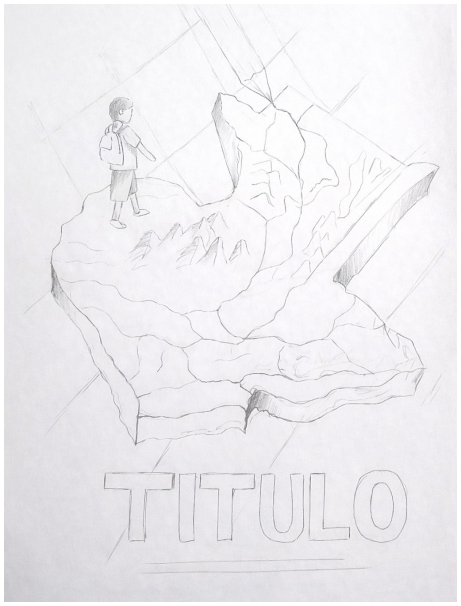
6.1. Validación

En base al concepto creativo seleccionado «Guatemala como nunca», se inició la fase de bocetaje con el desarrollo de propuestas visuales que buscaron representar de manera atractiva y coherente la esencia del proyecto. Esta etapa permitió explorar distintas composiciones, estilos y recursos gráficos que ayudaran a transmitir la identidad del Mapa en Relieve.

Estos primeros bocetos fueron presentados a los estudiantes de décimo ciclo, quienes compartieron observaciones y recomendaciones valiosas. Entre sus aportes se destacó la necesidad de mejorar la legibilidad de los textos, ajustar el peso tipográfico y cuidar las perspectivas al momento de trasladar los diseños al formato digital, para garantizar una lectura visual más clara y armónica.

A partir de estas observaciones, se procedió a realizar los ajustes correspondientes.

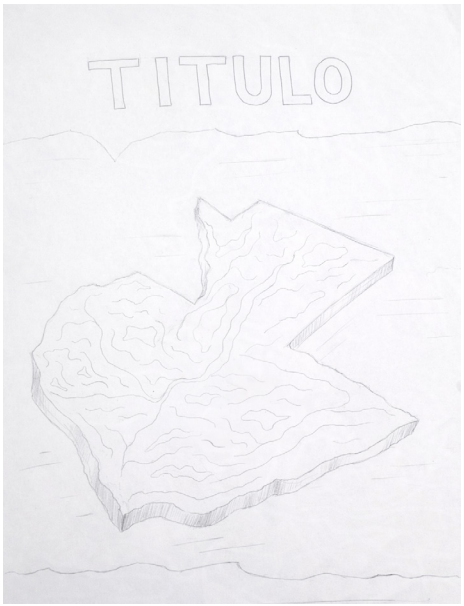
Propuesta 01- Bocetaje manual



Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A 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 a 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, mas 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						

Figura 15: propuesta 01

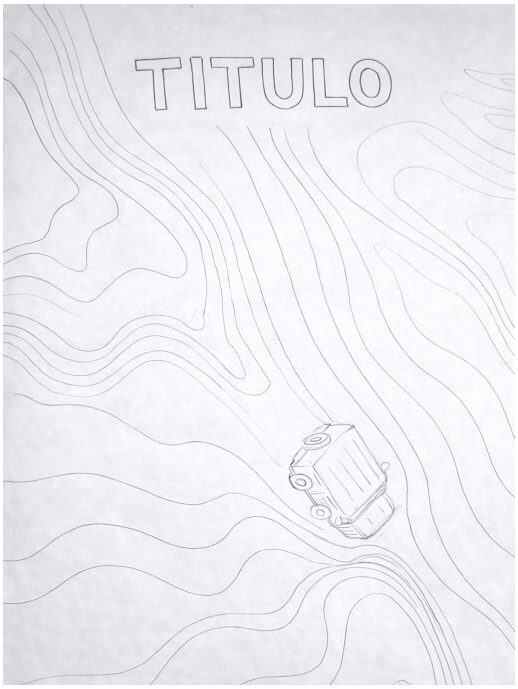
En esta propuesta se presenta un diseño para una publicación en redes sociales. La composición muestra una fotografía del Mapa en Relieve en formato amplio, acompañada de un personaje que avanza a través de él, simbolizando la exploración y el descubrimiento. Además, se incorpora un lápiz como elemento visual que refuerza la idea del aprendizaje y del conocimiento que las personas pueden adquirir al recorrer este espacio cultural.



Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A 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 a 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, mas 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						

Figura 16: propuesta 02

En esta propuesta se presenta un diseño para una publicación en redes sociales, en el cual se muestra una fotografía aérea del Mapa en Relieve. En la parte inferior se incorpora un cintillo con efecto de papel rasgado, que al mismo tiempo evoca el contorno de las montañas. Este recurso visual busca resaltar los relieves y detalles que hacen único al mapa, invitando al público a observar con mayor atención la riqueza y precisión de su construcción.



Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A 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 el leerlo, así mismo respecto a 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, mas 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						

Figura 17: propuesta 03
En esta propuesta se presenta un diseño para una publicación en redes sociales, donde se destaca una tipografía compuesta con textura del Mapa en Relieve, acompañada por la fotografía de un carro en miniatura. Este elemento simboliza el recorrido a través de la historia y el aprendizaje que los visitantes pueden vivir al explorar el mapa, transmitiendo la idea de un viaje lleno de descubrimiento y conocimiento.

6.2. Validación con expertos

Luego de incorporar las sugerencias planteadas por los estudiantes, se procedió a una segunda etapa de validación a través de un grupo focal conformado por profesionales en diseño gráfico con amplia trayectoria en el ámbito publicitario. Dicho grupo estuvo integrado por:

- Lic. Adriana Maldonado, con tres años de experiencia en diseño publicitario dentro de agencia.
- Lic. Diego Sac, con más de diez años de experiencia en diseño publicitario e ilustración.
- Ronaldo Cruz, diseñador gráfico con ocho años de trayectoria en agencias de diseño
- Lic. Marian Aldana, con siete años de experiencia en diseño publicitario
- Lic. Krista Tello, con cinco años de experiencia en el mismo campo.

Durante esta sesión se presentaron los bocetos digitales, los cuales fueron objeto de análisis y retroalimentación. Entre las recomendaciones brindadas se resaltó la importancia de utilizar colores más llamativos, siempre en coherencia con la paleta cromática institucional de la Municipalidad; reforzar el peso tipográfico en la información clave para mejorar su legibilidad; y incorporar detalles en rojo Muni que sirvieran como acentos visuales y puntos de atracción para el espectador.

Asimismo, se sugirió crear un sello gráfico de la campaña que unificara las piezas bajo una misma línea visual, ajustar el tracking tipográfico para optimizar la lectura y utilizar fotografías con planos más abiertos, de manera que se pudiera transmitir mejor la magnitud del Mapa en Relieve y su entorno.



Figura 18: propuesta 01
En esta propuesta digital se utilizo una fotografía del Mapa en Relieve a detalle, acompañada por un personaje que explora el lugar.

Se incorporaron líneas punteadas como recurso visual para representar el recorrido que el grupo objetivo puede realizar dentro del mapa. Además, se aplicó un tratamiento tipográfico con el eslogan “Conoce Guatemala desde arriba”, junto con los logotipos de la Municipalidad y del Mapa en Relieve, reforzando la identidad institucional del proyecto.

También se agregó un texto de contenido en la esquina inferior izquierda con información sobre el Mapa en Relieve, con el objetivo de reforzar el mensaje e invitar al público a visitarlo.



Figura 19: propuesta 02
En esta propuesta digital se utilizó un marco con textura que busca representar la superficie rugosa del Mapa en Relieve, evocando la sensación de las montañas, los valles y el relieve del país. El fondo presenta una fotografía tipo paisaje que muestra la amplitud del mapa, permitiendo apreciar su riqueza visual y su nivel de detalle.

Además, se añadió un caminito que simboliza el recorrido que los visitantes pueden realizar, invitando a explorar y descubrir Guatemala desde una nueva perspectiva. Como elemento tipográfico principal se incluyó el eslogan “Conoce Guatemala desde arriba”, acompañado de un texto de apoyo que invita a visitar el Mapa en Relieve. Esta propuesta busca transmitir una sensación de descubrimiento y aprendizaje, conectando con la curiosidad del grupo objetivo.

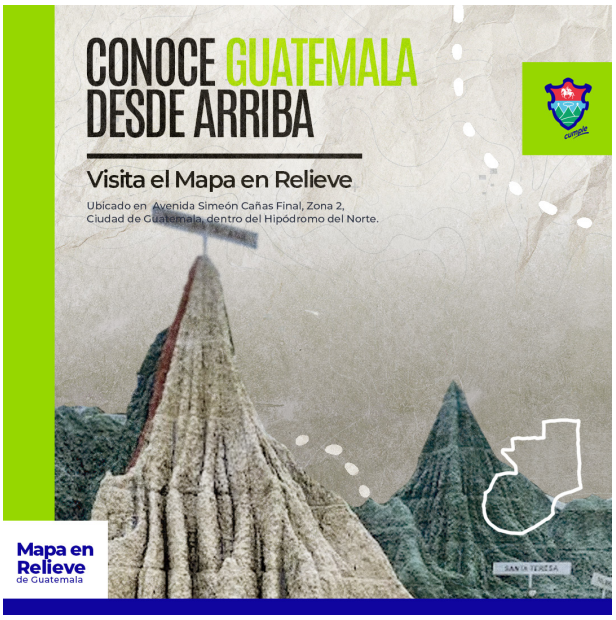


Figura 20: propuesta 03
En esta propuesta digital se utilizó una fotografía a detalle de las montañas que pueden observarse en el Mapa en Relieve, resaltando sus formas y texturas características. En el fondo se añadió una textura que refuerza la idea de la superficie del mapa, aportando profundidad y coherencia visual.

También se incorporó un ícono vectorial que representa el Mapa en Relieve. En la esquina superior izquierda se colocó el eslogan en un tamaño destacado, mientras que en la parte inferior se añadió el texto "Visita el Mapa en Relieve" para enfatizar el mensaje principal de la pieza. Además, se integraron detalles geométricos en forma de rectángulos y cuadrados con los colores institucionales de la Municipalidad, manteniendo la coherencia con la identidad visual del proyecto. Finalmente, se incluyeron los logotipos del Mapa en Relieve y de la Municipalidad.

6.3. Validación con la institución

Una vez implementadas las observaciones del grupo de diseñadores expertos, se realizó una nueva validación con un grupo focal formado por trabajadores de la institución, quienes conocen de primera mano cómo funciona el Mapa en Relieve y cómo interactúa el público dentro del espacio. Este grupo estuvo compuesto por Patricia Milán, encargada de Recepción y Taquilla; Ian Osorio, guía del Mapa en Relieve; Damaris Betancurt, asistente profesional del Mapa en Relieve; David Ambrosio, gerente del Mapa en Relieve; y el Lic. Felipe Vetorazzi, coordinador de diseño y comunicación de la Dirección de Educación y Cultura.

Durante la sesión se mostraron las piezas gráficas con los cambios realizados previamente, y se generó un espacio de diálogo donde los participantes pudieron expresar sus opiniones y sugerencias. Este proceso permitió identificar mejoras que podían aplicarse para que la experiencia de los visitantes fuera más clara, atractiva y fácil de entender. Además, se buscó asegurar que todas las piezas mantuvieran una coherencia visual con la identidad de la Municipalidad y del Mapa en Relieve, de modo que el público pudiera reconocer de inmediato la relación entre los materiales y el espacio cultural. Las recomendaciones recibidas ayudaron a ajustar elementos como colores, tipografía, imágenes y gráficos, fortaleciendo el mensaje principal de la campaña y resaltando la importancia educativa, histórica y recreativa del Mapa en Relieve.

Este espacio de retroalimentación también permitió que los trabajadores de la institución compartieran su conocimiento directo sobre el funcionamiento del Mapa y la interacción de los visitantes, lo que aportó ideas valiosas para que las piezas fueran más funcionales y efectivas a la hora de captar la atención del público, especialmente del grupo objetivo de jóvenes entre 15 y 20 años.

Entre las recomendaciones más importantes se sugirió mantener los íconos tipo doodles, que permiten conectar de manera más cercana con el grupo objetivo, mejorar la legibilidad de los textos y conservar la ubicación del logotipo institucional en la parte superior derecha. También se propuso agregar un cintillo con el logotipo del Mapa en Relieve para reforzar la identidad visual del espacio.

Se revisaron nuevamente los bocetos digitales, destacando la necesidad de usar colores más llamativos sin romper la paleta institucional, reforzar el peso de la tipografía en la información principal y agregar detalles en rojo Muni para captar la atención del espectador.

Finalmente, se recomendó crear un sello gráfico que unifique todas las piezas, ajustar el tracking de la tipografía para facilitar la lectura y utilizar fotografías con planos más amplios, mostrando la magnitud y los detalles del Mapa en Relieve y su entorno.

Propuesta carrusell informativo



Figura 21, 22, 23: propuesta 01 carrusell

En la propuesta presentada se observa un carrusel informativo diseñado para promover la visita al Mapa en Relieve. En la primera diapositiva se muestra un plano a detalle de las montañas que se pueden observar en el Mapa en Relieve, acompañado del slogan “Conoce Guatemala desde arriba”, con el objetivo de captar la atención del público desde el inicio y motivarlo a seguir descubriendo cada parte del espacio.

La segunda diapositiva presenta otro plano del Mapa en Relieve, incluyendo información útil como la ubicación exacta y datos de contacto. Esto permite que los usuarios puedan organizar su visita de manera fácil y rápida, comprendiendo mejor la magnitud del lugar y lo que pueden esperar durante su recorrido.

En la tercera diapositiva se incluye una fotografía de la entrada principal del Mapa en Relieve, destacando con una “X” simbólica el punto final del recorrido. Esto ayuda a que los visitantes visualicen la experiencia completa y se sientan motivados a vivirla por sí mismos, como si llegaran a una meta dentro de su recorrido.

Todas las diapositivas están conectadas mediante líneas punteadas con estilo doodle, un recurso visual que guía la mirada del usuario a lo largo del carrusel y simula el recorrido que el visitante puede realizar dentro del Mapa en Relieve. Estas líneas no solo cumplen una función estética, sino que también generan un hilo conductor que ayuda a comprender la relación entre cada punto de interés del recorrido, facilitando que la información sea más clara y fácil de seguir.

Además, estos elementos gráficos aportan dinamismo a la pieza, haciendo que la experiencia de explorar el contenido digital sea más entretenida y atractiva. De esta manera, las líneas punteadas y los detalles doodle no solo cumplen con una función de orientación dentro del carrusel, sino que también refuerzan el mensaje del Mapa en Relieve como un espacio educativo y recreativo. Permiten que el visitante, incluso antes de llegar al lugar, pueda imaginar el recorrido, despertar su curiosidad y motivarse a explorar el mapa, fomentando tanto el aprendizaje como la diversión durante la visita.

6.4. Validación con el grupo objetivo

Finalmente, después de la validación con la institución y la implementación de los cambios sugeridos, se llevó a cabo un último grupo focal con los beneficiarios del proyecto, es decir, el grupo objetivo. En esta ocasión participaron jóvenes de entre 15 y 20 años que, aunque habían escuchado sobre el Mapa en Relieve, aún no lo habían visitado. Los integrantes de este grupo fueron: Jennifer Ixchopa (16 años), Ángela Luna (17 años), Ángel Paniagua (19 años), Pablo Hernández (20 años) y Jennifer Rodas (18 años).

Durante la reunión, se presentaron las piezas finales de la campaña y se solicitó la opinión directa de los jóvenes, considerando que ellos representan al público principal al que se dirige el proyecto. Sus comentarios permitieron obtener información valiosa sobre cómo perciben los elementos visuales y comunicativos de la propuesta.

Entre las recomendaciones más destacadas se mencionó la necesidad de utilizar fotografías más llamativas y dinámicas, que capten la atención de manera inmediata y transmitan la experiencia del Mapa en Relieve de forma más atractiva. También se sugirió emplear tipografías que combinen mayúsculas y minúsculas, lo que facilita la lectura y aporta una sensación más cercana.

Asimismo, señalaron que no todas las piezas deberían llevar el cintillo blanco, ya que su uso repetitivo podría generar monotonía y restar frescura a la campaña, reforzando así el interés por visitar el espacio y disfrutar de su propuesta educativa y recreativa.



Figura 24: propuesta 01
Se presentó un post sobre el Bosque Sonoro, en el que de fondo se utilizó una fotografía del bosque, capturando la sensación de tranquilidad y naturaleza que ofrece el espacio. Para darle dinamismo y cercanía al diseño, se añadieron detalles con estilo doodles en las ramas de los árboles, conectando visualmente con el grupo objetivo.

Además, se incorporó un cintillo con textura de papel rasgado, que hace alusión al contorno del Mapa en Relieve. Dentro del cintillo se colocó un texto que invita a conocer el Bosque Sonoro, acompañado de información relevante sobre el espacio y sus características.

Para mantener la coherencia institucional, se agregaron los logotipos de la Municipalidad y del Mapa en Relieve.

Propuesta carrusell informativo







Figura 25, 26 y 27 : propuesta 01 carrusell

Se presentó nuevamente el carrusel mencionado anteriormente, incorporando los cambios solicitados después de la retroalimentación recibida de los distintos grupos focales.

En la primera slide se puede observar la imagen de las montañas del Mapa en Relieve, acompañada del cintillo con textura de papel que sigue los contornos de las montañas, destacando el slogan «Conoce Guatemala desde arriba». Esta composición busca captar la atención del público desde el primer vistazo y transmitir la sensación de exploración y aprendizaje que ofrece el espacio.

En la segunda slide se muestra una fotografía a detalle del mapa, sobre la cual se agregó un cintillo de papel rasgado en el centro para mejorar la legibilidad del texto. Además, se incorporó un ícono de ubicación en estilo doodle, reforzando visualmente la idea de recorrido y orientación dentro del mapa. Este diseño ayuda a que el grupo objetivo entienda de manera clara dónde se encuentra cada lugar y cómo recorrer el espacio.

Por último, la tercera slide presenta la entrada del Mapa en Relieve, manteniendo el cintillo de papel y un texto que invita directamente a los usuarios a visitar el lugar, reforzando el mensaje principal de la campaña. Todas las slides están conectadas mediante líneas punteadas con estilo doodle, simulando el recorrido que los visitantes pueden realizar dentro del mapa y guiando la mirada de manera dinámica a lo largo de la pieza. Además, todas incluyen los logotipos de la Municipalidad y del Mapa en Relieve, garantizando coherencia visual y fortaleciendo la identidad institucional en cada pieza.

Este carrusel, en conjunto, busca generar un recorrido visual atractivo y educativo, que invite al grupo objetivo, especialmente jóvenes de 15 a 20 años, a conocer y explorar el Mapa en Relieve, mostrando de manera clara y divertida todo lo que el espacio tiene para ofrecer.

6.5. Resultado final

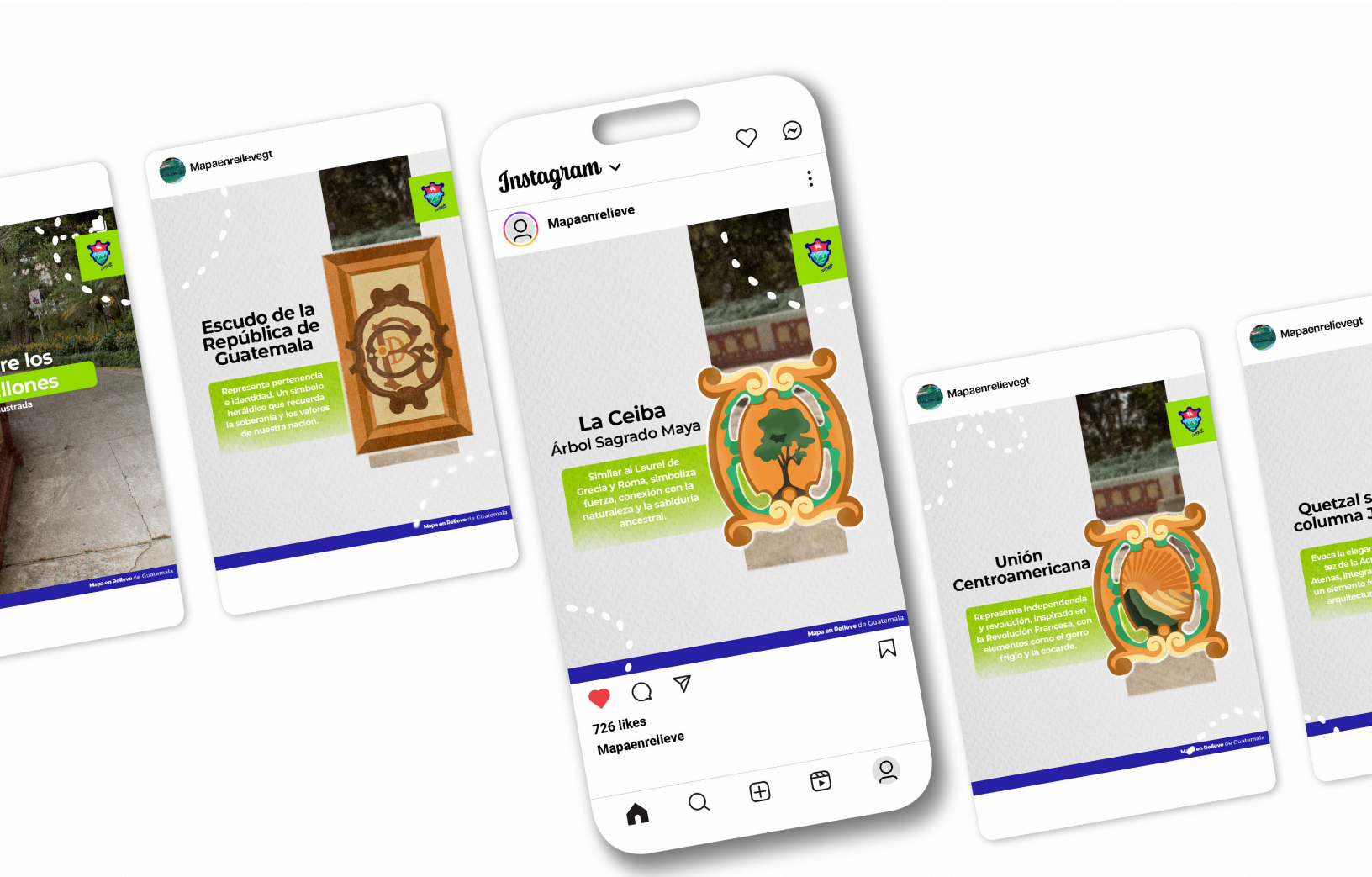
Con todas las validaciones realizadas y después de implementar los cambios sugeridos por estudiantes, diseñadores expertos, trabajadores de la institución y finalmente el grupo objetivo, se obtuvo una propuesta gráfica coherente con las necesidades del proyecto.

A partir de este proceso de retroalimentación, se logró consolidar una línea visual sólida y adaptable a los distintos formatos previstos.

Previsualización del *feed*

Figura 28:
Se presenta la previsualización del feed de Instagram junto con las piezas complementarias de la estrategia del mes, en el cual se pueden observar diversas publicaciones que forman parte de la estrategia de comunicación final, un cartel mensual y la portada de instagram. En este espacio se muestran varios tipos de posts: algunos comparten datos curiosos sobre el Mapa en Relieve y su entorno, otros destacan las actividades que los visitantes pueden realizar dentro del lugar, y algunos invitan directamente a visitarlo, reforzando el mensaje principal de la campaña.

Cada publicación fue diseñada manteniendo coherencia visual con la línea gráfica establecida, utilizando los elementos característicos como los doodles, los cintillos de papel rasgado y la paleta institucional de colores. En conjunto, estas piezas muestran cómo se vería el perfil del Mapa en Relieve en redes sociales, proyectando una imagen atractiva, moderna y educativa.



Productos finales



Figura 29


Mapaenrelievegt
Aquí, cada
montaña cuenta
una historia.
SAN MARCOS
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelievegt
¿Sabias que?
puedes solicitar manteles, sombrillas y binoculares en taquilla?
Solo necesitas presentar tu DPI para disfrutar al máximo tu visita al Mapa en Relieve de Guatemala.
Mapa en Relieve de Guatemala

Figura 30


Instagram
Fauna del mapa
¡También tenemos vecinos con escamas! La iguana es parte de la fauna que habita en el Mapa en Relieve, llenando de vida este espacio histórico y natural.
Guardianes de
la historia
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


"El mapa en relieve,ademas de ser un monumento a Guatemala, es una cátedra de geografía dictada objetivamente al aire libre por su autor: desde el centro de alguna estrella, o posiblemente con rayos de sol sobre un pizarrón de grama verde que simboliza la magnífica presencia de nuestra naturaleza mil veces pródiga"
Palabras de inauguración del Mapa en relieve Pronunciadas por el presidente de la República Doctor Manuel Estrada Cabrera el 24 de Octubre de 1905
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
Conoce
Guatemala
desde arriba
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
Descubre los
7 medallones
de la balaustrada
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
Aquí, cada
montaña cuenta
una historia.
SAN MARCOS
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
¿Sabias que?
Actualmente, es visitado por turistas nacionales y extranjeros, con un total de 70 mil personas de 80 paises diferentes cada año.
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
Fauna del mapa
Entre sus jardines puedes encontrar mariposas que llenan de color y movimiento este patrimonio nacional
Color e historia
entre los senderos
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
¿Sabias que?
La última piedra del Mapa en Relieve fue traída desde Chemal, Huehuetenango, y colocada exactamente en su lugar real. Un detalle que muestra la precisión y orgullo con que fue creado este monumento único.
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
¡Visítanos!
8:00 a 16:00 horas.
De Martes a Domingo
Final Avenida Simeón Cañas, zona 2, Ciudad de Guatemala
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
Fauna del mapa
Entre sus jardines puedes encontrar mariposas que llenan de color y movimiento este patrimonio nacional

Figura 31


Instagram
SANTO TOMAS DE CASTILLA
PTO. BARRIOS
Patrimonio cultural de la nación
Mapa en Relieve
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Un espacio cultural
para todos
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
Carlos Ernesto Colocho
El mapa en relieve alberga 105 árboles de hormigo que conmemoran a compositores, autores y marimbistas guatemaltecos. Cada árbol tiene un rótulo con su nombre y es la madera utilizada para las teclas de la marimba.
Descubre el bosque
sonoro de hormigo
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
SIERRA
SANTO TOMAS DE CASTILLA
BAHIA DE AMATIQUE
CERRO VERDE
¿Sabias que?
El Mapa en Relieve de Guatemala incluye más de 300 volcanes, montañas y ríos representados en miniatura, construidos con una precisión sorprendente para la época. Todos fueron levantados a escala (1:10,000 en elevación y 1:2,000 en longitud) ¡sin imágenes satelitales ni drones! Esto permite ver desde arriba la impresionante red hidrográfica del país y su cadena volcánica.
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
¡Conoce a
Francisco Vela!
Francisco Vela fue Teniente Coronel e ingeniero guatemalteco, creador y director del Mapa en Relieve de Guatemala. Su visión y liderazgo hicieron posible esta obra monumental en 1905, reconocida como un icono cultural y patrimonial del país.
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
Tarifas
Disfruta historia, naturaleza y cultura en un solo lugar.
Tarifas:
Nacionales: Q5
Extranjeros: Q25
¡Menores de 6 años entran gratis!
¡Ven con tu familia o amigos y vive esta experiencia única!
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
Turismo, historia
y naturaleza
en un solo lugar
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
Fauna del mapa
En el Mapa en Relieve también puedes encontrar pájaros carpinteros explorando los árboles del bosque que rodea este espacio. Estos pequeños habitantes nos recuerdan la importancia de cuidar la fauna mientras aprendemos sobre la geografía y la naturaleza de Guatemala.
En el Mapa en Relieve
no solo descubres la
historia de Guatemala,
también la vida que lo rodea
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
¡Disfruta un
día de picnic!
¿Sabías que puedes pasar un rato relajado y divertido en nuestras áreas verdes? Trae tu comida, reúne a tus amigos y disfruta de un picnic en las mesas del Mapa en Relieve, rodeado de historia y naturaleza.
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve

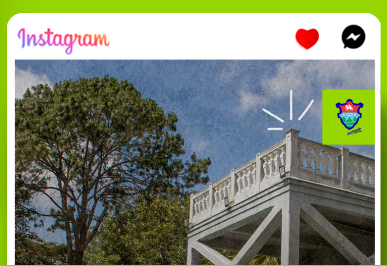

Instagram

Figura 32


Instagram
Escalas
El Mapa está hecho a dos escalas diferentes: una para la altitud y otra para la longitud, para que las montañas y volcanes se vean con más detalle.
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Tarifas
Visitantes extranjeros — Q25.00
Visitantes nacionales — Q5.00
Te esperamos
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
El país entero
en un solo lugar
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
Fauna del mapa
El corazón verde
del Mapa en Relieve
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
BAJA VERAPAZ
Donde la
historia se ve
en relieve
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
Un lugar para
explorar, aprender y disfrutar
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
Secretos del
Mapa en Relieve
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
Conoce
Guatemala
desde arriba
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
Fauna del mapa
Pequeños habitantes,
grandes protagonistas
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapaenrelieve


Instagram
AGUA BLANCA
LAGO DE GÜIJA
¿Sabias que?

Figura 33


Mapaenrelievegt
¿Sabias que?
Actualmente, es visitado por turistas nacionales y extranjeros, con un total de 70 mil
Mapaenrelievegt
Fauna del mapa
Entre sus jardines puedes encontrar mariposas que llenan de color y movimiento este patrimonio nacional
Color e historia
entre los senderos
Mapa en Relieve de Guatemala

Figura 34


cumple
ESCUINTLA
Turismo, historia y naturaleza en un solo lugar
El Mapa en Relieve de Guatemala te invita a vivir una experiencia única, donde se unen la historia, la cultura y la naturaleza. Recorre sus senderos rodeados de árboles, disfruta un día de picnic con tu familia o amigos, y observa de cerca la fauna que habita el parque
Visitanos
mapaenrelievedeguatemala
mapaenrelievegt
Avenida Simeón Cañas Final zona 2, Hipódromo del Norte
Mapa en Relieve de Guatemala

Figura 35



Figura 36


SANTO TOMAS DE CASTILLA
BAHIA DE AMATIQUE
PTO. BARRIOS
Patrimonio cultural de la nación
Mapa en Relieve
Mapa en Relieve de Guatemala
mapaenrelievegt
Mapa en Relieve de Guatemala
342 publicaciones
1,268 seguidores
465 seguidos
comunitario
Simeón Cañas Final zona 2 Hipódro
Guatemala City, Guatemala 01002
Mapa en Relieve
¿Sabías que?
Un viaje pasado
Descubre el bosque sonoro de normigo
Tarifas
SIERRA
Conoce Guatemala desde arriba
Mapa en Relieve de Guatemala

Figura 37

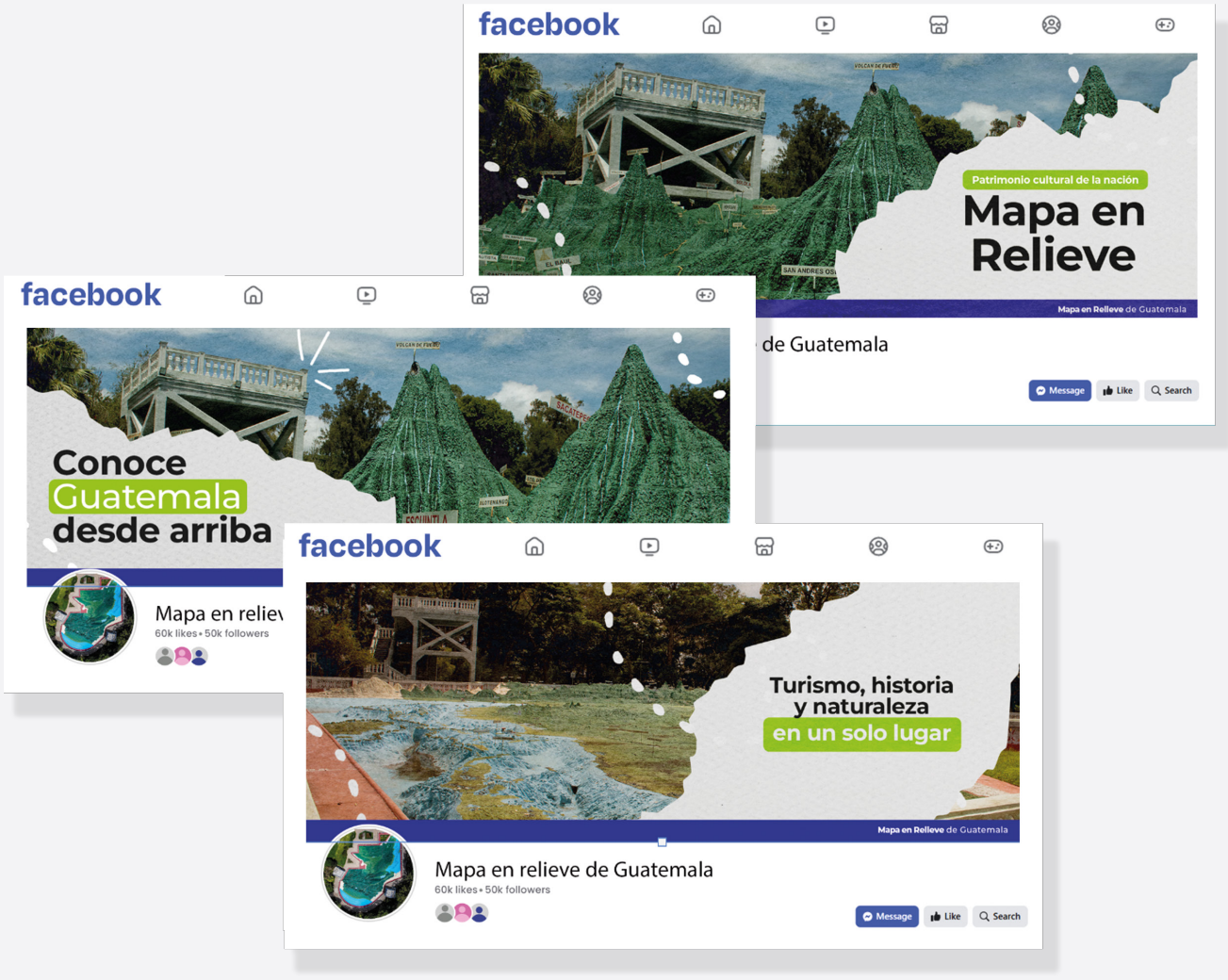

facebook
Patrimonio cultural de la nación
Mapa en Relieve
Mapa en Relieve de Guatemala
de Guatemala
Message
Like
Search
facebook
Conoce
Guatemala
desde arriba
Mapa en relie
60k likes • 50k followers
facebook
Turismo, historia
y naturaleza
en un solo lugar
Mapa en Relieve de Guatemala
Mapa en relieve de Guatemala
60k likes • 50k followers
Message
Like
Search

Figura 38

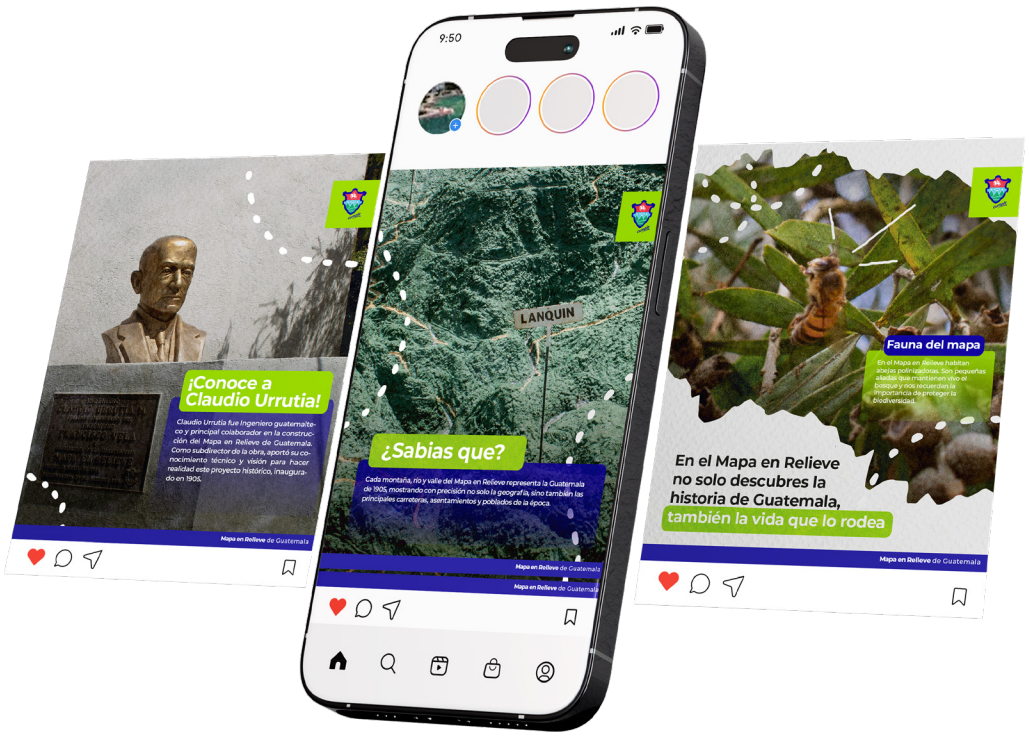


Figura 39

Se presenta la previsualización de los posts individuales, los cuales en conjunto buscan transmitir la experiencia completa de visitar el Mapa en Relieve. Cada publicación fue pensada para mostrar distintos aspectos del lugar: desde las actividades que se pueden realizar dentro del mapa, hasta los detalles que muchas veces pasan desapercibidos y los datos históricos o curiosos que los visitantes pueden aprender durante su recorrido.

Además, cada pieza invita a visitar el Mapa en Relieve de una forma atractiva y visualmente llamativa, con el propósito de captar la atención del grupo objetivo y motivarlo a conocer este espacio cultural. Estas publicaciones funcionan como una guía visual y narrativa que busca conectar con los jóvenes, reforzando la idea de que el Mapa en Relieve no solo es un sitio turístico, sino también un lugar lleno de historia, aprendizaje y conexión con la cultura guatemalteca.

6.6. Justificación técnica

La justificación técnica explica los elementos de diseño que se usaron para crear esta estrategia de comunicación. Aquí se detalla cómo cada decisión visual ,como los colores, tipografías, iconos, texturas y composiciones, fue elegida según el concepto creativo “Guatemala como nunca” y pensando en el grupo objetivo.

Cada uno de estos elementos busca mantener coherencia con la identidad visual de la Municipalidad de Guatemala, pero también conectar de forma cercana y atractiva con los jóvenes a los que va dirigido el proyecto.

6.6.1 Formato

Para esta campaña de comunicación en redes sociales se utilizarán diferentes formatos, adaptados a las necesidades y características de cada plataforma. Esta variedad permite que los contenidos se presenten de manera atractiva y funcional, aprovechando al máximo los espacios visuales y las dinámicas de interacción que ofrece cada red.

En Instagram y facebook, se usará el formato vertical (1080:1350px) para piezas estáticas, lo que permite destacar los elementos visuales y generar una mejor conexión con el público.

Figura 40:

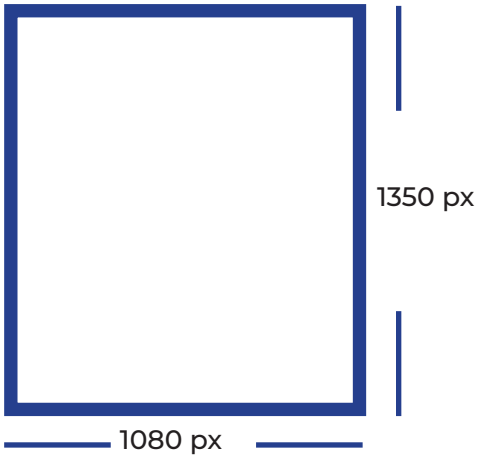
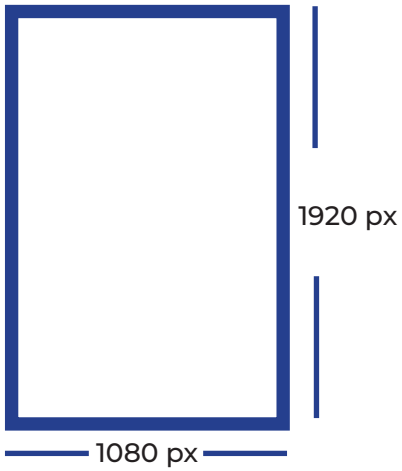


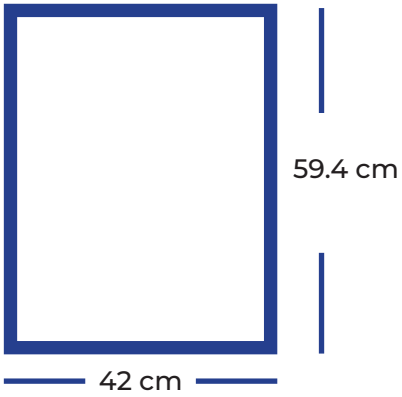
Figura 41:

Además, se implementará el formato 1080:1920px para contenidos animados y videos, ideal para historias y reels, con el fin de captar la atención del grupo objetivo de forma dinámica y cercana.



Se implementará un formato A2 (42 cm x 59.4 cm) para los materiales impresos que formarán parte de esta campaña. En este caso, se elaborarán tres carteles impresos, uno por cada mes, con el objetivo de mantener una comunicación constante y visualmente atractiva. Este formato permite una buena visibilidad del contenido, tanto en espacios interiores como exteriores, asegurando que los mensajes sean claros y llamativos

Figura 42:



El uso de estos formatos contribuye a mantener una identidad visual coherente en toda la campaña, reforzando el mensaje principal y asegurando que cada pieza tanto digital como fisica, cumpla con su propósito comunicativo.

6.6.2. Composición

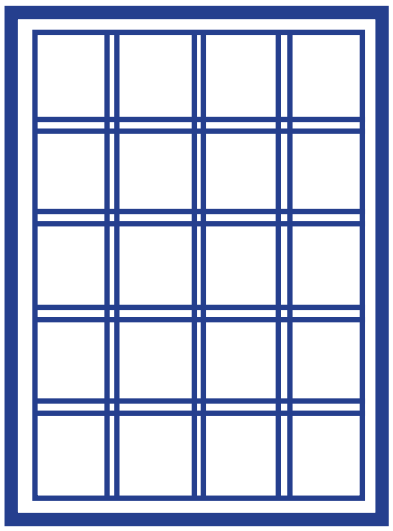


Figura 43:

Se utilizó una retícula modular para la creación de los posts, tomando en cuenta que existen elementos que deben mantenerse en una misma posición para lograr coherencia visual en todas las piezas.

Esta estructura permitió organizar el contenido de forma equilibrada, respetando la jerarquía visual y asegurando que cada elemento tuviera el espacio necesario para destacar. Además, se dejaron márgenes de seguridad considerando los íconos y herramientas propias de cada red social, garantizando una correcta visualización del diseño en diferentes formatos y dispositivos.

6.6.3. Código cromático

Pantone 375 C
CMYK 45, 0, 90, 0
HEX 970700
RGB 151, 215,0

Pantone Blue 072 C
CMYK 100, 95, 0, 3
HEX 10069F
RGB 16,6,159

Pantone 7480 C
CMYK 72,0 67,
HEX 2CB877
RGB 4,184,119

Pantone 306C
CMYK 54,4, 8,0
HEX 78C6E4
RGB 120,198,228

Pantone Red 32 C
CMYK 6,83,67,1
HEX DF4747
RGB 123,71,71

Figura 44:

Se utilizará la paleta cromática institucional de la Municipalidad para garantizar coherencia visual en todos los materiales de la campaña.

El «verde Muni» se emplea como color principal, ya que transmite sensaciones de frescura, naturaleza y crecimiento, conectando con la idea de explorar y aprender sobre el territorio en el Mapa en Relieve. El azul, como color complementario, aporta confianza y calma, equilibrando la composición visual y reforzando la percepción de un espacio educativo y cultural.

Los colores secundarios se utilizarán de manera sutil para resaltar detalles, guiar la mirada del espectador y mantener la armonía visual. Esta elección cromática busca no solo reflejar la identidad institucional, sino también generar una experiencia atractiva y cercana para el grupo objetivo, motivándolos a visitar y explorar el Mapa en Relieve.

6.6.4. Código tipográfico

Montserrat
ABCDEFGHIJKLMN{OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789 ¿ ? ¡ ! . , : ;

Thin
Thin italic
Extra light
Extra light italic
Light
Light italic
Regular
Italic
Medium
Medium Italic
Semibold
Semibold italic
Bold
Bold Italic
Extra Bold
Extra Bold italic
Black
Black italic

Montserrat Alternates
ABCDEFGHIJKLMN{OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789 ¿ ? ¡ ! . , : ;

Thin
Thin italic
Extra light
Extra light italic
Light
Light italic
Regular
Italic
Medium
Medium Italic
Semibold
Semibold italic
Bold
Bold Italic
Extra Bold
Extra Bold italic
Black
Black italic

Figura 45:
Figura 46:

Para la producción gráfica de las piezas de diseño se utilizó la tipografía Montserrat, que pertenece a la familia de las palo seco (o sans serif). Este tipo de letra se reconoce por tener un estilo moderno, limpio y fácil de leer. Es muy utilizada en medios digitales porque se adapta bien a distintos tamaños de pantalla y dispositivos sin perder legibilidad. Al no tener remates ni adornos, permite que los textos sean claros incluso en tamaños pequeños, lo que la hace ideal para los posts y materiales visuales de esta campaña.

Montserrat fue diseñada por Julieta Ulanovsky[33] inspirada en los antiguos carteles y letreros del barrio Montserrat en Buenos Aires. Su diseño combina lo tradicional con lo moderno, lo que encaja muy bien con la idea de esta campaña: mostrar la historia y el valor cultural del Mapa en Relieve desde una mirada actual y atractiva.

Además, Montserrat cuenta con una amplia familia tipográfica que ofrece diferentes pesos y estilos, lo que permite crear jerarquías visuales claras entre títulos, subtítulos y textos complementarios. Esta versatilidad ayuda a mantener coherencia estética y equilibrio visual en todas las piezas. Su estilo geométrico y proporcional aporta elegancia y modernidad, conectando de manera efectiva con el grupo objetivo y reforzando la identidad visual institucional de la Municipalidad dentro de la campaña para el Mapa en Relieve.

33. Gràffica, «Montserrat rescata la belleza de las viejas tipografías urbanas bonaerenses», Gràffica, acceso el 6 de octubre de 2025, https://acortar.link/mGzSZC

6.6.5. Código iconico visual

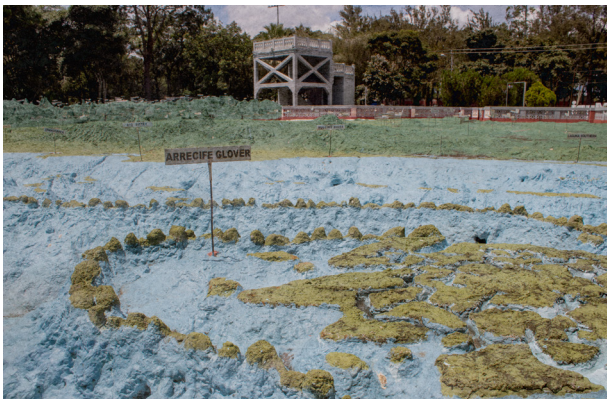




Figura 47:

El código icónico-visual utilizado en la pieza gráfica se centra en la incorporación de fotografías del Mapa en Relieve, presentadas tanto en planos detallados, que permiten observar con claridad elementos específicos como montañas, caminos y texturas, como en planos más amplios que muestran la magnitud y la forma general del mapa. Estas imágenes fueron cuidadosamente seleccionadas para transmitir tanto la riqueza histórica como el valor educativo del espacio.

En la posproducción, las fotografías se trabajaron únicamente para mejorar la iluminación y la saturación, asegurando que los colores se vieran vivos y atractivos, y para agregarles textura, de modo que todas las imágenes tuvieran un aspecto uniforme y coherente dentro de la composición gráfica.

Además, la combinación de planos detallados y generales busca captar la atención del grupo objetivo, incentivando la exploración visual y motivando a los jóvenes a imaginar el recorrido que podrían hacer dentro del Mapa en Relieve.

6.6.6. Código lingüístico

El código lingüístico también tiene un carácter institucional, ya que el Mapa en Relieve pertenece a la Municipalidad de Guatemala y debe mantener coherencia con la forma en que esta institución se comunica. Por ello, el lenguaje utilizado busca reflejar respeto, responsabilidad y compromiso con la ciudadanía. Es importante que los mensajes transmitan una imagen seria y confiable, mostrando que el Mapa en Relieve es un espacio cultural bien cuidado y administrado por una entidad comprometida con la educación y la cultura del país.

Al mismo tiempo, este estilo institucional se adapta para que el público joven pueda sentirse cercano e interesado, sin perder la claridad ni el tono formal que caracteriza a la Municipalidad. De esta manera, se logra un equilibrio entre un lenguaje accesible y educativo, y uno que conserve la identidad oficial de la institución, fortaleciendo la relación entre el Mapa en Relieve, la Municipalidad y la comunidad que lo visita.

6.7. Lineamientos de la puesta en Práctica

Con el objetivo de garantizar la correcta utilización y conservación de las piezas gráficas elaboradas para la campaña del Mapa en Relieve, se presentan los lineamientos técnicos y de entrega de los archivos digitales. Estos lineamientos aseguran que las piezas mantengan su calidad visual y coherencia estética durante su implementación, además de facilitar su correcta reproducción, publicación y futura adaptación según las necesidades de la institución.

6.7.1. Componentes del proyecto

Para la puesta en práctica de la estrategia de comunicación para el mapa en Relieve, se entregarán los siguientes archivos y piezas:

Posts estaticos: se diseñaron 44 piezas digitales en formato 1080 x 1350 px, 72 dpi, diseñadas específicamente para su publicación en las redes sociales como Facebook e Instagram.

Videos: 6 reels preparados para publicación en TikTok e Instagram, pensados para generar mayor interacción y captar la atención del grupo objetivo.

Carteles: 3 carteles impresos en tamaño A2 (42 x 59,4 cm) para su libre reproducción, que se colocarán en lugares estratégicos con alto flujo de personas para reforzar la visibilidad del Mapa en Relieve.

Portadas de Facebook en tamaño 820 x 312 px, las cuales se actualizarán cada mes durante la campaña para mantener la página activa y atractiva para el público.

6.7.2. Especificaciones técnicas

Las piezas digitales se entregarán en archivos editables, archivos PSD en versión 2025, para permitir futuras modificaciones en caso de ser necesario.

Los reels se exportarán en formato MP4 optimizado para redes sociales y se entregara editables de after effects 2025cpara futuras modificaciones.

Los carteles impresos se entregarán en PDF de alta resolución (300 dpi), listos para impresión, respetando los márgenes de seguridad y sangrado establecidos para garantizar la calidad visual, también se entregara el editable en archivo psd 2025 en caso necesitaran algún cambio.

6.7.3. Condiciones de uso

La entrega de las piezas gráficas correspondientes a la campaña del Mapa en Relieve se realizará de forma digital. Esta entrega incluirá todos los componentes descritos previamente, asegurando que la institución cuente con los materiales necesarios para su correcta publicación y difusión.

Las piezas finales comprenden un total de 50 piezas digitales, de las cuales 44 están en formato 1080 x 1350 píxeles a 72 dpi, destinadas a su uso en redes sociales como Facebook e Instagram. Asimismo, se entregarán 6 reels optimizados para su publicación en TikTok e Instagram, junto con 3 carteles en formato A2 (42 x 59.4 cm) para uso en espacios físicos de alta afluencia. Además, se incluyen 3 portadas de Facebook (820 x 312 píxeles), diseñadas para ser actualizadas mensualmente durante el desarrollo de la campaña.

Las piezas se entregarán en formatos .jpg y .mp4 para su difusión, además de archivos editables en formato .psd (Adobe Photoshop versión 2025) y el formato .aep (After effects versión 2025) para permitir futuras modificaciones o adaptaciones. Dado que las piezas están diseñadas para su publicación en medios digitales, se recomienda utilizarlas conforme a los parámetros originales de tamaño y resolución, evitando ampliaciones o reducciones que puedan afectar su calidad o legibilidad.

Para la correcta visualización y edición de los archivos editables, se recomienda utilizar el programa Adobe Photoshop versión 2025 o posterior para los materiales estaticos y el programa Adobe After Effects version 2025 o posterior para los materiales de vídeo, así como un equipo con mínimo 8 GB de memoria RAM, tarjeta gráfica actualizada y un monitor calibrado para garantizar la fidelidad de color.

No se recomienda su impresión sin antes ajustar el modo de color a CMYK y verificar márgenes. En caso de hacerlo, la resolución debe ser de 300 ppp con calidad JPEG alta.

6.7.4. Condiciones de reproducción

La campaña incluye una serie de materiales tanto impresos como digitales, cada uno diseñado con un propósito específico, un formato definido y una función concreta dentro de la estrategia de comunicación. Es fundamental respetar las condiciones de uso y reproducción establecidas, ya que esto garantiza que la campaña mantenga coherencia visual, técnica y comunicacional en todos sus elementos. Seguir estas normas permite que los mensajes lleguen de manera clara y efectiva al público, fortaleciendo la identidad del Mapa en Relieve y asegurando que la información presentada sea precisa y uniforme en todas las plataformas y soportes.

Los materiales digitales serán entregados junto con una matriz de contenido, la cual indica detalladamente los días y horarios de publicación, los textos o copys que acompañan cada pieza, así como las redes sociales en las que deben compartirse. Esta matriz debe seguirse de manera estricta, ya que fue diseñada para mantener un flujo organizado, coherente y estratégico de toda la campaña.

No está permitido alterar el orden de publicación, modificar los textos ni difundir los materiales en redes sociales distintas a las indicadas, ya que hacerlo podría afectar la efectividad de la campaña y la manera en que el público recibe los mensajes. Además, los materiales creados exclusivamente para formato digital no deben ser impresos, ya que no fueron diseñados con la resolución, proporciones ni características técnicas necesarias para la reproducción física. Intentar imprimirlos podría generar problemas de calidad visual y afectar la claridad de los contenidos.

Por otro lado, los carteles impresos forman parte de los materiales que sí pueden reproducirse físicamente. Se permite generar varias copias para su distribución, pero siempre respetando el tamaño original A2, así como los colores, proporciones y diseño establecidos en la estrategia. No se pueden realizar modificaciones que alteren la identidad visual de la pieza, ya que cada elemento fue pensado para cumplir un propósito específico dentro de la campaña. Además, el uso de estos materiales está limitado al período de duración de la estrategia, que comprende tres meses. Una vez finalizado este tiempo, no está permitida la reimpresión ni la reutilización de los materiales, con el objetivo de mantener la vigencia, coherencia y actualización de la campaña. Esto asegura que los mensajes continúen siendo relevantes, efectivos y acordes con los objetivos comunicacionales planteados.

El cumplimiento de estas condiciones permite que todos los materiales de la campaña se utilicen de manera responsable, eficiente y profesional, protegiendo tanto la identidad del Mapa en Relieve como la inversión realizada en la producción de los contenidos. Seguir estas normas también facilita la planificación de futuras estrategias, evitando confusiones, duplicaciones o errores que puedan afectar la percepción del público sobre la institución y el patrimonio que representa.



Matriz de contenido

6.8.Aporte económico del estudiante a la institución

A continuación se presenta el aporte económico que la estudiante brindó a la institución mediante el desarrollo del presente proyecto.

Descripción	Valor
Costos fijos	
Servicio de agua	Q.100.00
Servicio de Luz	Q.300.00
Servicio de internet	Q.350.00
Servicio de celular	Q.250.00
Servicio de licencia	Q.250.00
Costos variables	
Útiles de oficina	Q.57.00
Impresiones	Q.20.00
Fotocopias	Q.150.00
Tintas de impresora	Q.300.00
Servicios profecionales de diseño	
Investigación	Q700.00
Bocetaje	Q350.00
Fotografía	Q1 600.00
Ilustración	Q3 000.00
Digitalización	Q6 000..00
Depreciación del equipo	**Q.1 332.00**
Honorarios	**Q.15 000.00**
Subtotal	**Q.29 759.00**
Impuestos	
Iva 12 %	Q3 571.08
ISR 5 %	Q14 879.50
Total	**Q.48 209.58**

Justificación

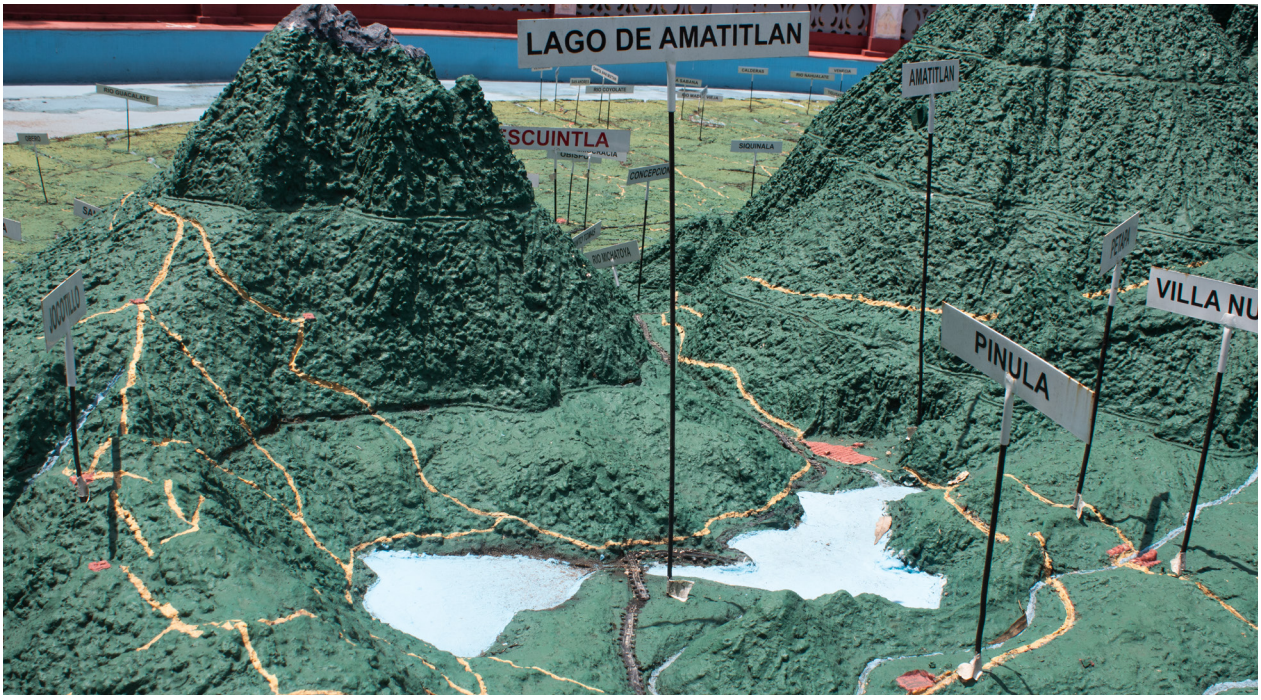
El valor asignado a los honorarios del proyecto Diseño de estrategia de comunicación para fortalecer el valor cultural, educativo y turístico del Mapa en Relieve de Guatemala: Proyecto elaborado para la Municipalidad de Guatemala se basa en el trabajo completo que la estudiante realizó durante todo el desarrollo del proyecto. Este trabajo incluyó tanto la parte técnica como la parte profesional del diseño gráfico, lo que implicó asumir dos responsabilidades principales: la creación de las piezas gráficas y la definición de las ideas, conceptos y decisiones visuales del proyecto.

Durante el proceso, la estudiante cumplió el rol de diseñadora y directora creativa, encargándose de la investigación, la planificación, el desarrollo de propuestas visuales y la ejecución final de los productos gráficos. Esta doble función justifica la asignación de honorarios, ya que el proyecto no consistió únicamente en producir piezas visuales, sino también en diseñar una estrategia de comunicación, definir lineamientos gráficos, elegir estilos visuales y asegurar que todas las piezas mantuvieran coherencia y calidad.

Además, el desarrollo del proyecto requirió el uso de recursos propios, lo cual se refleja en el presupuesto general que incluye costos fijos, costos variables, servicios profesionales de diseño y la depreciación del equipo utilizado. En total, el proyecto representó 222 horas de trabajo, distribuidas entre las etapas de investigación, planificación, bocetaje, desarrollo gráfico, validación institucional, producción digital y ajustes finales, respondiendo a los objetivos de la Municipalidad de Guatemala y a los criterios básicos del diseño gráfico profesional.

En conclusión, se presentaron los resultados finales del proyecto de comunicación visual para fortalecer el valor cultural, educativo y turístico del Mapa en Relieve. Se mostraron las piezas gráficas desarrolladas, las decisiones de diseño tomadas y su validación, así como el aporte que este trabajo representa para la Municipalidad de Guatemala. En el siguiente capítulo se incluirá una síntesis del proyecto con las conclusiones, recomendaciones y aprendizajes obtenidos durante todo el proceso de desarrollo.

Síntesis del proyecto



- Conclusiones
- Recomendaciones
- Lecciones aprendidas

Síntesis del proyecto

En este capítulo se presentan las conclusiones, recomendaciones y lecciones aprendidas del proyecto de comunicación para el Mapa en Relieve. Aquí se resumen los resultados más importantes del trabajo, lo que se logró, lo que podría mejorarse y lo que se aprendió durante todo el proceso.

Conclusiones

A.

Se fortaleció la promoción del Mapa en Relieve por medio del diseño de materiales visuales atractivos y coherentes con la identidad institucional, pensados especialmente para captar la atención del público joven. Estas piezas comunicaron de manera clara y creativa la importancia del monumento, mejorando su presencia y proyección ante nuevos públicos. Además, permitieron resaltar su gran valor histórico, educativo y cultural, invitando a los visitantes a redescubrirlo como un espacio lleno de conocimiento, arte y memoria. A través de una propuesta moderna y accesible, se buscó que las nuevas generaciones se sintieran identificadas con este patrimonio y lo reconocieran como un símbolo vivo de la historia de Guatemala, capaz de inspirar orgullo, curiosidad y aprendizaje.

B.
La estrategia de comunicación se enfocó en divulgar el valor del Mapa en Relieve mediante contenidos dinámicos y visualmente atractivos, diseñados especialmente para jóvenes estudiantes. A través de publicaciones, ilustraciones y videos, se logró despertar la curiosidad e interés por conocer más sobre este monumento único en el mundo. Cada pieza fue creada con el objetivo de mostrar que el Mapa en Relieve no solo es una obra arquitectónica impresionante, sino también una herramienta educativa que promueve el conocimiento y la apreciación del país desde una perspectiva diferente y creativa.

C.
El diseño de las piezas visuales mantuvo una identidad unificada, con colores, tipografía y estilo gráfico que reflejan la esencia del lugar y transmiten una sensación de modernidad sin perder su carácter histórico. Estas decisiones de diseño ayudaron a comunicar el mensaje de una manera clara, educativa y atractiva. De esta forma, la propuesta visual logró conectar con el público joven y con la comunidad en general, motivándolos a visitar el Mapa en Relieve y a valorar su importancia como parte del patrimonio cultural de la ciudad y del país.

Recomendaciones

A. A la Municipalidad de Guatemala

Se recomienda a la Municipalidad de Guatemala habilitar un espacio adecuado dentro del Mapa en Relieve para que los epesistas o practicantes puedan desarrollar sus actividades de forma cómoda, segura y organizada. Contar con un área específica permitirá optimizar el trabajo, fomentar la concentración y mejorar la calidad del desempeño de los estudiantes. Aunque actualmente existe una buena relación entre la Municipalidad, el personal del Mapa y los practicantes, disponer de un espacio designado fortalecerá la coordinación y contribuirá a un mejor aprovechamiento del tiempo y los recursos disponibles.

B. A la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Asimismo, se sugiere a la Escuela de Diseño Gráfico fortalecer los lazos de colaboración con las instituciones donde los estudiantes realizan sus proyectos de graduación. Mantener una comunicación constante y fluida permitirá brindar acompañamiento oportuno, retroalimentación efectiva y asesorías que orienten el desarrollo de los proyectos. Una relación más cercana entre la Escuela y las instituciones también fomenta el compromiso mutuo, garantiza el cumplimiento de los objetivos planteados y asegura resultados de mayor calidad. Además, este tipo de vinculación facilita la resolución ágil de dudas o imprevistos, mejorando la experiencia formativa de los estudiantes y el impacto de los proyectos realizados.

C. A futuros estudiantes de los cursos Proyecto de Graduación

Por último, se recomienda a los futuros estudiantes planificar y administrar correctamente su tiempo desde el inicio del proyecto. Es fundamental establecer un calendario con metas claras y realistas, tomando en cuenta que el proceso tiene un límite de 500 horas. Una buena organización permitirá avanzar de manera ordenada, cumplir con los objetivos de cada etapa y evitar contratiempos o acumulación de tareas al final del período. La planificación y el control del tiempo son claves para alcanzar un resultado exitoso, mantener un ritmo de trabajo equilibrado y disfrutar plenamente de la experiencia de aprendizaje profesional.

Lecciones aprendidas

Es fundamental mantener una mente abierta y estar dispuesto a recibir las opiniones y críticas de todos los grupos involucrados: expertos, personal de la institución y el público objetivo. Cada uno de ellos aporta puntos de vista valiosos que pueden enriquecer el proyecto, generar nuevas ideas y señalar aspectos que pueden mejorarse. Escuchar y tomar en cuenta estas retroalimentaciones permite ajustar las piezas y estrategias con mayor precisión, asegurando que el resultado final sea coherente, atractivo y cumpla con los objetivos planteados.

Durante todo el proceso de diseño, es igualmente importante tener siempre presente al público al que va dirigido el proyecto. Conocer sus intereses, costumbres y necesidades ayuda a crear materiales visuales más efectivos y con un mensaje claro. Investigar previamente sobre este grupo permite definir mejor el tono, el estilo y la manera más adecuada de comunicar las ideas, logrando así una propuesta que conecte realmente con las personas y cumpla su propósito de forma más significativa.

Además, la elaboración de un diagrama de Gantt es una herramienta muy útil para planificar y dar seguimiento a los tiempos y procesos de un proyecto largo. Este recurso permite visualizar de forma clara las etapas, las tareas y los plazos de entrega, evitando que se omitan pasos importantes o se acumulen actividades al final. También facilita la organización del trabajo, mejora la distribución del tiempo y ayuda a prever posibles retrasos, garantizando que el proyecto avance de manera ordenada y eficiente hasta su finalización.

Referencias

Referencias Digitales

Alonso, Lucía. «¿Qué es un brief o briefing y para qué sirve?». Domestika, 2023. https:// www.domestika.org/es/blog/2802-que-es-un-brief-o-briefing-y-para-que-sirve

Antonio, tipografía de Vernon Adams. «Antonio». Google Fonts. Acceso el 30 de agosto de 2025. https://fonts.google.com/specimen/Antonio

Atlassian. «El poder de los 5 Porqués: análisis y defensa». Atlassian, 2025. https://www.atlassian.com/incident-management/postmortem/5-whys

Barreira A+D. «Qué es el diseño gráfico y finalidad de este». Barreira Arte + Diseño, 28 de noviembre de 2024. https://barreira.edu.es/que-es-diseno-grafico/

Centro de Estudios de las Culturas en Guatemala. «Nuestra Historia». Acceso el 30 de agosto de 2025. https://ceceg.usac.edu.gt/index.php/nuestra-historia/

CEUPE. «Concepto creativo en publicidad: Qué es y cómo se hace». CEUPE. https://www.ceupe.com/blog/concepto-creativo-en-publicidad-que-es-y-como-se-hace.html

Congreso de la República de Guatemala. «Decreto Número 26-97: Ley para la Protección del Patrimonio Cultural de la Nación». 1997. Acceso el 30 de agosto de 2025. https://www.congreso.gob.gt/assets/uploads/info_legislativo/decretos/1997/gtdcx26-1997.pdf

Cruz Tolentino, Noemí, Mauricio Olvera Baltazar, Estephany Rodríguez Segura, Miguel Ángel Tapia Serrano e Irma Isabel De León Vázquez. «Cultura, una vista hacia el pasado y su reflejo en la sociedad actual». Boletín Tlahuelilpan, no. 9 (2025). https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n9/e3.html

Departamento de Español y Portugués de la Universidad de Minnesota. «Introducción al estudio de las culturas hispánicas. Unidad 6: Cultura élite/cultura popular/cultura de masas». Recuperado el 30 de agosto de 2025. https://pressbooks.umn.edu/culturas-hispanicas/part/unidad-5-cultura-elite-cultura-popular-cultura-de-masas/

ESdesign Barcelona. «Qué hace un diseñador gráfico: todas las funciones y tareas que desempeña a diario». ESdesign Barcelona, 2025. https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/diseno-grafico/que-hace-un-disenador-grafico-todas-las-funciones-y-tareas-que-desempena-diario

ESIC. «¿Qué es el método SCAMPER y cómo aplicarlo?». ESIC Rethink, 2025. https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/que-es-metodo-scamper-como-aplicarlo-c

«Flujograma». Concepto.de. https://concepto.de/flujograma/

Gràffica. «Montserrat rescata la belleza de las viejas tipografías urbanas bonaerenses». Gràffica, 1 de julio de 2021. https://graffica.info/montserrat-tipografia/

Granieri, Marcelo. «Técnica SCAMPER, la herramienta para incentivar el pensamiento creativo». OBS Business School, 25 de marzo de 2022. https://www.obsbusiness.school/blog/tecnica-scamper-la-herramienta-para-incentivar-el-pensamiento-creativo

Municipalidad de Guatemala. «Historia de la Municipalidad y sus espacios culturales». Ciudad de Guatemala. Accedido el 30 de agosto de 2025. https://www.muniguate.com/blog/2021/04/15/juntos-logramos-mas-espacios-creativos-y-artisticos/

Municipalidad de Guatemala. «Memoria de Labores 2021». Consultada el 28 de marzo de 2025.

Municipalidad de Guatemala. «Memoria de Labores 2023: Dirección de Educación y Cultura». 2023. https://docs.muniguate.com/2024/memoria/arch/17_MLEDUCACIONYCULTURA2023.pdf

Pierce, Christopher. «¿Qué es el diseño gráfico? Historia y elementos básicos». Domestika, 2023. https://www.domestika.org/es/blog/10920-que-es-el-diseno-grafico-historia-y-elementos-basicos

«Reflexiones en torno al concepto de cultura». Cultura y sociedad. Universidad de Guanajuato. Recuperado el 29 de agosto de 2025. https://oa.ugto.mx/oa/oacg-0000003/2_concepto_de_cultura.html

«Tomo IV La Educación y la Cultura». México: Cámara de Diputados, LXII Legislatura; Instituto Nacional de Administración Pública, A.C., 2015. https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/11/5084/3.pdf

UNESCO. «Patrimonio Cultural Inmaterial». Acceso el 30 de agosto de 2025. https://www.unesco.org/es/intangible-cultural-heritage

Universidad de Palermo. «¿Por qué estudiar Diseño Gráfico?». Facultad de Diseño y Comunicación, 2025. https://www.palermo.edu/dyc/por-que-estudiar-diseno-grafico.html

Universidad Galileo. «¿Qué es Diseño Gráfico?». Facultad de Ciencias de la Comunicación, 2024. https://www.galileo.edu/facom/historias-de-exito/que-es-diseno-grafico/

Universidad Panamericana de Guatemala. «Premisas de Diseño II: Guía de Criterios y Tipos de Premisas». Studocu. https://www.studocu.com/gt/document/universidad-panamericana-guatemala/historia-del-diseno/premisas-de-diseno-ii-guia-de-criterios-y-tipos-de-premisas/134156066

Anexos



Anexos

Anexo 1: Instrumunento de autoevalidación

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A 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 a 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, mas específica es su referencia.					
7	**Estilización:** Muestra si se le da 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 tono de la campaña y acorde de la institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.					
	TOTAL					

Anexo 2:
Instrumunento de validación con expertos - Guión de preguntas

¿Cómo evalúan el uso del color en los bocetos digitales presentados?

¿Qué recomendaciones se brindan para mejorar la jerarquía visual de la información?

¿Qué elementos gráficos podrían reforzar la identidad visual de la campaña?

¿Qué observaciones se realizan sobre el manejo y legibilidad de la tipografía?

¿Qué sugerencias se proponen respecto al uso de las imágenes fotográficas?

Anexo 2:
Instrumunento de validación con la institución - Guión de preguntas

¿Las piezas gráficas presentadas comunican de forma clara la información sobre el Mapa en Relieve?

¿Consideran que los materiales son fáciles de entender para los visitantes dentro del espacio?

¿Las piezas mantienen coherencia con la identidad visual de la Municipalidad y del Mapa en Relieve?

¿Qué mejoras sugieren para fortalecer la experiencia del visitante a través de las piezas gráficas?

¿Los colores, tipografías e imágenes utilizados resultan atractivos y adecuados para el público objetivo?

¿Los elementos gráficos empleados facilitan la identificación del Mapa en Relieve como espacio cultural?

¿Consideran adecuada la ubicación y presencia del logotipo institucional y del Mapa en Relieve?

¿Las piezas logran captar la atención del público joven entre 15 y 20 años?

¿Qué recomendaciones harían para mejorar la legibilidad de los textos y la jerarquía de la información?

¿Qué ajustes proponen para que las piezas sean más funcionales dentro del recorrido del visitante?

Anexo 3:
Instrumunento de validación con el grupo objetivo - Guión de preguntas

¿Qué impresión general les generan las piezas finales de la campaña?

¿Las imágenes utilizadas llaman su atención y les transmiten la experiencia del Mapa en Relieve?

¿Consideran que la información presentada es clara y fácil de entender?

¿La tipografía utilizada facilita la lectura y resulta atractiva para ustedes?

¿Qué opinan sobre el uso de elementos gráficos tipo doodle dentro de las piezas?

¿El uso del cintillo gráfico aporta interés visual o consideran que podría resultar repetitivo?

¿Las piezas les despiertan interés por visitar el Mapa en Relieve? ¿Por qué?

¿El carrusel presentado logra explicar de forma clara qué ofrece el Mapa en Relieve?

¿Qué elementos del diseño les resultan más atractivos o llamativos?

¿Qué cambios o mejoras sugieren para que la campaña conecte mejor con jóvenes de su edad?

Lista de figuras



Figuras

Capitulo 2- Perfiles

Figura No. 1 - Post publicado en la pagina centro cultural muni Guate sobre la orquesta sinfónica de la escuela municipal de música. Pag 25

Figura No. 2 - Material impreso de un Cartel informativo de los cursos de la escuela de música municipal. Pag 25

Figura No. 3 - Post publicado en la pagina del mapa en relieve de Guatemala. Pag 26

Figura No. 4 - Post publicado en la pagina del mapa en relieve de Guatemala para promocionar la feria de Jocotenango Pag 26

Capitulo 5- Planificación operativa

Figura No. 5 - Captura de pantalla de las redes sociales del mapa en relieve, antecedentes gráficos para el diagnostico del concepto creativo , Polanco, Sara.(2025) Pag 57

Figura No. 6 - Referencias visuales para el diagnostico del concepto creativo de, Polanco, Sara. (2025) Pag 57

Figura No. 7 - Referencias visuales de diagramación para el diagnostico del concepto creativo de, Polanco, Sara.(2025) Pag 58

Figura No. 8 - Referencias visuales de paleta de color para el diagnostico del concepto creativo de, Polanco, Sara.(2025) Pag 58

Figura No. 9 - Referencias visuales de fotografia para el diagnostico del concepto creativo de, Polanco, Sara.(2025) Pag 59

Figura No. 10 - Premisa cromatica para el diagnostico del concepto creativo de, Polanco, Sara. (2025) Pag 63

Figura No. 11 - Premisa tipografica para el diagnostico del concepto creativo de, Polanco, Sara . (2025) Pag 64

Figura No. 12 - Premisa de ilustracion para el diagnostico del concepto creativo de, Polanco, Sara. (2025) Pag 64

Figura No. 13 - Referencia del formato, Polanco, Sara.(2025) Pag 65

Figura No. 14 - Referencia del fotografia, Polanco, Sara.(2025) Pag 65

Capitulo 6- Producción grafica

Figura No. 15 - Bocetaje manual propuesta 1, Polanco, Sara. (2025) Pag 69

Figura No. 16 - Bocetaje manual propuesta 2, Polanco, Sara. (2025) Pag 69

Figura No. 17 - Bocetaje manual propuesta 3, Polanco, Sara. (2025) Pag 70

Figura No. 18 - Bocetaje digital propuesta 1, Polanco, Sara. (2025) Pag 71

Figura No. 19 - Bocetaje digital propuesta 2, Polanco, Sara. (2025) Pag 71

Figura No. 20 - Bocetaje digital propuesta 3, Polanco, Sara. (2025) Pag 72

Figura No. 21, 22 y 23 - Bocetaje digital de un carrusell, Polanco, Sara. (2025) Pag 73

Figura No. 24 - Bocetaje digital propuesta 01, Polanco, Sara. (2025) Pag 74

Figura No. 25, 26 y 27 - Bocetaje digital de un carrusell, Polanco, Sara. (2025) Pag 75

Figura No. 28 - Previsualización del feed Polanco, Sara. (2025) Pag 76

Figura No. 29 - Previsualización, Polanco, Sara. (2025) Pag 77

Figura No. 30 - Previsualización, Polanco, Sara. (2025) Pag 78

Figura No. 31 - Previsualización, Polanco, Sara. (2025) Pag 79

Figura No. 32 - Previsualización, Polanco, Sara. (2025) Pag 80

Figura No. 33 - Previsualización, Polanco, Sara. (2025) Pag 81

Figura No. 34 - Previsualización, Polanco, Sara. (2025) Pag 82

Figura No. 35 - Previsualización, Polanco, Sara. (2025) Pag 83

Figura No. 36 - Previsualización, Polanco, Sara. (2025) Pag 84

Figura No. 37 - Previsualización, Polanco, Sara. (2025) Pag 85

Figura No. 38 - Previsualización, Polanco, Sara. (2025) Pag 86

Figura No. 39 - Previsualización, Polanco, Sara. (2025) Pag 87

Figura No. 40 - Representacion de el formato a utilizar, Polanco, Sara. (2025) Pag 88

Figura No. 41 - Representacion de el formato a utilizar, Polanco, Sara. (2025) Pag 88

Figura No. 42 - Representacion de el formato a utilizar, Polanco, Sara. (2025) Pag 88

Figura No. 43 - Representacion de la composición utilizar, Polanco, Sara. (2025) Pag 89

Figura No. 44 - Representacion de la paleta cromatica a utilizar, Polanco, Sara. (2025) Pag 89

Figura No. 45 - Representacion del codigo tipografico a utilizar, Polanco, Sara. (2025) Pag 90

Figura No. 46 - Representacion del codigo tipografico a utilizar, Polanco, Sara. (2025) Pag 90

Figura No. 47 - Representacion del codigo iconico visual a utilizar, Polanco, Sara. (2025) Pag 91

A G M O

PROFESIONAL EN CORRECCIÓN DE ESTILO

Guatemala, 14 de septiembre de 2026

Arquitecto
Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano
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 ***Diseño de estrategia de comunicación para fortalecer el valor cultural, educativo y turístico del mapa en relieve; Proyecto elaborado para la Municipalidad de Guatemala,*** de la estudiante ***Sara María Polanco González*** de la Facultad de Arquitectura, carné universitario ***número: 202000421,*** previamente a conferírsele el título de *Diseñadora Gráfica* en el grado académico de *Licenciada.*

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

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

M.Sc. Alan Gabriel Mogollón Ortiz
Colegiado No. 31632

M.Sc. Alan Gabriel Mogollón Ortiz
Colegiado No. 31632

USAC
TRICENTENARIA

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Diseño de estrategia de comunicación para fortalecer el valor cultural, educativo y turístico del Mapa en Relieve: Proyecto elaborado para la Municipalidad de Guatemala

Proyecto de Graduación desarrollado por:

Sara María Polanco González

Asesorado por:

M.A. Felipe Antonio López Vettorazzi
No. de colegiado G-354

MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte
No. de colegiado 4401

M.A. Carolina Aguilar
No. de colegiado G-61

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA