



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

ARQUITECTURA  
Diseño Gráfico



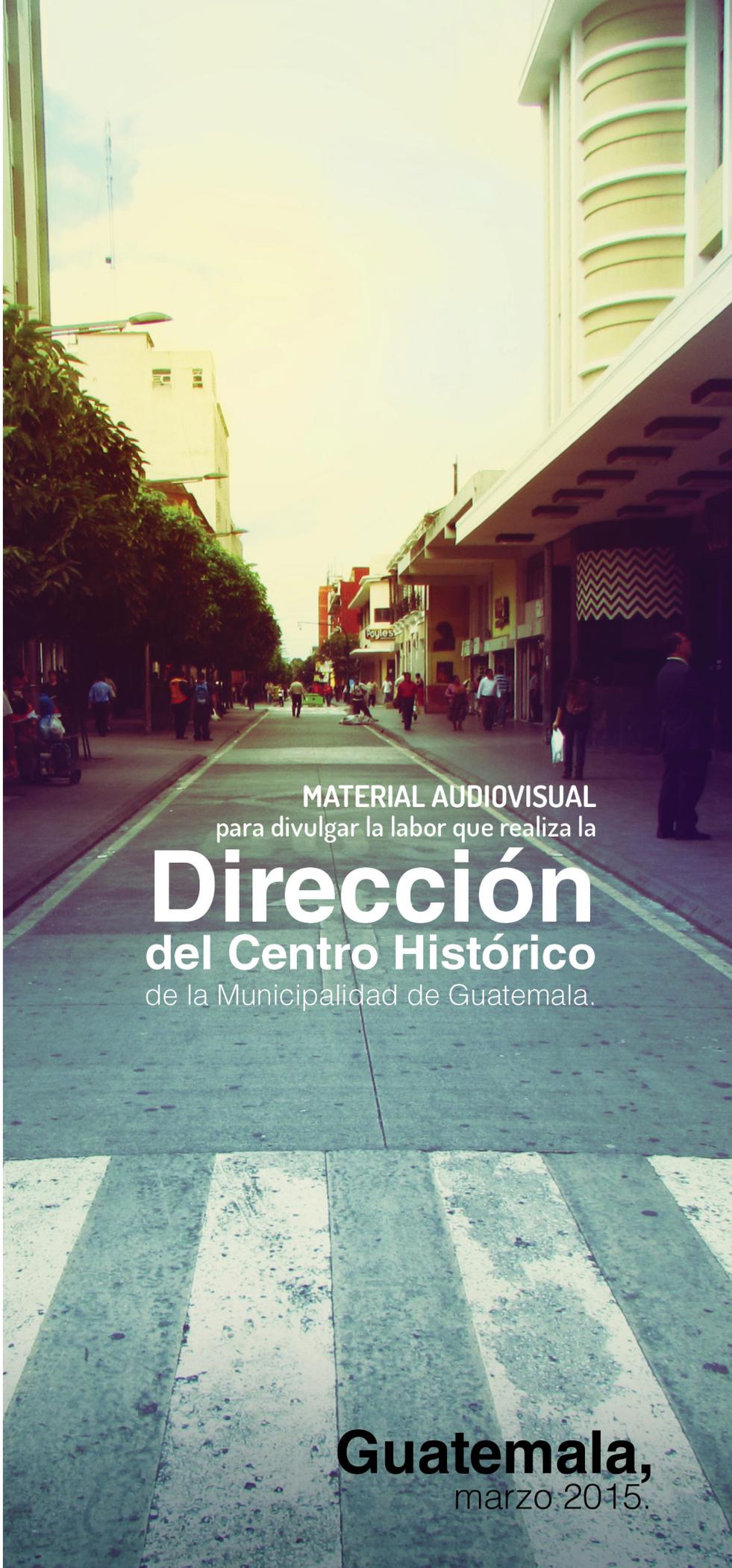
Universidad de San Carlos de  
Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico

Proyecto presentado por:

**Silvana Magdala  
Sierra Morataya**

Carné 2010 16492

Previamente a optar el título de  
Licenciatura en Diseño Gráfico  
con énfasis Informático Visual,  
especialidad Multimedia.



MATERIAL AUDIOVISUAL  
para divulgar la labor que realiza la

# Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala.

**Guatemala,**  
marzo 2015.





---

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

---

Proyecto desarrollado por  
Silvana Magdala Sierra Morataya  
para optar al título de  
Licenciada en Diseño Gráfico  
con énfasis Informático Visual,  
especialidad Multimedia.

**MATERIAL AUDIOVISUAL**  
para divulgar la labor que realiza la  
**Dirección**  
**del Centro Histórico**  
de la Municipalidad de Guatemala.  
**CIUDAD GUATEMALA**

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

**Guatemala,**  
marzo 2015.



# Nómina de autoridades

## JUNTA DIRECTIVA

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

DECANO

Arq. Gloria Ruth Lara Córdón de Corea

VOCAL I

Arq. Edgar Armando López Pazos

VOCAL II

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras

VOCAL III

Tec. D.G. Wilian Josué Pérez Sazo

VOCAL IV

Br. Carlos Alfredo Guzmán Lechuga

VOCAL V

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

SECRETARIO

## TRIBUNAL EXAMINADOR

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

DECANO

Lic. Lourdes Eugenia Pérez

ASESORA METODOLÓGICA

Lic. Francisco Javier Donis Guerrero

ASESOR TÉCNICO

Arq. Sharon Andrea Kohön Castillo

ASESORA ESPECIALISTA

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

SECRETARIO



MATERIAL AUDIOVISUAL  
para divulgar la labor que realiza la  
**Dirección**  
**del Centro Histórico**  
de la Municipalidad de Guatemala.

# Índice

Dedicatoria y agradecimientos	13
Presentación	14
Objetivos	15
General	15
Específicos	15

## 01 CAPÍTULO 1

Introducción 16

<b>1.1</b>	Antecedentes de la institución	19
<b>1.2</b>	Antecedentes de comunicación visual	21
<b>1.3</b>	Identificación del problema	24
<b>1.4</b>	Justificación	26
<b>1.4.1</b>	Magnitud	26
<b>1.4.2</b>	Trascendencia.	27
<b>1.4.3</b>	Vulnerabilidad	27
<b>1.4.4</b>	Factibilidad	27
<b>1.5</b>	Perfil de la institución	28
<b>1.6</b>	Perfil del grupo objetivo	31

## 02 CAPÍTULO 2

Marco teórico 33

<b>2.1</b>	Introducción	35
<b>2.2</b>	Dimensión Social	36
<b>2.2.1</b>	La labor de la municipalidad de guatemala y la dirección del Centro Histórico	36
<b>2.2.2</b>	Centro Histórico: antecedentes y actualidad	36
<b>2.2.3</b>	Desorden y deterioro de las calles de la ciudad de guatemala	37
<b>2.2.4</b>	Revitalización de espacios en el Centro Histórico	38
<b>2.2.5</b>	Recuperación de símbolos de la cultura, historia y sociedad	39
<b>2.2.6</b>	Una nueva oportunidad para la difusión de la cultura	39



<b>2.2.7</b>	Nuevos escenarios, fruto de la revitalización del Centro Histórico	40
<b>2.2.8</b>	La función social del diseño gráfico	41
<b>2.3</b>	Dimensión funcional	42
<b>2.3.1</b>	El diseño gráfico y su relevancia	42
<b>2.3.2</b>	Desing thinking	42
<b>2.3.3</b>	El diseño gráfico multimedia para apoyar a la institución en su labor social	43
<b>2.4</b>	Dimensión estética	45
<b>2.4.1</b>	Proceso creativo: preproducción, producción y postproducción	45
<b>2.4.2</b>	Tendencias de color, imagen y tipografía	46
<b>2.5</b>	Dimensión ética	46
<b>2.5.1</b>	El actuar del diseñador gráfico y su responsabilidad social	46
<b>2.6</b>	Conclusiones	47

# 03

## CAPÍTULO 3

Proceso creativo y producción gráfica 48

<b>3.1</b>	Retrato del Consumidor	51
<b>3.2</b>	6 W's	52
<b>3.3</b>	Mapa de empatía G.O. primario	54
<b>3.4</b>	Mapa de empatía G.O. secundario	56
<b>3.5</b>	Concepto Creativo	58
<b>3.5.1</b>	Insight	58
<b>3.5.2</b>	Concepto	58
<b>3.6</b>	Preproducción	59
<b>3.6.1</b>	Ficha técnica	59
<b>3.6.2</b>	Manifiesto	60
<b>3.6.3</b>	Escala	65
<b>3.6.4</b>	Casting entrevistados	67
<b>3.6.5</b>	Preguntas generadoras	68
<b>3.6.6</b>	Fotografía	70
<b>3.6.7</b>	Sonido	70
<b>3.6.8</b>	Locaciones	71
<b>3.6.9</b>	Producción	71



# 04 CAPÍTULO 4

Comprobación de la eficacia y propuesta gráfica final 72

<b>4.1</b>	Prevalidación con especialistas	75
4.1.1	Objetivo de la validación	75
4.1.2	Escenario y desarrollo de la sesión	75
4.1.3	Método: grupo de discusión	76
4.1.4	Instrumento	76
4.1.5	Perfil de los participantes	76
4.1.6	Conclusiones	76
4.1.7	Evidencia	77
<b>4.2</b>	Comprobación de la eficacia	77
4.2.1	Objetivo de la validación	77
4.2.2	Método: grupo de discusión	78
4.2.3	Instrumento	78
<b>4.3</b>	G.O. Primario	78
4.3.1	Escenario y desarrollo de la sesión	78
4.3.2	Perfil de los participantes	79
4.3.3	Moderador	79
4.3.4	Interpretación de resultados	79
4.3.5	Evidencia	80
<b>4.4</b>	G.O. Secundario	81
4.4.1	Escenario y desarrollo de la sesión	81
4.4.2	Perfil de los participantes	81
4.4.3	Moderador	81
4.4.4	Interpretación de resultados	82
4.4.5	Evidencia	83

# 05 CAPÍTULO 5

Propuesta gráfica final fundamentada 84

<b>5.1</b>	Aplicación del concepto creativo	87
5.1.1	Previsualización	88
<b>5.2</b>	Código lingüístico	90
<b>5.3</b>	Código cromático	91
<b>5.4</b>	Código tipográfico	92
<b>5.5</b>	Código icónico	93
<b>5.6</b>	Composición visual	94
<b>5.7</b>	Motion Graphics	96
<b>5.8</b>	Código auditivo	98

# 06 CAPÍTULO 6

Especificaciones técnicas y lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta 99

---

<b>6.1</b>	Especificaciones técnicas	101
<b>6.2</b>	Manual de uso	102
<b>6.2.1</b>	Medios	102
<b>6.2.2</b>	Usos sugeridos	102
<b>6.3</b>	Presupuesto	103

---

	Conclusiones	107
	Recomendaciones	108
	Lecciones aprendidas	109
	Referencias bibliográficas	110
	Glosario	112
	Anexos	114





# Dedicatoria y agradecimientos

A mis padres por su eterno apoyo y cariño y que con fe esperan un buen futuro para mi vida, y que han sabido guiarme hasta este punto y ayudarme a ser quien soy ahora. Por su confianza y su sabiduría de padres, por su esfuerzo y su ayuda incondicional.

A mis hermanos por su paciencia y consideración, por ser especiales y ser quienes son, y darme la oportunidad de aprender cosas nuevas de ustedes cada día.

A mis talentosas y buenas amigas, Waleska y Rocio, que conocen este duro camino y de quienes recibo su entera comprensión y tantos buenos momentos. Su enorme cariño y apoyo en los momentos en los que más lo necesitaba y que junto con sus familias me han brindado su ayuda incondicional. Y con quienes espero poder reunir más aventuras por muchos años más.

Agradezco a muchos amigos, amigas, conocidos y personas amables que

brindaron su tiempo y su paciencia para ayudarme en todo este proceso.

A la Dirección del Centro Histórico, por su apoyo, su disponibilidad, y por ser un lugar donde encontré muchas personas interesantes y amables de quienes he logrado aprender muchas cosas.

A mi amiga y consejera de muchos temas, Lorena, porque a pesar de tantas dificultades me demuestras cariño y agradecimiento y me has dado nuevas oportunidades y experiencias.

A Dios por ser la fuerza, la luz, la esperanza y el amor en todas las cosas. Por darme la oportunidad de llegar a este momento y tener a mi familia a mi lado. Porque ha sabido darnos a cada uno de nosotros todo lo que necesitamos para no rendirnos y seguir adelante hasta en los momentos más duros.

“EL AGRADECIMIENTO ES LA  
MEMORIA DEL CORAZÓN”

**LAO-TSÉ**

# Presentación

La historia del Centro Histórico inicia con una etapa en la que se le conoció como La Tacita de Plata: centro de prestigiosos comercios, buena vida social y una maravillosa infraestructura. El tiempo ocasionó que muchas personas de otros lugares vinieran a ocupar el Centro en actividades comerciales informales, más gente, hizo que hubiera más vehículos, más contaminación y desorden, que hizo que la gente se fuera a vivir a otros lados, dejando esta área abandonada. La Municipalidad de Guatemala inició un proceso de recuperación del Centro Histórico para lo que designó a la Dirección del Centro Histórico como la responsable de establecer un plan de Revitalización que ha logrado tener sus frutos.

El presente informe muestra los procesos de investigación, análisis, definición, conceptualización, producción, validación y resultado logrado, de acuerdo con las necesidades de esta institución y la propuesta gráfica audiovisual que se propuso a la Dirección del Centro Histórico, bajo el título de "Material audiovisual para divulgar la labor que realiza la Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala".

Este material se propone para dar a conocer a la Dirección del Centro Histórico, la cual constantemente se esfuerza en dar a conocer su plan para la revitalización del Centro Histórico a autoridades, otras instituciones, estudiantes, centros

culturales, organizadores de eventos, incluso visitantes, trabajadores y habitantes del Centro Histórico para impulsar su participación y apoyo en el trabajo y las diversas actividades que esta Dirección realiza.

Este proyecto de diseño gráfico multimedia que se plantea es un video institucional, a través de una etapa de investigación y análisis se definen las funciones de la institución en sus diferentes ejes de trabajo que se basan en el plan para la Revitalización del Centro Histórico. Se definen también a quienes irá dirigido el audiovisual, identificando dos grupos primordiales, el primero hace referencia a instituciones y posibles patrocinadores y el segundo a visitantes, habitantes y trabajadores del Centro Histórico. Al mismo tiempo se busca evidenciar a través de este audiovisual los cambios que se han logrado debido al esfuerzo de esta institución, crear una herramienta que sirva de apoyo a la identidad gráfica de la Dirección, y tener a disposición un recurso de gran impacto social.

Cabe resaltar que el objetivo final de este material audiovisual consiste en dar a conocer las acciones que la Dirección del Centro Histórico lleva a cabo para el mejoramiento del Centro Histórico, y sus esfuerzo por despertar en la sociedad un sentimiento de orgullo y que permita promover el conjunto de

valores del Centro Histórico dando a conocer las acciones municipales para su revitalización, la gestión y difusión del patrimonio cultural. Es de aquí de donde surge el concepto creativo que se aplica al material: Todos orgullosos de nuevo del Centro. El cual es un concepto que nace de la necesidad de demostrar el cambio logrado y de hacer que las personas se sientan pertenecientes a él.

Se pretende a través de su producción evidenciar visualmente un Centro Histórico vivo, con áreas recuperadas y espacios de convivencia, explicando a través de entrevistas como funciona esta institución en sus áreas de trabajo.

El material se somete a una validación que permita evidenciar su funcionalidad para con los grupos objetivos a los cuales se dirige el video, evaluando aspectos técnicos, de contenido, de estética, de comprensión, memorabilidad e identificación.

El resultado final es un video institucional que cumple una función informativa, evidencia resultados y cambios, incluye opiniones reales de la situación actual, se vuelve una herramienta de comunicación para la institución y un instrumento versátil para comunicar de manera gráfica su trabajo y por sobretodo promover un sentimiento de orgullo y de pertenencia hacia el Centro Histórico.

# Objetivos

## General

Asistir a la Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala en la divulgación de información sobre sus funciones y la labor que realiza para contribuir al plan de revitalización, recuperación y protección del Centro Histórico.

## Específicos

Desarrollar material audiovisual informativo para dar a conocer los principales objetivos y labores que realiza la Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala, de acuerdo con los ejes de trabajo que conforman el Plan para la revitalización del Centro Histórico.

Desarrollar un video institucional para contribuir a ampliar el material propio de la institución, sirviendo como presentación en eventos, diversas actividades y reuniones con posibles patrocinadores.

Documentar las mejoras que ha tenido el Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala a través de imágenes y testimonios de visitantes, habitantes y trabajadores de esta área.



TEATRO LUX

Zona 1, ciudad Guatemala.

Fotografía de: Silvana Sierra.



# **Introducción**

del proyecto

ANTECEDENTES

INSTITUCIÓN

COMUNICACIÓN VISUAL

PROBLEMA

MAGNITUD

TRASCENDENCIA

JUSTIFICACIÓN

VULNERABILIDAD

FACTIBILIDAD

PERFIL INSTITUCIÓN

PERFIL G.O.



# 1.0

## INTRODUCCIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

ANTECEDENTES

PERFIL

## 1.1 Antecedentes de la institución

En enero de 1990, la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos, propone el proyecto de cooperación interinstitucional dirigido al rescate del Centro Histórico, y en febrero del mismo año se conforma la comisión del Centro Histórico y se realiza el proyecto del portal del comercio, a partir de esas dos iniciativas es que se inicia una evolución que verá sus frutos más adelante. (Renacentro, 2000)

Posteriormente se da la creación del departamento del Centro Histórico dentro de la Estructura municipal así

como el Consejo Consultivo del Centro Histórico, que tiene su expresión más abierta en la suscripción del convenio marco: Municipalidad/ USAC denominado RENACENTRO, en agosto de 1992. (Renacentro, 2000)

Según el Reglamento de conservación del Centro Histórico (2000) El Departamento del Centro Histórico, es una dependencia de la Municipalidad de la Ciudad de Guatemala creada mediante Acuerdo del Consejo Municipal de fecha 10 de diciembre de 1992 y actúa como Unidad Ejecutora del RENACENTRO.

RENACENTRO, promueve el fortalecimiento interinstitucional, la reacción de un Marco Legal apropiado, la incorporación del Centro Histórico dentro de las políticas urbanas, realización de proyectos demostrativos y difusión, así surge la convocatoria para desarrollar un PLAN DE MANEJO INTEGRAL. El plan de manejo tiene su antecedente más inmediato, en el “Estudio de base y reconocimiento del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala”, realizado por la Dirección General de investigación de la Universidad de San Carlos (DIGI) a través de la facultad de Arquitectura, que viene a ser el diagnóstico de apoyo para la realización de este proyecto. (Renacentro, 2000)

Durante más de dos décadas de la suscripción del convenio marco de RenaCENTRO y la creación un poco más reciente de la actual Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala, se ha llevado a cabo lo siguiente:

- 1992 Se constituye RenaCENTRO y se diseña el logotipo respectivo, promoviendo una imagen corporativa del proyecto.
- 1998 Se realiza el primer Festival del Centro Histórico con el eslogan “Para que nuestro pasado tenga futuro” que se mantuvo hasta el año 2005.
- 2006 a 2013 Se establece una temática para cada edición anual del Festival del Centro Histórico, plan de comunicación, identidad gráfica y publicación de catálogo.
- Relaciones públicas y difusión de actividades del Centro Histórico.
- La actual identidad gráfica está basada en la imagen institucional de la Municipalidad de Guatemala. (Masaya, 2008)

# 1.2 Antecedentes de comunicación visual

Con el principal objetivo de comunicar las actividades de la Dirección del Centro Histórico y dar a conocer los avances en la revitalización del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala, se desarrollan las siguientes tareas:

- Elaboración y distribución de comunicados de prensa
- Publicación de información en el portal muniguate.com
- Convocatorias y difusión vía electrónica
- Elaboración de reseñas y rutas para visitas guiadas
- Elaboración de informes y diseño de presentaciones  
(Unidad de Comunicación y cultura, Dirección del Centro Histórico, 2011)

La mayoría de material gráfico que maneja la institución es material impreso o digital que se utiliza para dar a conocer eventos y actividades que se desarrollan en torno al plan de revitalización del Centro Histórico, los planes de conservación y recuperación del patrimonio tangible e intangible que conforma el Centro Histórico y los conjuntos históricos de la Ciudad de Guatemala y el fomento a la participación ciudadana y promoción de la cultura.



FIGURA 1. MATERIAL GRÁFICO

Fuente Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala, 2012



FIGURA 2. MATERIAL GRÁFICO

Fuente: Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala, 2012

Dicho material se elabora dentro de la institución o por parte de la dirección de comunicación social de la Municipalidad de Guatemala, en algunas ocasiones es realizado por voluntarios o apoyo externo y en determinadas actividades o materiales se contratan empresas externas para que lo lleven a cabo. Por tanto el material realizado por la Dirección de comunicación social se maneja según la imagen institucional de la Municipalidad de Guatemala. Y en el caso de contratación de empresas externas el diseño se maneja de manera libre según los requerimientos del institución.

Un ejemplo de material institucional que se maneja dentro de la Dirección del Centro Histórico es el material de voluntariado, que incluyen información sobre actividades en las que voluntarios pueden participar, o para convocar voluntarios para determinados eventos; también algunos materiales para la Casa Municipal de Jóvenes, algunos materiales para determinadas actividades en el Festival Navideño. Por lo general se maneja una línea muy simple, a una tinta, fondos blancos y encabezados institucionales, ya

que debido a la falta de recursos se imprimen dentro de la institución.

Otro tipo de material que la institución maneja es para eventos anuales como el festival del Centro Histórico, cuyo material impreso, web y audiovisual en su mayoría lo maneja una empresa de diseño externa a la institución. El concepto que maneja se basa en utilizar elementos característicos o icónicos del Centro Histórico y el arte y la cultura guatemalteca. Su objetivo es transmitir información sobre las actividades que se realizan y atraer a gente para que visite el Centro y participe en las actividades que se realizan para dar a conocer a artistas guatemaltecos y darle vida a espacios emblemáticos del Centro.

El material impreso consta de una diversidad de piezas que van desde invitaciones hasta mupis y afiches, de los cuales también se presentan en versiones digitales, y más artes para redes sociales y página web. En el caso de los recursos audiovisuales, son limitados, posee un video a manera de presentación del festival, se publica en redes sociales y Youtube. Es un video corto cuyo concepto se basa en recorrer el Centro y a la vez posee una



FIGURA 3. MATERIAL WEB

Fuente: Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala, 2013.

parte informativa sobre la actividad, se maneja con la misma línea gráfica del material impreso.

Los resultados obtenidos a través del festival son la Protección y difusión del patrimonio cultural, difusión de la cultura y las artes, fomento a la creación artística, generación de nuevos públicos, identificación y rescate de espacios públicos para presentación de programas artísticos culturales, como nuevos escenarios y puntos de encuentro y Participación de centros culturales del Centro Histórico. (Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala, 2012)

Además también se manejan videos tipo reportaje con entrevistas a los organizadores del evento. Se publican en Youtube y por lo general solo cuentan con un cintillo que no sigue la misma línea gráfica del Festival.

Otro material que maneja la institución es para la unidad técnica, que también es diseñada por una entidad externa. Es material impreso que va desde catálogos a afiches y artes para

pautas en revistas u otros medios. La línea gráfica suele ser de mejor calidad, un poco más sobria y maneja varios iconos según los barrios en que se encuentra dividido el Centro Histórico. Esto es para el Programa de recuperación integral de Barrios del Centro Histórico el cual cuenta con una serie de publicaciones de carácter multidisciplinario matizado con gráficas que revelan la riqueza del patrimonio contenido los barrios de la Ciudad.

En general la institución no cuenta con mucho material audiovisual debido a la limitada cantidad de recursos disponibles. La mayoría del material utiliza diseños simples y poco funcionales o que llamen la atención, aunque para la institución cumplen con su función de comunicar la información que quieren dar a conocer a la sociedad. Se evidencia que es necesario el manejo de material de mayor calidad, material audiovisual significaría innovación y llegar a un público más grande a través de redes sociales y medios digitales.

# 1.3 Identificación del problema

La Dirección del Centro Histórico es una entidad que se dedica al rescate del valor simbólico contenido en el Centro desde los aspectos urbano, económico, cultural, social como base de la identidad ciudadana. Todas las acciones que realiza como una dependencia de la Municipalidad de Guatemala, así mismo se distribuyen y son responsabilidad de las diferentes unidades en las que se conforma la dirección. Como resultado, la dirección desarrolla una gran cantidad de proyectos, actividades, acciones y trabajo que contribuyen al plan de desarrollo de la Ciudad y al plan de Revitalización del Centro Histórico.

Dichas actividades van desde la implementación y coordinación de normativas del Centro Histórico, asesorías, apoyo autorizaciones de construcción para vecinos, organización, desarrollo y logística de actividades culturales, coordinación de paseo de la Sexta y Jocotenango, hasta la gestión de voluntariados, funciona como enlace a otras instituciones y empresas y para la organización de recorridos por el Centro Histórico y mucho más.

Según la licenciada Lorena Rojas (2014), coordinadora de la unidad de comunicación, a pesar de la cantidad de funciones que la dirección cumple, su activismo también se ve limitado por la escasez de recursos humanos, financieros y técnicos, impidiéndose

así el desarrollo de más acciones a nivel de relaciones públicas, gestión y difusión. En el aspecto comunicacional la institución hace un mayor énfasis en el área de cultura, dejando aspectos propios de comunicación interna de la dirección a un lado.



FIGURA 4. IDENTIFICACIÓN DE ÁREAS EN DETERIORO

Fuente: Adaptado de "Avances en el proceso de Revitalización del Centro Histórico" Municipalidad de Guatemala, 2009

## CAPÍTULO 1

Por lo que se evidencia la necesidad de implementar una estrategia integral de comunicación que provea a la institución del material y recursos que constituyan su identidad.

La falta de líneas estratégicas comunicacionales ha provocado que la labor que realiza la dirección no sea reconocida por la sociedad y que la institución no cuente con el material necesario que represente su identidad corporativa. Así mismo la población no sabe a qué entidad acudir en ciertos temas relacionados al Centro Histórico. Por ello la institución ha

hecho sus intentos en la gestión para creación de material audiovisual que comunique la labor de cada una de las unidades de la Dirección del Centro Histórico, sin embargo se ha topado con limitaciones que han impedido su desarrollo.

Se considera necesario diseñar una estrategia de comunicación con el fin de dar a conocer las acciones del Plan Municipal para la Revitalización del Centro Histórico, fortalecer las relaciones públicas y mejorar la imagen del Centro de la Ciudad. (Dirección del Centro Histórico, 2014)

Actualmente la dirección recibe apoyo externo y patrocinio de empresas privadas para conseguir material de carácter comunicacional, así mismo recibe apoyo de la Dirección de comunicación Social para convocatorias y difusión, pero considera que es necesaria la implementación y desarrollo de material audiovisual con fines de comunicación institucional.

Diagnóstico Institucional  
Ver anexo 1, pág. 110



FIGURA 5. RECUPERACION DEL ESPACIO PUBLICO

Fuente: Adaptado de "Avances en el proceso de Revitalización del Centro Histórico" Municipalidad de Guatemala, 2009

# 1.4 Justificación

## 1.4.1 MAGNITUD

Según el cálculo hecho en el Informe General del Departamento y la Ciudad de Guatemala se distingue una corona de puntos densos alrededor de la zona 1 que denotan los bordes del Centro Histórico. La zona 1 está entre la media alta proporcional de población en los rangos de edad de 35 a 44 y 65 a más años de edad, pues presenta 6,078 entre 65 a más edad y 7,892 de 35 a 44 años. (Municipalidad de Guatemala, 2009). Se conoce como Centro Histórico al área declarada patrimonio de los guatemaltecos, delimitada entre la Avenida Elena y la 12 avenida y de la 1 a la 18 calle de la zona 1. (Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala, 2012).

Según el Informe poblacional de Guatemala (2010) tiene una afluencia de más de 3 millones de personas. Se ha convertido en un lugar de encuentro, en donde miles de personas acuden para hacer sus compras, paseos con amigos, negocios y entretenimiento.

Es bien sabido que el Centro Histórico se ha convertido en escenario de actividades culturales y presentación de artistas, así como centro de comercio y entretenimiento, por esta

misma razón, se ha visto la necesidad de regular y velar en mayor medida por la protección y cuidado del Centro Histórico y aún se encuentra en proceso de recuperación de espacios que el tiempo ha deteriorado. Con una extensión geográfica de más de dos kilómetros cuadrados y cientos de edificaciones y espacios la labor de protección, regulación y recuperación es ardua.

FIGURA 6. DELIMITACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO

Fuente: Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala, 2014



## 1.4.2 TRASCENDENCIA

Debido a que la institución se encuentra limitada en recursos de diferentes índoles, la capacidad que tiene para desarrollar material de comunicación es mínima por lo cual evidencia la necesidad de buscar apoyo externo para eso. Esta limitada cantidad de material para dar a conocer la labor que realiza la

institución por lo general se maneja de manera interna ocasionando que su grupo objetivo no reconozca las funciones de la entidad y por lo general las personas no logran diferenciar las diversas actividades y acciones que se realizan a diario en el Centro Histórico. De igual manera no se reconoce a la Dirección del Centro

Histórico como la entidad encargada y responsable de asesorar e informar a los vecinos, propietarios y público en general sobre temas correspondientes al área.

## 1.4.3 VULNERABILIDAD

El plan para la revitalización del Centro Histórico contempla con gran importancia la participación ciudadana, el apoyo de empresas, el patrocinio, voluntariados y el seguimiento y cumplimiento del reglamento del Centro Histórico como factores importantes para lograr la recuperación y orden de dicho espacio. Pero para que eso suceda y la Dirección necesita magnificar ese apoyo dándole a conocer a la gente

la labor que realiza y cómo muchas de los logros que se observan ya son gracias a su trabajo.

La limitación de recursos y la falta de concentración en la comunicación de esta institución mantienen al mismo tiempo limitado el acceso a recursos y la falta de reconocimiento en la sociedad, todo esto hace que el proceso y la sistematización de los proyectos que la dirección plantea se

desarrollan con más lentitud. Es por ello que a un nivel comunicacional la producción e intervención del diseño gráfico resulta ser de gran utilidad no solo para su desarrollo interno sino para generar un mayor impacto en el desarrollo de sus funciones y los resultados obtenidos. Así mismo la realización de material audiovisual no solo resulta innovador sino también significa que puede tener un mayor impacto y alcance.

## 1.4.4 FACTIBILIDAD

La Dirección del Centro Histórico está consciente de las limitaciones que tiene y siempre está en busca de apoyo externo para llevar a cabo proyectos y adquirir material de utilidad, es por ello que se encuentra en toda la disponibilidad de apoyar un proyecto de diseño gráfico, dando la

información pertinentes y los recursos necesarios. Además considera que el apoyo para la elaboración de material audiovisual es menos frecuente y que en este caso se busca gestionar material para el apoyo de estrategias de comunicación de la institución.

# 1.5 Perfil de la institución



## DATOS

### Dirección

Casa Ibargüen, 7a. Avenida 11-66  
Zona 1, Centro Histórico, Guatemala.

### Teléfonos

22858950 al 52

### Correo electrónico de contacto

lrojas@municipiate.com

### Dependencia administrativa

Dirección del Centro Histórico

### Director de la Institución

Ricardo Rodríguez

## NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN

Dirección del Centro Histórico de la  
Municipalidad de Guatemala

## SECTOR SOCIAL

La Dirección del Centro Histórico que se encarga de regular las actividades culturales, deportivas y sociales así como el manejo del marco regulatorio y revitalización del Centro Histórico.

## VISIÓN

Un Centro Histórico revitalizado, en donde su patrimonio cultural es punto de identidad de la ciudad. Un Centro Histórico ideal para vivir, con espacios públicos recuperados, con servicios y equipamientos que garantizan una alta calidad de vida.

## MISIÓN

La ejecución integral y holística del plan de revitalización del Centro Histórico para formar un lugar de todos.

## LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- Patrimonio cultural
- Movilidad urbana
- Espacio público
- Usos de suelo y vivienda
- Participación ciudadana
- Sostenibilidad

## ACTIVIDADES A LAS QUE SE DEDICA

- Desarrollar el Plan Municipal para la Revitalización del Centro Histórico en los Ejes: Patrimonio Cultural, Movilidad Urbana, Espacio Público, Medio Ambiente, Vivienda y Usos de Suelo, Formación y Cultura, Reactivación Económica.
- Velar por el cumplimiento de la normativa para la protección del Centro Histórico.
- Delimitar el área del Centro Histórico, con base en criterios históricos, culturales y sociales.

## PROPÓSITO SOCIAL

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de quienes viven, trabajan y visitan el Centro Histórico de la ciudad de Guatemala.

## FUNCIONES

- Conservación y recuperación del patrimonio tangible e intangible que conforma el Centro Histórico y los conjuntos históricos de la Ciudad de Guatemala.
- Rescate del valor simbólico contenido en el Centro desde los aspectos urbano, económico, cultural, social como base de la identidad ciudadana.
- Creación de un Plan de Revitalización del Centro Histórico, que sirva de guía para los programas, proyectos y acciones que se realicen en el área.
- Gestión de financiamiento para la realización de proyectos y el fortalecimiento institucional.
- Fomento en la participación ciudadana a través de los Comités Únicos de Barrio.
- Velar por el cumplimiento de las disposiciones del marco legal.
- Creación, puesta en marcha y evaluación de proyectos encaminados a la revitalización integral del Centro, basados en los ejes estructurales definidos para este propósito.
- Accionamiento de proyectos estratégicos que cumplan con la visión y objetivos generales del plan de desarrollo de la Ciudad.
- Generar la inversión público-privada, en modelos demostrativos enmarcados en la valoración patrimonial.
- Creación de un programa de sostenibilidad económica y social.
- Propiciar la cooperación con organismos internacionales para la ejecución de proyectos enmarcados como parte del plan de revitalización.
- Promover acciones que integren el Plan Municipal para la Revitalización del Centro Histórico.
- Coordinación interinstitucional dirigida a velar por la coherencia en las acciones de rescate, preservación y desarrollo del Centro Histórico.
- Encargado de la Coordinación del Paso de la Sexta y Jocotenango.

FIGURA 7. MANEJO DE LOGOTIPO Y ESLOGAN

Fuente: Dirección de Comunicación Social, Municipalidad de Guatemala, 2012



## SERVICIOS

- Actividades de servicio comunitario y voluntariado en el Centro Histórico.
- Asesorías en: trabajos menores, para aplicación de pintura, intervenciones en inmuebles patrimoniales, autorizaciones de rótulos, mantas y pendones e instalación de toldos.
- Atención a denuncias de vecinos por contaminación auditiva y visual.
- Autorización para la utilización de espacios públicos en el Centro Histórico.
- Certificación para estacionamientos, hidrolavado de calles, avenidas, plazas y otros espacios públicos.
- Recorridos guiados por el Centro Histórico.
- Trámites de construcción, remodelaciones, ampliaciones y otros.

## ORGANIZACIÓN

- Dirección.
- Administración.
- Coordinadores de Unidad.
- Equipo técnico, administrativo y operativo.

## DEPARTAMENTOS

- Unidad Administrativa
- Unidad de Planificación y Creatividad
- Unidad Técnica
- Unidad del Paseo de la Sexta (Espacio Público)
- Unidad de Comunicación y Cultura
- Unidad Jurídica
- Unidad de Investigación
- Unidad de Convivencia Ciudadana.

## BASE ESTRATÉGICA

- Plan Municipal para la Revitalización del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala.
- Legislación para la protección y conservación del Centro Histórico y los Conjuntos Históricos.

## INSTITUCIONES QUE APOYAN

Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad de Guatemala, para convocatorias y difusión.

Para el desarrollo de eventos especiales se ha contado con patrocinio de empresas privadas, así como cobertura y pauta en medios de comunicación.



Trabajando para tener una ciudad limpia y verde.



Taller de herrería para trabajadores municipales



Ballet Municipal  
en tu barrio  
para que asistas  
con tu familia



FIGURA 8. MANEJO DE MATERIAL GRÁFICO

Fuente: Dirección de Comunicación Social, Municipalidad de Guatemala, 2012

# 1.6 Perfil del grupo objetivo

## GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

### Características sociodemográficas

- Área demográfica: Centro Histórico, Zona 1, Ciudad Guatemala
- Edad: 20 -40 años
- Género: femenino y masculino.
- Nivel de escolaridad: con o sin educación escolar
- Profesión / función: trabajadores, comerciantes, vecinos, visitantes, propietarios de inmuebles, propietarios de establecimientos abiertos al público.
- Religión: Cristianos
- Idioma: Español y/o inglés.

### Características socio económicas

- Estatus socioeconómico: Medio bajo (C2), Bajo (D)

### Características psicográficas

- Personalidad: les gusta pasear, ver televisión, visitar amigos, leer el periódico y revistas. Son personas activas, sociables, atentas a temas sociales y de economía. Se

mantienen ocupadas en trabajo o actividades de entretenimiento.

- Estilo de vida: Por lo general tiene familia de 3 a más integrantes, habitan casa modestas y confortables, poseen muebles y electrodomésticos tales como: radio, televisión, refrigeradora, estufa y otros. Tienen 1 persona de servicio doméstico o no tienen. Poseen un vehículo de modelos no necesariamente recientes o se movilizan a pie o transporte público. Sus hijos se educan en colegios o escuelas y universidades del país. Viajan regularmente dentro del país. Tienen acceso a computadoras, internet y smartphones.
- Sistema de valores: sociable, responsable, optimista, solidario, innovador.

### Relación entre el grupo objetivo con la institución

Por lo general el encuentro directo entre la institución y el grupo objetivo es ocasional y limitado. La comunicación con vecinos, propietarios de inmuebles y comerciantes se da por medio de visitas periódicas, medios impresos y electrónicos y llamadas telefónicas, sin embargo suele ser

insuficiente ya que la información no llega a todas las personas debido a la densidad del grupo al cuál atiende la institución y el desconocimiento por parte de la población de información de contacto sobre la entidad encargada de tratar los temas que le concierne a este grupo de personas.

## GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

### Características sociodemográficas

- Área demográfica: Ciudad Guatemala
- Edad: 25 - 45 años
- Género: femenino y masculino.
- Nivel de escolaridad: Primaria, Secundaria, Diversificado
- Profesión / función: Trabaja en Instituciones culturales y educativas, públicas y privadas.
- Idioma: Español y/o inglés.

### Características socio económicas

- Estatus socioeconómico: Medio alto (C1) y medio bajo (C2)

### Características psicográficas

- Personalidad: les gusta ir al cine, leer libros, escuchar radio, hacer deportes, pasar tiempo con amigos, leer el periódico, van a museos, exhibiciones, eventos culturales, musicales y artísticos. Son personas sociables, modernas, adaptadas, atentas a la tecnología, arte, cultura, economía y temas sociales.

- Estilo de vida: Dedicar mucho tiempo al trabajo social, eventos culturales, artísticos, exhibiciones, etc. Creer en la importancia de la educación de la cultura, reconocimiento y valorización de la cultura y arte guatemalteco.
- Sistema de valores: responsabilidad, optimismo, solidaridad, innovación, humanitarismo, consideración, cultural.

### Relación entre el grupo objetivo con la institución

Las instituciones educativas piden apoyo a la Dirección para realización de visitas guiadas, eventos y exposiciones de alumnos. De igual manera las instituciones que tienen un enfoque cultural o artístico suelen dar apoyo a la Dirección en la realización de eventos, con espacios, recursos, material, fondos, apoyo logístico, etc.

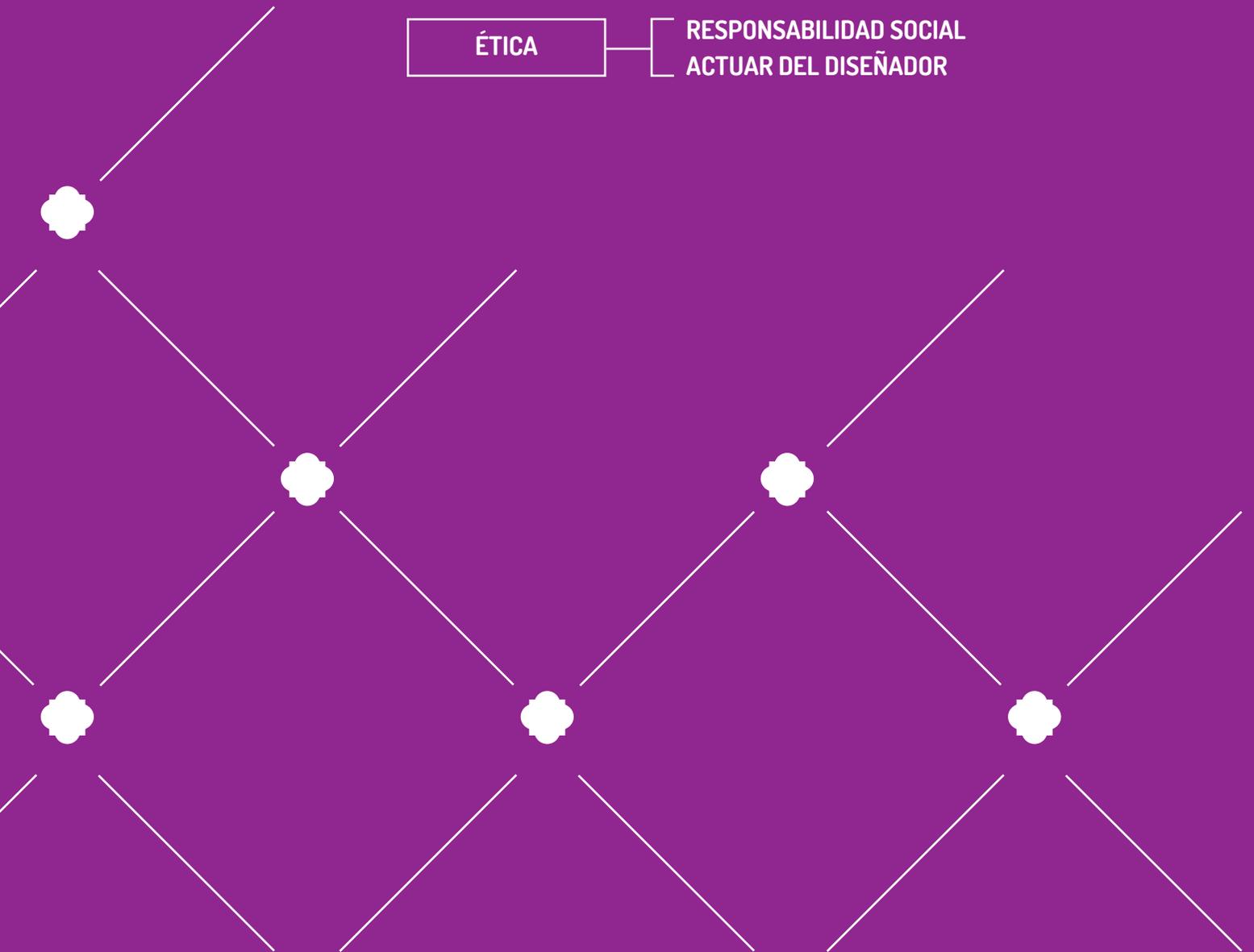
TEMPLO LA MERCED

Zona 1, ciudad Guatemala.

Fotografía de: Silvana Sierra.



**Marco**  
teórico



# 2.0

## MARCO TEÓRICO

CONTEXTO DEL PROBLEMA Y LA SOLUCIÓN,  
DESARROLLADO A TRAVÉS DE 4 DIMENSIONES.

## 2.1 Introducción al marco teórico

El deseo de una sociedad es construir una ciudad en constante progreso, muchas de las ciudades actuales en el mundo se caracterizan por tener un punto importante en su geografía, tratándose de un lugar de encuentro, de gran contenido histórico y cultural, un centro de la economía o la política del país. Un ejemplo de tal idea es el Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala, que ha pasado por una serie de cambios y sucesos que la llevaron, de ser una ciudad entera llena de prestigio y lugar de preferencia para paseos, a ser uno de los lugares más descuidados de la ciudad, atestada de delincuencia, edificaciones en mal estado y elementos olvidados y mal utilizados.

Esta situación crítica llena de caos impulso la creación de la Dirección del

Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala que estableció un plan para la revitalización del Centro Histórico que propone ejes entorno a los aspectos más importantes del Centro. Por tanto en el presente contenido se desdobra esta problemática, el objeto al cual afecta, así como la entidad responsable de solucionar esta situación, la propuesta que da y el impacto que ha tenido en la sociedad.

También se expone de donde surge la necesidad de comunicación, dando así mismo una solución de diseño gráfico, en el ámbito multimedia, con la propuesta funcional de un video institucional.

El objetivo final de este texto es dar a conocer la importancia que tienen las acciones que se han

establecido para permitir y regular la recuperación, revitalización y conservación del Centro Histórico, y a través de las cuales se ha obtenido grandes avances y resultados que buscan mejorar la calidad de vida de la sociedad guatemalteca. Se busca promover el apoyo, participación, patrocinio y aceptación de dichas medidas, así como el reconocimiento de la institución responsable de tales cambios, expresando así la necesidad de material de comunicación gráfica que divulguen esta labor.

## 2.2 Dimensión social

### 2.2.1 LA LABOR DE LA MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA Y LA DIRECCIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO

La Municipalidad es el ente del Estado responsable del gobierno del municipio, es una institución autónoma, es decir, no depende del gobierno central. Se encarga de realizar y administrar los servicios que necesitan una ciudad o un pueblo. (Municipalidad de Guatemala, 2014)

Su esfuerzo se extiende a cumplir con una función primordial, la de mejorar la calidad de vida de los habitantes. Eso a través de medidas y servicios relacionados a planificación, control, evaluación de desarrollo y crecimiento, limpieza, mantenimiento de espacios,

infraestructura vial y otros aspectos sociales.

De acuerdo a la descripción que da la Municipalidad de Guatemala (2014), la Dirección del Centro Histórico es la Dirección que se encarga de regular las actividades culturales, deportivas y sociales así como el manejo del marco regulatorio y revitalización del Centro Histórico.

Como una de las divisiones de la Municipalidad, la Dirección del Centro Histórico se ha planteado una serie de acciones que realiza con el objetivo

último de mejorar y recuperar elementos de nuestra identidad guatemalteca. Es por ello que esta dirección delimita el área del Centro Histórico con base en criterios sociales, históricos y culturales para desarrollar el Plan Municipal de Revitalización del Centro Histórico en base a sus ejes de: Patrimonio Cultural, Movilidad Urbana, Espacio Público, Medio Ambiente, Vivienda y Usos de Suelo, Formación y Cultura, Reactivación Económica. Para ello también debe velar por el cumplimiento de normativas y reglamentos que protegen el Centro Histórico en sus diferentes aspectos.

### 2.2.2 CENTRO HISTÓRICO: ANTECEDENTES Y ACTUALIDAD

Al hablar del Centro se puede hablar de un lugar que en su mejor tiempo fue un escenario exclusivo para paseos, comercios prestigiosos y eventos históricos. Cada uno de sus espacios cuidadosamente planeados y construidos con un propósito especial. Sin embargo, con el tiempo estas construcciones antiguas son destruidas y nuevas ocupan su lugar mientras otras se convierten en elementos de gran valor histórico.

Según Alvarado (2011) la Ciudad de Guatemala tiene una historia peculiar. Le tocó nacer como urbe neoclásica, cuando la mayoría de sus hermanas hispanoamericanas ya eran bicentenarias. A la vez, continuó cargando con su herencia barroca, en tierras que se emanciparían de España sólo nominalmente, casi medio siglo más tarde. Incluso se manifiesta aún renacentista, en el trazo de su casco urbano. Ese primer conjunto de

solares y edificios no era originalmente el Centro de la ciudad; era la ciudad misma. Y así se mantuvo durante más de un siglo.

Un crecimiento desordenado y el aumento del comercio informal llenaron las aceras de ventas y de letreros las calles, esto hizo que recorrer vías importantes de la ciudad fuera difícil tanto a pie como en automóvil. La falta de regulación

urbana convirtió la ciudad entera en el centro del comercio informal, además, ser un foco de violencia y delincuencia provocó que las personas tuvieran cada vez más miedo de acercarse al centro.

Con muchos esfuerzos y tiempo, según Tasso, la ciudad de Guatemala se ha convertido en la capital económica, cultural y política de la República de Guatemala. Se necesitó de una reestructuración, reubicación de vendedores, mejoras en seguridad, limpieza, espacios peatonales, sistemas de señalización, espacios

de entretenimiento, mantenimiento de edificaciones y la recuperación de muchos elementos dañados o abandonados.

Actualmente el Centro Histórico ofrece una gran variedad de restaurantes, hoteles, tiendas, museos, casas de cultura, galerías de arte, instalaciones deportivas, mejores medios de transporte, etc. por lo que se ha convertido en un punto de concurrencia de miles de personas.

### 2.2.3 DESORDEN Y DETERIORO DE LAS CALLES DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

La vida de los guatemaltecos se basa en días rutinarios a un ritmo rápido, yendo y viniendo por las calles. Por las mañanas es normal ver estudiantes, mientras que al medio día los empleados invaden las aceras, así como una gran diversidad de ventas de comida y comercios. También es recurrente ver personas con sus disfraces de payaso, o con diversos trabajos ingeniosos en las calles, se reciben infinidad de volantes donde anuncian desde préstamos hasta venta de ropa usada. Es normal escuchar a la gente vociferando entre el ruido de las bocinas de los autos, mientras cientos se mueven a pie. Terminando todo en una especie de caos que

aumenta o disminuye conforme el día va pasando.

Una ciudad es ciudad en cuanto se puede vivir en ella, en tanto que no se pueda, simplemente se presenta como un conglomerado gris. (Urbanística - Taller de Espacio Público, Municipalidad de Guatemala, 2011)

Este caos rutinario se debe a una desorganización de los elementos que conforman la sociedad entera. La falta de regulación o la mala aplicación de normativas en aspectos de tránsito, publicidad, comercio, espacios públicos, espacios de expresión artística y cultural y ocasionan que

el accionar de cada persona que se moviliza por el Centro se entremezcle en una atmósfera de desorden y confusión.

Añadido a esto se da el descuido de la infraestructura arquitectónica de la ciudad, tanto de calles como de edificios y casas que se van deteriorando con el tiempo y el poco mantenimiento que se les da, así como el mal cuidado al colocarles publicidad, letreros y objetos que arruinan las fachadas, incluso el vandalismo que daña las paredes.

## 2.2.4 REVITALIZACIÓN DE ESPACIOS EN EL CENTRO HISTÓRICO

De acuerdo al Concejo Municipal de la Ciudad de Guatemala celebrado en el año 2003, se define revitalización como el proceso propuesto para la recuperación del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala, que promueve la protección del patrimonio tangible e intangible, la recuperación del ambiente urbano, físico y social y la dinamización de la economía, para mejorar en forma integral, la calidad de vida de los vecinos y usuarios del Centro Histórico.

Bajo este concepto se considera que la traza urbana del Centro Histórico debe

ser respetada y conservada, se trata de una revalorización arquitectónica, urbanística e histórica, que permita ver el potencial que tiene y que puede ser aprovechado por los habitantes y usuarios para satisfacer sus necesidades e intereses.

La revitalización consiste en consolidar un mejor ambiente, de carácter propio, seguro, limpio y bien conservado que permita vivir, trabajar, tener acceso a servicios especializados y gozar de posibilidades para el desarrollo cultural y el esparcimiento. Se debe a un conjunto de acciones realizadas a

través de la inversión público/privada que permita la realización de proyectos en pro de la revitalización.

Tal proceso de revitalización del Centro Histórico de la Ciudad Guatemala ha sido un proceso lento, de cuidadosa planificación, que ha generado un cambio en la mentalidad de las personas, en especial de aquellas que en principio se mostraron renuentes al cambio y poco a poco los mismos propietarios han invertido para la remodelación de edificios y negocios.

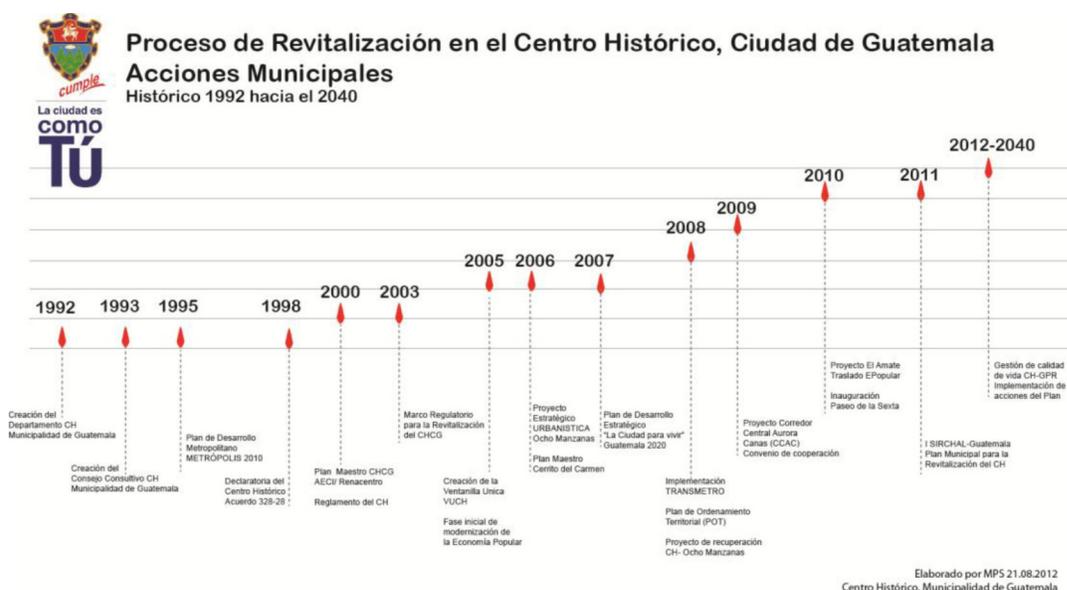


FIGURA 9. PROCESO DEL PLAN DE REVITALIZACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO DESDE SU CONCEPCIÓN EN 1992 HASTA SUS ETAPAS FUTURAS DE 2012-2040.

Fuente: Adaptado de "Proceso de Revitalización del Centro Histórico". I. Municipalidad de Guatemala. Dirección del Centro Histórico, 2014, PRCH.1.08.14, p.2.

## 2.2.5 RECUPERACIÓN DE SÍMBOLOS DE LA CULTURA, HISTORIA Y SOCIEDAD

La revitalización contempla la recuperación de espacios y elementos que son símbolos de la cultura, identidad e historia de una sociedad. Como se habla anteriormente muchos de estos elementos en el Centro Histórico se han deteriorado, destruido, descuidado o abandonado debido al poco o nulo apoyo de los habitantes, visitantes y autoridades encargadas.

Espacios urbanos como el Centro Histórico no solo es patrimonio que representa un momento importante para la sociedad, sino que posee una utilidad, se transforma en un escenario que convierte el vivir diario de los

habitantes como parte de su identidad guatemalteca. Sus elementos constitutivos adquieren valor gracias a su pasado y por su condición de centralidad se convierten en un punto focal de la ciudad. Por ello el Centro Histórico posee un carácter simbólico que obtiene a través de su historia, pero la recuperación de estos espacios no solo consiste en su valorización histórica sino en analizar su valor funcional y su desarrollo económico y social.

Según Barreda (2011) en las plazas se ha desarrollado una serie de cambios y alteraciones, siendo de

interés realizar una valoración de estos sitios, específicamente en el Centro Histórico, en donde se analiza su valor funcional, social, tecnológico, histórico y ecológico. Es por ello que el rescate de los Centros Históricos en Latinoamérica propone la valoración del patrimonio cultural heredado, pero también los factores de desarrollo económico y social, convirtiendo dichos espacios en lugares dignos para admirar, residir, trabajar, comprar y porque no, en escenario de manifestaciones culturales y artísticas.

## 2.2.6 UNA NUEVA OPORTUNIDAD PARA LA DIFUSIÓN DE LA CULTURA

El Centro Histórico de la ciudad de Guatemala, como muchos centros de igual naturaleza en otras ciudades del mundo, constituye un enorme tesoro cultural. Visto a través del prisma de la historia, se nos muestra en sus diversas etapas de desarrollo, tanto en el aspecto arquitectónico, como en variopintas facetas de cultura en sus distintas manifestaciones, de área de evolución social y económica, y de centro neurológico que ha conceptualizado, promovido y dirigido la acción del Estado en el desarrollo nacional y que irradia hacia las

diferentes regiones del país. (Gálvez Barrios, 2012)

Así como se menciona anteriormente, la Municipalidad de Guatemala ha hecho un gran esfuerzo a través de la Dirección del Centro Histórico establecer un estado de conservación y revitalización del Centro Histórico; no solo para recuperar parte del patrimonio histórico y cultural perdido a través del tiempo, sino también para crear nuevos ambientes abiertos a la expresión cultural y artística y darle relevancia.

Los recientes cambios implementados por esta institución así como otras han ayudado a crear estos espacios que permiten el encuentro y el acercamiento ciudadano. Cabe resaltar que la recuperación de la cultura también obedece a cuánto pueda difundirse entre los habitantes, trabajadores y visitantes de este espacio, la necesidad de reformar sus costumbres y actitudes, ya que de ellos depende el utilizar estos recursos de manera adecuada y con el propósito de mejorar la sociedad.

Difundir la cultura es un proceso que lleva tiempo, que requiere de medios y recursos, que busca apoyo y compromiso. La oportunidad se está dando, cientos de artistas tienen ahora un nuevo escenario en el Centro Histórico, donde asimismo se da una

serie de eventos que promueven la cultura guatemalteca mediante un sistema ordenado, que permite una buena organización, registro y evolución de este proceso.

## 2.2.7 NUEVOS ESCENARIOS, FRUTO DE LA REVITALIZACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO

Gálvez Barrios (2012) explica como un cúmulo de actividades durante años ha contribuido al desarrollo del Centro Histórico donde se han establecido recientemente negocios, restaurantes, cafés, centros de ventas e intercambio, que atraen a la población para esparcimiento y entretenimiento. En este nuevo ambiente, la expresión cultural debe también ser parte integrante de la agenda de renovación porque un pueblo culto es un pueblo libre.

Una ciudad debe estar apta para mejorar y enriquecer la vida de sus habitantes a través de ambientes que permitan mejores alternativas para vivir, trabajar, acceso a educación, mejores opciones de transporte, alternativas culturales y de entretenimiento. Para conseguir estos nuevos escenarios de vida y sociedad es necesario el esfuerzo y voluntad de los ciudadanos. Se necesita de personas interesadas en la revitalización del Centro Histórico, que estén conscientes de que su

participación es esencial para el cambio y la generación de nuevas oportunidades.

Es esto lo que la Dirección del Centro Histórico busca a través de su trabajo, y es de donde surge la necesidad de presentarse ante la sociedad, ofrecerle esas premisas de cambio y recuperación y promover así el plan de revitalización del Centro. Actualmente aún existe gente renuente a confiar en el trabajo de esta institución por creer que son solo apariencias, pero los avances que ha tenido este casco urbano demuestran su funcionalidad y un mejor desarrollo que ayuda a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

## 2.2.8 LA FUNCIÓN SOCIAL DEL DISEÑO GRÁFICO

Una de las afirmaciones más comunes y con menos asidero real es la que dice que diseño tiene una función social que cumplir, una suerte de destino o misión: mejorar la vida de la gente. (...) todo objeto diseñado, aunque sus destinatarios directos sean muy pocos, cumple funciones sociales, repercute e influye socialmente. (Belluccia, 2007)

El diseño es un medio que permite a la sociedad cierto grado de progreso, porque su función primordial es informar, ofrecer ideas y persuadir de alguna acción en base a un mensaje racional, planificado, que no es al azar ni sobre gustos espontáneos. Se enmarca en una sociedad más inteligente, más evolucionada que se vale de otros medios y elementos representativos para la sociedad como la tecnología, la cultura, la historia, las emociones, las ideas y el valor de la comunicación.

De acuerdo a Bellucci (2007) no existe la entidad llamada "el diseño" que indique a sus miembros cuáles son los fines sociales a los que deben adherir. El diseñar es una práctica que carece de autonomía, que no tiene objetivos propios, por lo tanto es imposible que pueda tener una lista de principios éticos que indique qué trabajos merecen la aprobación y cuáles no, según sus fines sociales.

Dicho de otra forma la función social de un diseño obedece al objetivo social que plantea un cliente, el cuál se necesita cumplir a través de medios de diseño. Y tal es el caso de la Dirección del Centro Histórico cuyo objetivo es crear espacios que permitan difundir la cultura y recuperar elementos de valor histórico, arquitectónico y de identidad. Además se habla de que la labor que realiza esta institución ya posee un fin útil y positivo para la sociedad, no persigue objetivos

comerciales ni lucrativos, se trata de proyectos destinados a mejorar la calidad de vida de las personas, en cuanto a viviendas, espacios de expresión y entretenimiento, actividades económicas, políticas y sociales, que al final concurren en una gran trascendencia en el desarrollo y progreso de la sociedad Guatemalteca. Razón por la cual se hace necesario comunicar a su grupo objetivo, sus avances, objetivos y fines, a fin de lograr reconocimiento, apoyo y participación.

## 2.3 Dimensión funcional

### 2.3.1 EL DISEÑO GRÁFICO Y SU RELEVANCIA

El diseño se ha convertido en una parte indisoluble de la sociedad contemporánea, cobrando mucha relevancia en el campo de la comunicación y moviéndose entre la realidad, la ficción y la ética. Desde señalética de tránsito hasta vallas publicitarias, pasando por el cine y libros, el diseño ya está incorporado a la vida de las personas.

Es importante resaltar el hecho de que el diseño gráfico no se trata

de aspectos técnicos sino de cómo responder a los retos que plantean los clientes y como es necesario canalizar las ideas para obtener buenos resultados. Se mantiene en una búsqueda incesante de diferenciación, innovación y soluciones que rebasen lo tradicional, introduciendo movimiento, sonido, mejor interacción con los usuarios y mejor accesibilidad a la información.

### 2.3.2 DESING THINKING

El proceso de diseño es lo que pone el *Desing Thinking* en acción. Es un enfoque estructurado para la generación y evolución de las ideas. Tiene cinco fases que ayudan a navegar en el desarrollo de la identificación de un reto de diseño para la búsqueda y la construcción de una solución. Es un enfoque profundamente humano que se basa en la capacidad del diseñador de ser intuitivo, para interpretar lo que observa y para desarrollar ideas que son emocionalmente significativos para los que está diseñando. Estos

cinco pasos elementales del *Desing Thinking* son: empatía (comprender), definir (interpretación), idear (crear), experimentación (construir), evaluar (probar).

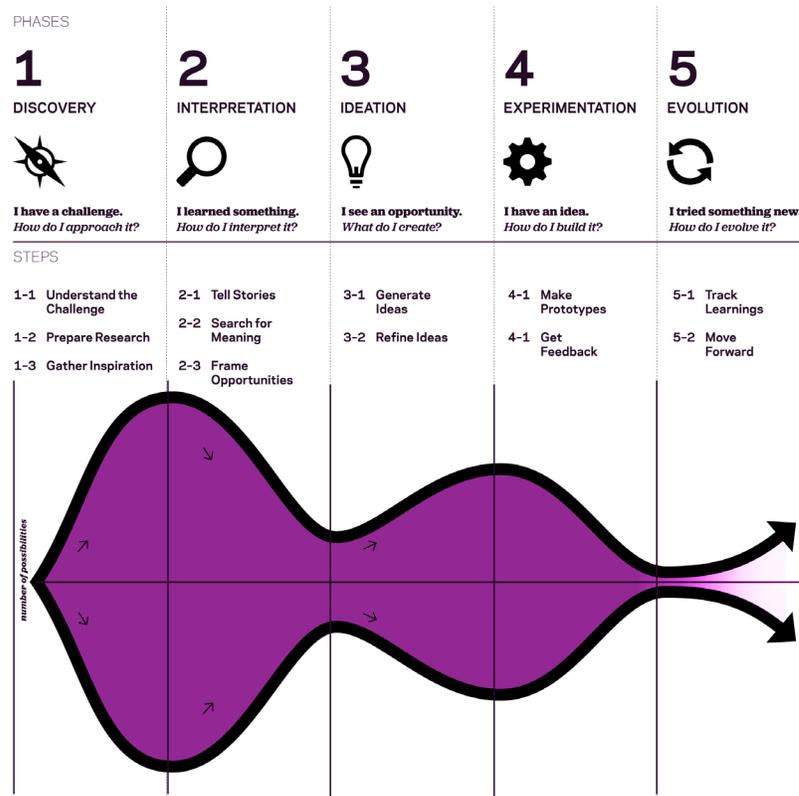


FIGURA 10. DESING PROCESS. FASES DEL DESING THINKING.

Fuente: IDEO. Design Thinking for Educators. New York: Riverdale. 2012. P.15

### 2.3.3 EL DISEÑO GRÁFICO MULTIMEDIA PARA APOYAR A LA INSTITUCIÓN EN SU LABOR SOCIAL

El diseño audiovisual es la más joven de las disciplinas del diseño. Nació con el cine, se desarrolló con la televisión y alcanzó su plenitud con la informática. Es un medio de comunicación y creatividad que ha crecido y se está desarrollando al amparo de los grandes medios de comunicación audiovisual de masas, lo cual no debe extrañarnos, pues su objetivo

es buscar soluciones a problemas comunicativos ligados a medios que utilizan la imagen como forma natural de transmisión de contenidos. (Colomer & Ráfols, 2003)

Tanto en el cine como en la televisión hacen referencia a productos audiovisuales, ya sea porque el audiovisual es su fin en sí mismo

o porque hace referencia a la comercialización de productos, no específicamente audiovisuales, pero que se dan a conocer a través de este medio.

Multimedia, hoy podría definirse como la perfecta integración digital de los textos, gráficos, animaciones, audio, imágenes fijas y vídeo en movimiento

de una manera que proporciona a los usuarios individuales con altos niveles de control y la interacción. La evolución de Multimedia es una historia de la aparición y convergencia de estas tecnologías. (Barabash, 2010)

El diseño gráfico se ha tenido que diversificar utilizando nuevos medios digitales que ofrecen los sistemas multimedia. Muchos diseñadores gráficos se han visto inmersos en el diseño de páginas web, lo que implica tipografía, imágenes, animación, películas e incluso sonido.

La profusión de mensajes y contenidos gráficos, icónicos y audiovisuales de todo orden y condición sin duda resulta dominante en la vida contemporánea. Esta inmensa profusión de mensajes han implantado una nueva forma de comunicación que se destaca debido a la accesibilidad de los usuarios y el replanteamiento de las estructuras de comunicación tradicionales, esta nueva forma combina acciones comunicativas como ver, oír, hablar y escribir en un solo canal de comunicación. Dando lugar al diseño y creación digital en el videoclip, el cine, la publicidad y muchos otros entornos.

Si hablamos en cuanto a su utilidad, el diseño multimedia se expandido hasta completar los mejores sistema de comunicación que una persona o institución posee. Por lo general instituciones u organizaciones sin fines de lucro o entidades gubernamentales, cuyo objetivo es mejorar la vida de la sociedad,

no cuentan con fondos suficientes para realizar sus labores y más aun para hacer al diseño parte de su funcionalidad y sistemas de comunicación.

El diseño multimedia abre campo a un tipo de diseño que promueve conductas pro sociales a través de diversos medios audiovisuales, que permiten adaptar los contenidos a contextos sociales y culturales específicos de un país.

Uno de los objetivos prioritarios de una entidad es la proyección de su imagen ante la sociedad. Existe una necesidad de construirse, de ser identificada y reconocida por su público, de formar con esfuerzo una identidad que define el modo en que la institución actúa y gestiona. Uno de los elementos más eficaces y utilizados en la actualidad, para esta tarea es la imagen audiovisual de la identidad corporativa, que se da a través del video institucional. Un video institucional permite dar a conocer la labor que realiza una entidad, así como sus funciones, recursos, estructura, organización y resultados en el ámbito en que se desempeña.

## 2.4 Dimensión estética

### 2.4.1 PROCESO CREATIVO: PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN

El trabajo de diseño audiovisual lleva un proceso que inicia desde la investigación del problema a resolver, diseñar, validar, sustentar, exponer la idea y ejecutar el proyecto. Se realiza

en coordinación con la institución, realización del *Brief*, visita a la institución, trabajo de investigación, conexión con conocimientos previos y uso de tecnologías.

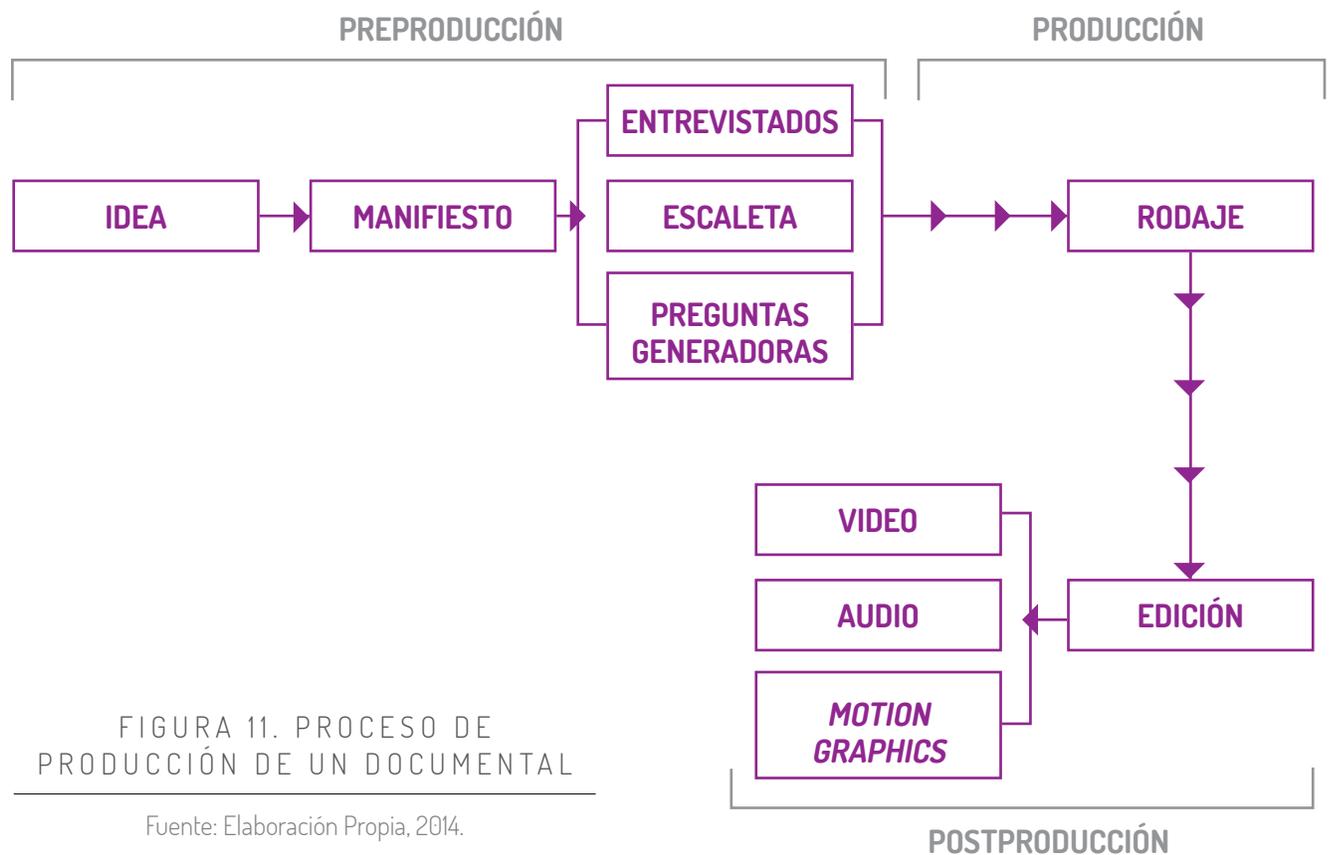


FIGURA 11. PROCESO DE PRODUCCIÓN DE UN DOCUMENTAL

Fuente: Elaboración Propia, 2014.

## 2.4.2 TENDENCIAS DE COLOR, IMAGEN Y TIPOGRAFÍA

Otra parte importante del diseño multimedia corresponde a elementos técnicos y gráficos a utilizar. La mayoría de veces se utiliza el color como signo o identificador, es decir que no se usa el color de forma pictórica, esto se debe a que se utiliza cierto color para transmitir un mensaje específico. Es en la identidad corporativa donde el color se convierte en un identificador junto con el logotipo y otros elementos. En estos términos, se suele preferir una paleta de rojo, azul y/o amarillo que permite articular y limitar el mensaje a su forma más clara y comprensible.

En cuanto a tipos de letra, se sabe que durante años se ha utilizado con frecuencia ciertos tipos de letra como Garamond, Bodoni, Century Expanded, y Helvetica, Optima, Futura, Univers, Caslon, Baskerville, y algunos otros cortes modernos. Estos tipos básicos han sido de gran funcionalidad resaltando elementos importantes como la escala, la relación de tamaño, la utilización de espacio, el peso y la alineación tipográfica para darle propósito, calidad y claridad al mensaje.

La visualización y esquematización de contenidos resulta crucial para la sintetización de contenidos, una herramienta muy útil para esto es la infografía que permite la aplicación de la informática a la creación y tratamiento de imágenes. Esta herramienta también representa un recurso válido y últimamente muy utilizado en audiovisuales de identidad corporativa y documental.

# 2.5 Dimensión ética

## 2.5.1 EL ACTUAR DEL DISEÑADOR GRÁFICO Y SU RESPONSABILIDAD SOCIAL

Cualquier profesional en su campo debe siempre estar consciente de su entorno y cumplir con su responsabilidad hacia este. Un diseñador gráfico debe cumplir con favorecer el mensaje de quien lo quiere comunicar, por ello aprende

la habilidad de moldear contenidos para darlos a conocer al mundo. Esto implica mucha responsabilidad y por ello el diseñador se rige por criterios de objetividad, una evaluación no arbitraria, el respeto, la confidencialidad y la honestidad.

El diseño gráfico no afecta solamente a su destinatario directo, sino que afectan y condicionan a otras personas que también conviven con los objetos y mensajes diseñados. La responsabilidad ética del diseñador existe, hablando tanto de las funciones

que tenga el objeto diseñado como de la actitud moral de quien lo diseña.

El diseño no tiene fines propios, por tanto los diseñadores no tienen una finalidad social común, es difícil definir los principios que determinen o aprueben trabajos de diseño en cuanto son buenos o no según

sus fines sociales. Esto se debe a que el diseñador diseña lo que le encargan, y es el cliente quien tiene los objetivos y fines que cumplir. Pero ningún diseño va en contra de la voluntad del diseñador ni del cliente, y si el diseñador no está dispuesto a someterse bajo los requerimientos del cliente no acepta el trabajo.

Así el diseñador puede identificar muchas de necesidades sociales y proponer soluciones desde la función del diseño gráfico y estas se pueden llevar a cabo mediante un actor social que decida llevarla a cabo.

## 2.6 Conclusiones del marco teórico

El objetivo del presente trabajo ha sido dar a conocer un problema social que ha afectado en diversas formas la vida de los guatemaltecos y cómo la labor de la Dirección del Centro Histórico cuya función social ha permitido y regulado la recuperación, revitalización y conservación del Centro Histórico, ha producido buenos resultados que han mejorado la calidad de vida de las personas, en especial de los que viven, trabajan o visitan el Centro. Al mismo tiempo se expone como el apoyo, la participación, patrocinio y la aceptación de las medidas que propone la Dirección han ayudado a crear un cambio y que por ello es importante dar a conocer a la institución y es allí de donde surge su necesidad de comunicación para divulgar su labor.

Para una institución resulta clave dar a conocer sus avances y resultados en cuanto a las problemáticas que

asiste, en especial si se trata de una institución sin fines de lucro y que lo que busca es el apoyo, participación o aceptación. Por lo general esto puede lograrlo a través de diversos medios y estrategias que permitan la divulgación de su trabajo desde un punto de vista de identidad e imagen institucional y a través de medios innovadores y creativos y que llamen la atención del público objetivo. Un ejemplo de esto es la implementación de un video institucional que da a conocer la labor de la institución valiéndose de elementos gráficos y técnicas de diseño que permiten la sistematización y la accesibilidad a la información.

Desde un enfoque más social un video institucional puede expresar los ideales de una institución, tal es el caso de la Dirección del Centro Histórico que se ve en la necesidad de explicar de

manera visual la labor que realiza en base a su plan para la revitalización del Centro Histórico con el propósito de, no solo contribuir a su material de identidad corporativa, sino también a darse a conocer a su público objetivo e informarlo, y ser así la prueba de los avances que ha tenido en su esfuerzo por mejorar el Centro Histórico en sus diversos aspectos.

La finalidad de la institución y el material audiovisual que se propone, es proveer a la gente de información, promover su participación y resaltar el trabajo realizado para dar solución a uno de los más grandes problemas de la sociedad, que se da por el descuido, el deterioro y la falta de respeto y que repercute en la calidad de vida de las personas desde su trabajo, recreación, diario vivir, educación, economía e identidad cultural.



**SEXTA AVENIDA**

12 calle, zona 1, ciudad Guatemala

Fotografía de: Rocio Sajquim



# **Proceso** creativo

PROCESO CREATIVO

6 W'S

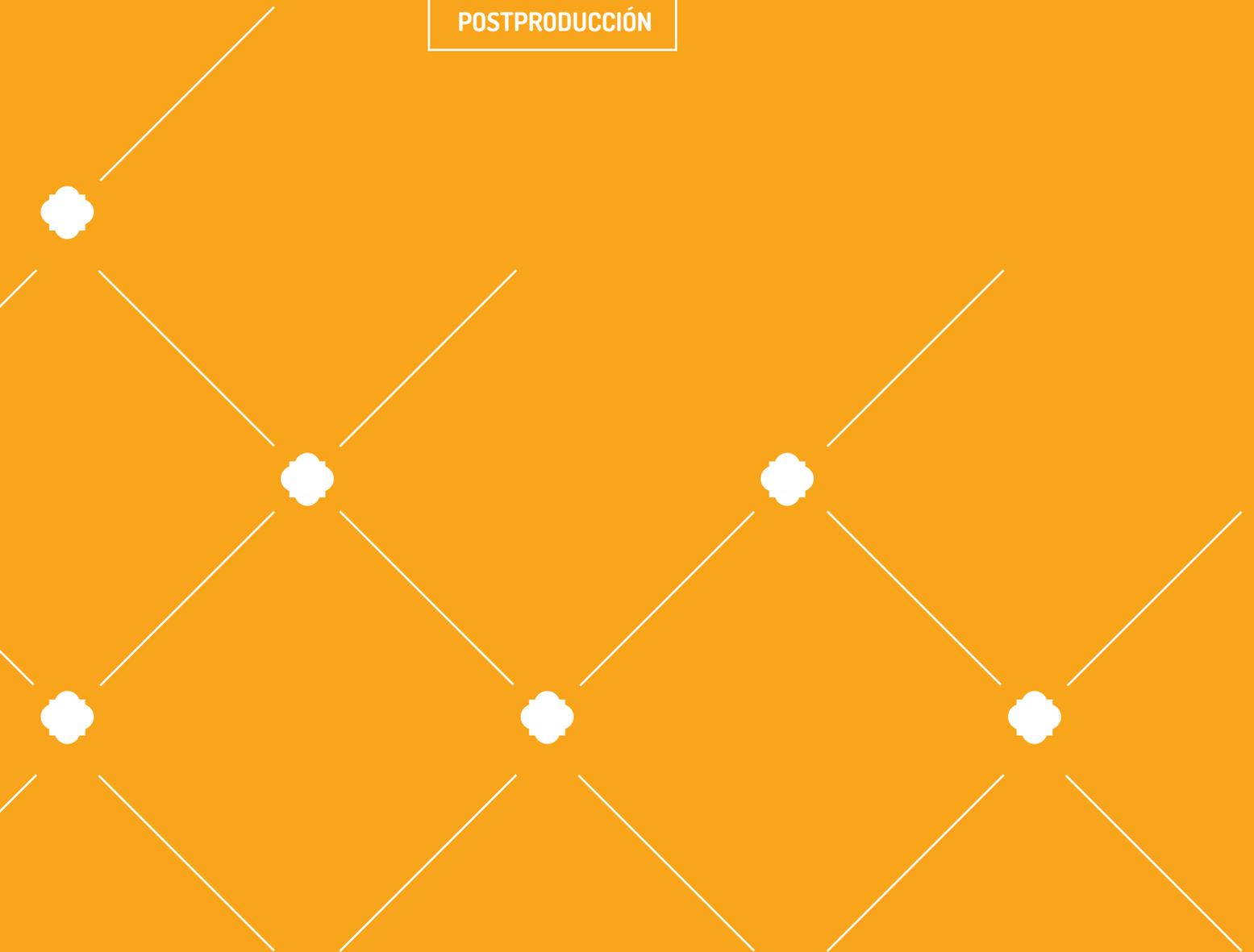
MAPAS EMPATÍA

CONCEPTUALIZACIÓN

PREPRODUCCIÓN

PRODUCCIÓN

POSTPRODUCCIÓN



# 3.0

**PROCESO CREATIVO**  
Y PRODUCCIÓN DE LA PROPUESTA  
GRÁFICA

## 3.1 Retrato del consumidor

El retrato es una imagen real del grupo objetivo, que describe a partir de diversas características y aspectos cotidianos aquello que quienes conforman este grupo piensan, creen, desean y sueñan. A partir de la construcción de un retrato se busca alinear las estrategias de comunicación en la correcta dirección con el público meta y sus necesidades.

### SPICE

*(Social, Physical, Identity, Communication, Emotional)*

Se trata de una herramienta que analiza al grupo objetivo en base a sus características internas y personales que le confieren determinada personalidad y actitud. Ayuda a determinar lo siguiente:

- Social: necesidades de las personas en cuanto a sus relaciones con las demás personas a su alrededor.
- Físico: Necesidades personales a nivel práctico y funcional.
- Identidad: Aspectos que definen a la persona.
- Comunicación: La información que necesita la persona constantemente.
- Emocional: Necesidades emocionales y psicológicas.

### POEMS

*(People, Objects, Environment, Messages, Services)*

Es una herramienta que permite identificar aspectos que componen el entorno cotidiano y el contexto en

que el grupo objetivo se desenvuelve. Ayuda a determinar lo siguiente:

- Personas: las personas que estarán en contacto con la experiencia.
- Objetos: las cosas físicas que se pueden crear.
- Ambientes: locaciones o lugares en los que se puede llevar a cabo.
- Mensajes y medios: la información y los medios por los que se provee.
- Servicios: servicios y sistemas de soportes que se ofrecen.

### 6W'S

Es una herramienta que permite investigar y reunir toda la información relacionada a un problema, en base a seis interrogantes básicas.

## 3.26 W's Brief

### WHAT? / QUÉ?:

La Dirección del Centro Histórico se ve en la necesidad de dar a conocer los avances logrados a través del plan de revitalización para que las personas cumplan con las normativas, reglamentos, que participen y apoyen las medidas que propone la Dirección. Así mismo se encuentra la necesidad de tener material de presentación ante patrocinadores, instituciones y otras entidades que apoyan al desarrollo o divulgación del trabajo de la Dirección del Centro Histórico. De acuerdo a esto se ve la funcionalidad de la producción de un video institucional que contenga de manera sintetizada la labor que realiza la Dirección en los diferentes ejes en los que trabaja, divulgando este video en web y redes sociales, así como utilizándolo en conferencias de prensa, diversas reuniones, eventos y actividades que organiza esta institución.

Se trata de un video institucional que formará parte de la identidad corporativa de la institución y que como tal tiene sus diversos usos. Además debido a los limitados recursos que la Dirección posee es más fácil manejar material digital y darlo a conocer, y también representa un recurso al cual el público puede acceder de manera fácil a través de

teléfonos celulares y en páginas web y redes sociales.

### WHY? / POR QUÉ?:

Las ciudades van creciendo, la gente aumentando, los edificios y casa se deterioran, se abandonan lugares otros nuevos surgen, el comercio aumenta y muchas veces eso ocasiona desorden y que se pierdan muchos elementos importantes de la sociedad en sus diferentes aspectos culturales, arquitectónicos, históricos, económicos, etc. Por eso es necesaria la implementación de normativas, acciones y reglamentos que regulen esos aspectos de la sociedad y con ello se consiga orden y un mejoramiento de las condiciones y calidad de vida en este espacio.

Debido al deterioro que la ciudad de Guatemala ha sufrido a lo largo de los años surge una institución, que se deriva de la Municipalidad de Guatemala con el objetivo de establecer un plan para la revitalización del Centro Histórico. Durante ya varios años la labor ha sido grande y ha llevado largos procesos obteniendo buenos resultados.

Para dar a conocer esas acciones que se realizan para revitalizar el Centro Histórico es que se propone la

realización de un audiovisual porque es de fácil manejo y va relacionado a la tecnología y la innovación en las formas de comunicación.

### WHERE? / DÓNDE?:

En todo el país existen lugares importantes de acuerdo a la cultura, historia y para la sociedad, sin embargo para el país el Centro Histórico de la ciudad de Guatemala, definido por la zona 1 y otras áreas aledañas de gran importancia, es el centro de la cultura, la política y la economía guatemalteca. Por ello la Institución, Dirección del Centro Histórico se especializa en el Centro Histórico de la ciudad de Guatemala y su recuperación y progreso. Y es por ello que este proyecto va dirigido a las personas que viven, trabajan o visita el Centro Histórico ya que son quienes tienen una mayor responsabilidad en contribuir con el plan para la revitalización que propone la Dirección.

### WHO? / QUIÉN?:

#### Quién

La Dirección del Centro Histórico es la encargada de llevar a cabo todas las acciones necesarias para recuperar los espacios públicos, y regular el mantenimiento de espacios privados

## CAPÍTULO 2

así como promover actividades culturales, educativas, deportivas, artísticas y de entretenimiento en general.

### A quién

Audiencia Primaria: Si bien su público es la gente en general, para el material audiovisual que se propone se dirige especialmente a vendedores, trabajadores, habitantes y vecinos del centro, propietarios de inmuebles y espacios abiertos al público, de entre las edades de 20 a 40 años de nivel socioeconómico medio bajo y bajo.

Audiencia Secundaria: También se dirige a un grupo más específico de instituciones o entidades que se enfocan, en especial, en aspectos culturales y educativos, son de carácter privado y/o público, son potenciales patrocinadores o entidades que apoyan y difundan los proyectos que realiza la Dirección del Centro Histórico.

### Contra quién

Existe una variedad instituciones que trabajan con temas de cultura, revitalización, recuperación de patrimonio y otras manifestaciones artísticas o deportivas. Algunas de ellas son:

- Centro de Conservación y Restauración de Bienes Muebles, encargado de intervenir en la preservación de la memoria colectiva de las comunidades.
- ADESCA, Aporte para la Descentralización Cultural, financia actividades de apoyo a la creación y difusión artística y cultural.

- La Casa de la Cultura Flavio Herrera, coordina y ejecuta espectáculos y exposiciones para divulgar la expresión artística de intelectuales guatemaltecos.
- Fundación Paiz, incentiva y difunde la creatividad, la cultura y el patrimonio cultural y desarrolla proyectos de servicios social-comunitarios.
- La Asociación Guatemalteca de Casas de la Cultura, elabora los lineamientos que pautan el accionar de las casas de cultura de todo el país.
- Asociación Tikal, vela por el patrimonio cultural e histórico, crear programas de becas de estudios e investigaciones en antropología, funda y supervisa museos e instituciones similares.
- El Ministerio de Cultura y Deportes, promueve la identidad nacional, basada en el civismo y el reconocimiento del pluralismo cultural, y el fomento de las manifestaciones artísticas, culturales, deportivas y recreativas; protege y conserva el patrimonio cultural, tangible e intangible, el juego y el deporte.
- Otras como el Centro Cultural España, Inguat y otros centros de cultura.

### Para quién

Los usuarios del material audiovisual será en primera instancia la Dirección del Centro Histórico a manera de presentación de su funcionamiento, avances en su trabajo y resultados, en eventos, actividades frente al público en general y conferencias y reuniones con entidades que buscan apoyar o patrocinar proyectos.

### De quién

El material audiovisual se lleva a cabo mediante la Dirección del Centro Histórico, es propiedad de la Municipalidad de Guatemala para su uso institucional.

## WHOM? / CON QUIÉN?:

La Dirección del Centro Histórico es una entidad que depende de la Municipalidad de Guatemala, y es, por tanto, de ella que obtiene los recursos que necesita para funcionar y realizar los proyectos planificados anual o mensualmente. Para el desarrollo del material audiovisual los recursos los provee la Dirección del Centro Histórico por medio de lo que obtiene de la Municipalidad de Guatemala.

## WHEN? / CUÁNDO?:

Para llevar a cabo el material se necesita una etapa de análisis en las primeras semanas desde que se inicia la realización del proyecto, esta etapa permite construir y evaluar la problemática así como su solución. El proyecto iniciado en finales de julio, iniciará la fase de preproducción para establecer los aspectos técnicos y de estructura del audiovisual para luego pasar a la etapa de producción y convertir toda la parte de preproducción en imagen y sonido que posteriormente se editará durante finales de septiembre en el proceso de postproducción para crear un audiovisual que tenga unidad y calidad. Y obtener así un producto final, un video institucional para finales de octubre.

## 3.3 Mapa de empatía G.O. primario

VECINOS, TRABAJADORES  
Y VISITANTES DEL  
CENTRO HISTÓRICO.



JOSÉ AGUILAR

- **Edad:** 32 años
- **Ocupación:** comerciante
- **Residencia:** zona 1, ciudad capital Guatemala
- **Esposa:** Evelyn Rodríguez
- **Hija:** Katherine (4 años), Carolina (2 años)
- **Lugar de Trabajo:** Librería (negocio propio)
- **Pasatiempos:** paseos en familia, actividades de entretenimiento como ir a ferias, de compras, salir a comer.
- **Medios de movilidad:** transporte público (Transmetro, Transurbano, otros) o a pie.
- **Estilo de vida:** busca el emprendimiento y el crecimiento laboral, se preocupa por la estabilidad de su familia, le gusta salir a comer con amigos y familia, busca hacer cosas divertidas y entretenidas.



JESSICA  
BARRIENTOS

- **Edad:** 28 años
- **Ocupación:** arquitecta
- **Residencia:** zona 1, ciudad capital Guatemala
- **Padres:** Hugo y Berta Barrientos
- **Pasatiempos:** Ir a cafés y restaurantes, paseos por áreas cercanas a su casa, ir al cine.
- **Medios de movilidad:** carro propio aunque a veces utiliza el transporte público.
- **Estilo de vida:** le gustan las actividades de voluntariado, le

llama la atención la arquitectura de Guatemala debido a su diversidad e historia y le gusta pasar mucho tiempo con sus amigos.

SPICE

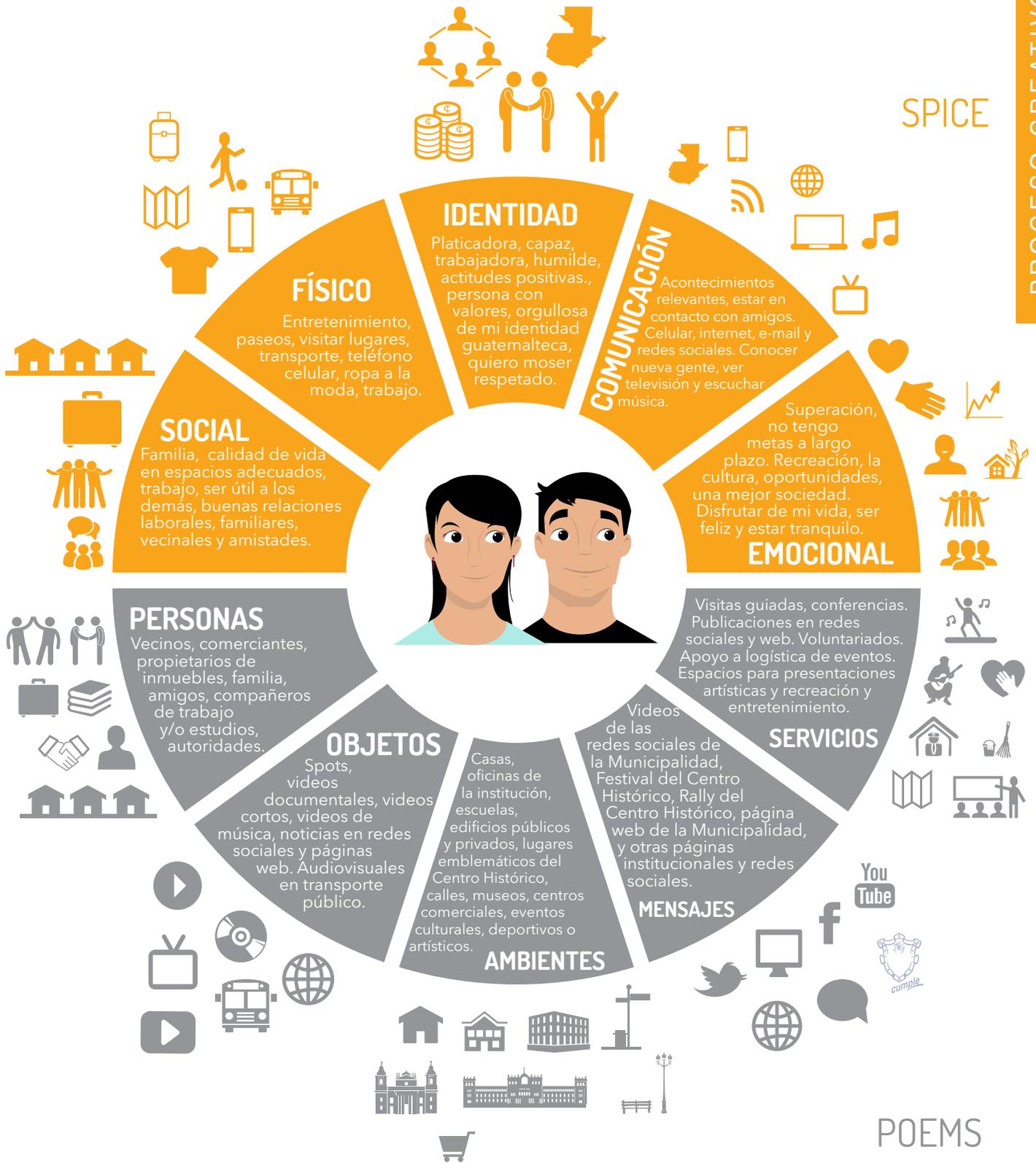


FIGURA 12. RETRATO GO: VISITANTES, HABITANTES, TRABAJADORES

Fuente: Elaboración Propia, 2014.

## 3.4 Mapa de empatía G.O. secundario

INSTITUCIONES  
Y POSIBLES  
PATROCINADORES



ALEJANDRA RODAS  
/ MUZEUM

- **Edad:** 33 años
- **Residencia:** Zona 1, ciudad Guatemala
- **Ocupación:** relaciones públicas
- **Lugar de trabajo:** MUZEUM
- **MUZEUM:** Institución que educa, promueve y documenta las artes gráficas contemporáneas como la pintura, fotografía y el cine. Imparte talleres, conferencias y genera espacio a artistas jóvenes. También desarrolla eventos y concursos para promover el trabajo de artistas

contemporáneos y a través de ellos impulsar una mejor y más rica cultura guatemalteca que pueda ser conocida a nivel internacional.



JORGE HERNÁNDEZ

- **Edad:** 21 años
- **Ocupación:** estudiante / voluntario
- **Residencia:** Zona 12, ciudad Guatemala.
- **Estilo de vida:** le gusta la música por lo que se ha esforzado en ser un gran violinista, eso lo ha llevado también a estar envuelto en muchas actividades realizadas por instituciones como el Centro Cultural España, la Municipalidad de Guatemala, entre otras. Por ello también se ve atraído a participar en voluntariados, staff o en logística de eventos culturales y artísticos que

se realizan recurrentemente ya que considera que son buenas formas de dar a conocer el talento nacional y la cultura guatemalteca, además de que le proveen de nuevos conocimientos y entretenimiento.

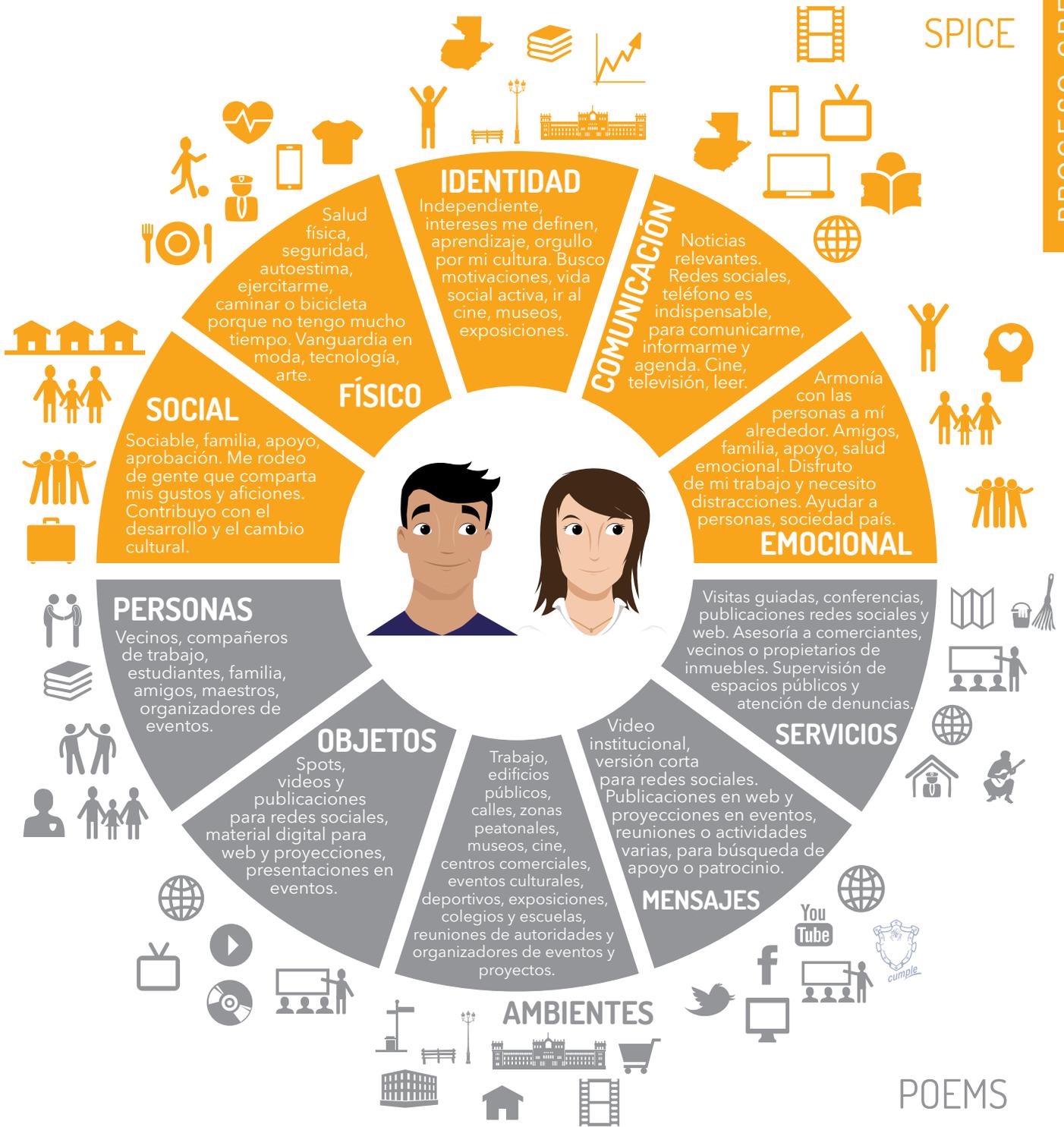


FIGURA 13. RETRATO GO: INSTITUCIONES POSIBLES PATROCINADORES

Fuente: Elaboración Propia, 2014.

## 3.5 Concepto creativo

### 3.5.1 INSIGHT

En la fase de conceptualización se definió un *insight*, es decir un pensamiento o una percepción que cualquier persona del grupo objetivo definido pueda tener; con el objetivo de ajustar el concepto creativo a este grupo, sus formas de actuar y sus necesidades:

**Es bueno ver que todo vuelva a la vida otra vez.**

Las personas se alegran cuando ven que algo que estaba dañado, que ya no funcionaba o que había sido abandonado vuelve a ser algo importante, útil, que vuelve a funcionar, que tiene vida otra vez porque ya no está abandonado ni ha sido dejado en el olvido.

Sea alguien joven o viejo, conoce el pasado que hay detrás del Centro

Histórico, un sitio que tuvo su esplendor desde su inicio, un lugar prestigioso pero que con el tiempo se deterioró, la gente lo abandonó, y se convirtió en un lugar poco agradable. Pero que ahora ha vuelto a ser un lugar lleno de esplendor donde cada vez más gente vive, más gente lo visita y llena de vida otra vez sus calles.

### 3.5.2 CONCEPTO

Se define el concepto en base al *insight*, el cuál es la base y la razón de todo, es la idea representativa que debe fundamentar todo el proceso de producción:

**Todos orgullosos de nuevo del Centro.**

Existe una visión de que el Centro Histórico de Guatemala pueda transformarse, renovarse, revitalizarse y volver a ser a un concepto de valor social para ser un lugar del cual todos podamos sentirnos orgullosos.

Todos tenemos siempre un pensamiento y un sentimiento que nos hace buscar el cambio y el bien, no solo personal sino también de los que nos rodean. Si se cambia algo para mejorar, y ese algo está al servicio de

una sociedad el cambio también es para todos. Una persona que se siente identificada con nuestra sociedad, nuestro país, nuestra historia, cultura y arte es alguien que se siente orgullosa de pertenecer Guatemala. El Centro Histórico de la ciudad de Guatemala ha vuelto a la vida para ser un lugar de historia, tradición y cultura, que puede generar orgullo de pertenencia ciudadana porque estos son los componentes de la identidad guatemalteca.

# 3.6 Preproducción

## 3.6.1 FICHA TÉCNICA

### VIDEO INSTITUCIONAL

Video Institucional para la Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala.

### DURACIÓN

7 minutos aproximadamente.

### CONCEPTO CREATIVO

Todos orgullosos de nuevo del Centro.

### SLOGAN

El Centro Histórico para sentirnos orgullosos.

### SINOPSIS

La Dirección del Centro Histórico es la encargada de velar por el mantenimiento, organización y regulación de todas las actividades y proyectos que se llevan a cabo en ésta área específica. Promueve la revitalización para recuperar el Centro Histórico en sus aspectos culturales, sociales, históricos, arquitectónicos, económicos y de identidad, y con ello mejorar la calidad de vida de vecinos, amigos, comerciantes y visitantes del centro para que ellos puedan sentirse orgullosos de esta parte de Guatemala otra vez.

## 3.6.2 MANIFIESTO

### CENTRO HISTÓRICO: ANTECEDENTES

Los terremotos de 1773 destruyeron Santiago de Guatemala, la ciudad se trasladó entonces con todas sus instituciones y funciones de capital colonial, al valle de La Ermita, en 1776. La fundación de la Nueva Guatemala de La Asunción marca el comienzo de un nuevo desarrollo, la vida en la ciudad tomó un ritmo comercial en la Calle de Los Mercaderes primero, y luego en la Calle Real, pero se desbordó de su traza original en forma evidente, hasta entrado el siglo XX.

Durante más de una centuria, la vida de la ciudad transcurrió en el casco histórico de la nueva localidad. La ciudad, era en ese entonces contenedora de toda la vida social, política, económica y cultural del recién nacido país, ciertos eventos marcaron un giro en la vida diaria, como la independencia en 1821, la Revolución Liberal en 1871 y los terremotos de Navidad y Reyes Magos de 1917 y 1918.

Según Alvarado (2011) la Ciudad de Guatemala tiene una historia peculiar. Le tocó nacer como urbe neoclásica, cuando la mayoría de sus hermanas hispanoamericanas ya eran bicentenarias. A la vez, continuó cargando con su herencia barroca, en tierras que se emanciparían de España sólo nominalmente, casi medio siglo más tarde. Incluso se manifiesta aún renacentista, en el trazo de su casco urbano. Ese primer conjunto de

solares y edificios no era originalmente el centro de la ciudad; era la ciudad misma. Y así se mantuvo durante más de un siglo.

Poco a poco las angostas calles ya no se daban abasto para el movimiento diario. Las mejores casas comerciales y el sexteo llevaron a una época de oro a la Tacita de Plata, sin embargo las condiciones de nación y el terremoto de San Gilberto provocan una emigración interna y un abandono de las familias establecidas por generaciones en el Centro hacia nuevas áreas de la periferia de la ciudad. El descuido, el desorden y la falta de condiciones para el desarrollo, y de gestión llevaron al Centro a lo que parecía un punto sin retorno.

Un crecimiento desordenado y el aumento del comercio informal llenaron las aceras de ventas y de letreros las calles, esto hizo que recorrer vías importantes de la ciudad fuera difícil tanto a pie como en automóvil. La falta de regulación urbana convirtió la ciudad entera en el centro del comercio informal, además, ser un foco de violencia y delincuencia provocó que las personas tuvieran cada vez más miedo de acercarse al centro.

La falta de regulación o la mala aplicación de normativas en aspectos de tránsito, publicidad, comercio, espacios públicos, espacios de expresión artística y cultural ocasionan que el accionar de cada persona que se moviliza por el Centro se

entremezcle en una atmósfera de desorden y confusión.

Con muchos esfuerzos y tiempo, la ciudad de Guatemala se ha convertido en la capital económica, cultural y política de la República de Guatemala. Se ha necesitado de una reestructuración, reubicación de vendedores, mejoras en seguridad, limpieza, espacios peatonales, sistemas de señalización, espacios de entretenimiento, mantenimiento de edificaciones y la recuperación de muchos elementos dañados o abandonados.

### DIRECCIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO

De acuerdo a la Municipalidad de Guatemala (2014), la Dirección del Centro Histórico es la Dirección que se encarga de regular las actividades culturales, deportivas y sociales así como el manejo del marco regulatorio y revitalización del Centro Histórico.

Como una de las divisiones de la Municipalidad, la Dirección del Centro Histórico se ha planteado una serie de acciones que realiza con el objetivo último de mejorar y recuperar elementos de nuestra identidad guatemalteca.

#### Visión

Un Centro Histórico revitalizado, en donde su patrimonio cultural es punto de identidad de la ciudad. Un Centro Histórico ideal para vivir, con espacios

## CAPÍTULO 2

públicos recuperados, con servicios y equipamientos que garantizan una alta calidad de vida.

### Misión

La ejecución integral y holística del plan de revitalización del Centro Histórico para formar un lugar de todos.

### Actividades a las que se dedica

- Desarrolla el Plan Municipal para la Revitalización del Centro Histórico en los Ejes: Patrimonio Cultural, Movilidad Urbana, Espacio Público, Medio Ambiente, Vivienda y Usos de Suelo, Formación y Cultura, Reactivación Económica.
- Velar por el cumplimiento de la normativa para la protección del Centro Histórico.
- Delimitar el área del Centro Histórico, con base en criterios históricos, culturales y sociales. (Municipalidad de Guatemala, 2014).

## PLAN PARA LA REVITALIZACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO

La Revitalización empieza por reconocer los valores patrimoniales y urbanos que posee el Centro Histórico y aquellos que se han perdido, para recuperarlos como parte de su tejido social y urbano.

El Plan Municipal para la Revitalización del Centro Histórico, es un instrumento de planificación integral y dinámico,

que contiene lineamientos y criterios para el adecuado manejo y desarrollo sostenible del Centro Histórico. Garantizar la calidad de vida de sus residentes, como principales actores, además de promover su participación efectiva dentro del proceso de recuperación como garantes del patrimonio cultural local, son dos de los principales objetivos que permitirán atraer una mayor población a este territorio de régimen especial.

### Objetivos generales del Plan

- Fortalecer la gestión municipal para orientar y ejecutar las acciones prioritarias de revitalización, conservación y desarrollo integral del Centro Histórico, de manera coherente con el resto de la ciudad.
- Implementar estrategias de gestión que permitan, a través de la participación efectiva de todos los sectores involucrados, hacer sostenible el proceso de revitalización del Centro Histórico.

### Objetivos de la revitalización

Lograr a través de la gestión urbana, un Centro Histórico revitalizado:

- Que nos haga sentir orgullosos, impulsando y facilitando la recuperación del patrimonio cultural edificado, las tradiciones, oficios y costumbres.
- Que sea ideal para vivir, trabajar y visitar, promoviendo la mejora de las condiciones de habitabilidad, la regulación de los usos de suelo y la vocación de sus barrios.

- Que promueva la formación, la reactivación económica, el desarrollo y la sostenibilidad, ofreciendo más oportunidades de lograrlo.

### Visión y misión

- Un Centro Histórico revitalizado, lugar de historia, tradición y cultura, orgullo de pertenencia ciudadana.
- Un Centro Histórico como lugar ideal para vivir, con espacios públicos recuperados, servicios, infraestructura y equipamientos que garanticen una alta calidad de vida.
- Un Centro Histórico como lugar de encuentro, esparcimiento y convivencia, que ofrezca oportunidades de desarrollo económico, social y cultural.

## ACCIONES DE LA DIRECCIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO

Los Ejes Municipales de la Propuesta del Plan, pretenden corresponder a las dinámicas definidas en un diagnóstico y a las acciones que la Dirección lleva a cabo para avanzar en su proceso de revitalizar el centro. En el tercer capítulo se desarrollan las Estrategias de Gestión aplicadas a cada uno de los Ejes Municipales. Estos ejes son:

## PATRIMONIO CULTURAL

El patrimonio cultural es el testimonio tangible o intangible de una ciudad

o espacio, la forma de vida y de su manera de ser, es la herencia que se deja a las generaciones futuras. El Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación en el año 1998. El patrimonio cultural del Centro Histórico está constituido por: su traza urbana, calles y avenidas y sus barrios ligados a la población por historias de tradición oral, la expresión cultural, la religiosidad, los oficios tradicionales, la gastronomía local y la arquitectura emblemática religiosa, institucional y civil que pertenece a diferentes periodos estilísticos.

### Tejido urbano

Se refiere al sistema de barrios y su recuperación de acuerdo a sus funciones residenciales y el control de uso del suelo, estrechamente vinculado a la vida social, costumbres y tradiciones, y el contexto histórico..

### Patrimonio urbano-arquitectónico

Está representado por la traza de calles y avenidas y su funcionalidad como sistema de barrios y la arquitectura de diferentes épocas históricas..

### Tradiciones y costumbres

Son los elementos vivenciales expresados a través de la religiosidad popular, las tradiciones, la forma de vida que integra la cultura. Se toman medidas para la promoción turística.

### Vulnerabilidad y amenazas

Es la referencia a una condición física en peligro y la amenaza a un detonante que puede convertirse en

un estado de desastre. Por ello para las casas en estado de abandono se implementa la renovación para mejorar la imagen urbana, realizada a través de la limpieza de vegetación y aplicación de pintura y de acuerdo a la factibilidad económica se hace una intervención mayor.

## FORMACIÓN Y CULTURA

Cuando nos referimos a formación pensamos en preparación y educación. La cultura se considera como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social.

### Expresión cultural y artística

Se refiere a la expresión del artista, su punto de vista, sus ideales, sus creencias por medio de su obra. Las expresiones artísticas son todo lo que conocemos como obra de arte, es más que la respuesta a la necesidad de comunicar o expresar una idea o concepto por parte del artista.

### Recuperación de tradiciones, costumbres y oficios

Se promueve la implementación de centros culturales como espacios catalizadores de la vida cultural de la ciudad, son grandes referentes para niños, jóvenes y adultos. Se apoya la creación de espacios dedicados a la expresión artística para niños y jóvenes como protagonistas del patrimonio futuro. La recuperación de tradiciones

se logra a través de la incorporación de actividades de convivencia, reforzar la tradición de semana santa y cuantas integran el mundo espiritual e intelectual en el Centro Histórico.

## ENFOQUE SOCIAL

El enfoque social considera orientar una perspectiva de participación y convivencia ciudadana a partir de la capacitación, la formación y la integración. Se busca fomentar las relaciones vecinales y crear una conciencia de responsabilidad en relación con el entorno, para el fortalecimiento de la ciudadanía. La creación de una plataforma de convivencia es vital para fortalecer la dinámica de respeto comunitario que genere sentido de pertenencia.

### Tejido social

Se construye a partir de redes que permitan fortalecer, capacitar y desarrollar destrezas de trabajo en equipo con tareas municipales. Es importante regular los usos incompatibles con la habitabilidad y la residencia e incentivar aquellos equipamientos urbanos que mejoren la calidad de vida de los residentes.

### Formación ciudadana

Se refiere a fundamentar el quehacer ciudadano desde metodologías participativas que fortalezcan el sentido de pertenencia y la identidad del vecino de la ciudad. Se genera un programa escalonado de formación ciudadana que fortalezca la dinámica

## CAPÍTULO 2

de convivencia del vecino y amigo del Centro Histórico.

### Capacitación técnica

Consiste en generar un proyecto de capacitación en temas específicos que fundamente el quehacer técnico de los vecinos y amigos del centro. Las jornadas de capacitación técnica son fundamentales para transmitir capacidades y conocimiento sobre diferentes temas que los responsabilice en el cuidado del patrimonio cultural.

### Integración social

Su objetivo es activar los valores sociales y promover beneficios para la ciudadanía, logrando la búsqueda de soluciones creativas, aplicando la tolerancia entre unos y otros y promoviendo la responsabilidad social en respuesta a una ciudad recuperada.

## ESPACIO PÚBLICO

El espacio abierto público es el lugar en donde cualquier persona tiene el derecho de transitar. Es también un espacio para la expresión colectiva que está ligada a la relación de la comunidad que abre áreas para la convivencia ciudadana. Está ligado a los siguientes componentes:

### Servicios e infraestructura básica

Es necesario modernizar y garantizar cobertura, calidad y cantidad de los servicios como la dotación de agua, alcantarillado, telefonía y comunicaciones, energía

eléctrica e iluminación y servicios complementarios para atender la demanda. La recuperación física integral para estos espacios debe considerar estos aspectos.

### Recuperación física del espacio público

Se trata del rescate de los espacios públicos para la convivencia ciudadana y la movilidad urbana. El Plan establece una organización del sistema de vías y calles jerarquizando su funcionalidad y sus criterios de diseño de modo que se obtenga una red de prioridad peatonal. Estos espacios permiten unir el Paseo de la Sexta y el Paseo de Jocotenango con otros puntos del Centro Histórico. Los circuitos de visita para inducir a los visitantes a recorrer espacios de alto valor simbólico, la recreación activa para fomentar la realización de actividades para los residentes del Centro Histórico.

### Mobiliario urbano

Son todos los elementos físicos y materiales que facilitan el disfrute dentro del espacio público. El Plan establece la dotación de mobiliario urbano y de señalización:

### Áreas verdes

El sistema verde en el Centro Histórico es escaso, por lo que se considera importante realizar un estudio de especies arbóreas para jardinizar algunas áreas ya existentes y replantar el uso de arbustos de menor altura.

### Prácticas ecológicas

Son la serie de acciones amigables con el medio ambiente, entre las cuales figuran el uso más eficiente de los recursos y materiales, la adopción de tecnologías para crear conciencia y responsabilidad. Acciones como el programa de limpieza de calles y avenidas, se desarrollan campañas de educación ambiental para generar un compromiso en el cuidado de mobiliario y el medio ambiente.

## USOS DE SUELO

Es un componente importante en la caracterización del tipo de vivienda, como uso por vocación y uso prioritario aplicado. Los usos de suelo complementarios deben permitir la reactivación económica que garantice la sostenibilidad de la población local y la generación de oportunidades para quienes trabajan, estudian y disfrutan el Centro Histórico.

### Vivienda y habitabilidad

El Plan refuerza la necesidad de la aplicación de normas referidas a las condiciones de las unidades destinadas para vivienda. Promueve el desarrollo de operaciones que tengan por finalidad aumentar la capacidad residencial del Centro Histórico.

### Vocación y usos de suelo compatibles

Dadas las características de las edificaciones y las actividades en el Centro Histórico, el Plan indica los usos del suelo tomando en cuenta que

en los edificios se utilizan las plantas bajas y las plantas altas de tal forma se combinen comercio y vivienda.

### Usos de suelo no compatibles

Son aquellos usos que degradan la vocación y usos potenciales de un barrio o que en su momento representan una amenaza para el ordenado desarrollo territorial del Centro Histórico. Las edificaciones nuevas, están ligadas a nuevos usos, el Plan señala la necesidad de trabajar en un riguroso proceso de análisis para determinar la pertinencia de su existencia, sus usos y destino final.

### Zonificación

Son sectores identificados dentro de cada núcleo o barrio y que poseen un uso específico, este puede ser habitacional, comercial, recreacional, o de servicios. También pueden ser los sub-núcleos.

## REACTIVACIÓN ECONÓMICA

Es el proceso mediante el cual se busca lograr que la economía de un lugar determinado tome buenos rumbos después de una crisis que afectó a la mayoría de la población. Durante el proceso de reactivación económica crece el valor de la inversión, el empleo, los salarios y el bienestar social general de la población, sobre los niveles existentes en el periodo previo.

### Mesa asesora de inversiones inmobiliarias

Es la mesa conformada por técnicos para apoyar los diversos procesos de inversión en propiedades en el Centro Histórico.

### Desarrollo turístico

Son aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural, social y con los valores del Centro Histórico. El plan pretende establecer al Centro Histórico como el eje principal de la actividad turística en la ciudad de Guatemala.

### Desarrollo económico local

Se evalúan y generan evaluarse líneas de trabajo conjunto con inversionistas, comerciantes barriales y vecinos (potenciales inversionistas en sus propiedades o sitios de arriendo) para que los núcleos barriales y/o las avenidas y calles que enlazan puntos estratégicos presenten las condiciones adecuadas para el desarrollo comercial y la prestación de servicios según su vocación barrial.

### Economía popular

El Plan exhorta a la discusión, investigación y desarrollo de proyectos para satisfacer los procesos de traslado de ventas en el espacio público hacia espacios privados o bajo administración municipal. Recuperar y liberar las áreas públicas en una forma pacífica, para reivindicar las dos funciones para las que fueron creadas: la libre locomoción de personas y el encuentro entre ciudadanos.

## LO QUE EL CENTRO HISTÓRICO REPRESENTA PARA LA SOCIEDAD

La identidad se relaciona íntimamente con la cultura en el sentido que la identidad es la que define a una persona como tal conectada con su entorno, el cual ejerce una gran e importante influencia que ayuda a definir los rasgos culturales de una persona. Es por ello importante hablar de los entornos en los que las personas se desenvuelven y como éstos influyen en su identidad y vida.

Para los guatemaltecos los ambientes en los que puede vivir, trabajar o buscar entretenimiento son de vital importancia. Y un ejemplo de esto es el Centro Histórico de la ciudad de Guatemala, que forma parte de la identidad de los guatemaltecos al considerarse un lugar que contiene gran parte de la cultura, la historia y la vida social del guatemalteco y del país entero.

Los cambios que se han realizado a través de la Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala no se pueden lograr sin el apoyo y la participación de la sociedad. Las personas deben crear ahora un sentido de pertenencia, tanto como de que el Centro les pertenece como de que ellas pertenecen al Centro. Se habla de volver a sentirse seguro, tranquilo e identificado con este ambiente, que tuvo su época dorada que se oscureció con un tiempo de

daños, pérdidas, problemas y caos. Y que ahora gracias al esfuerzo de muchos, las personas vuelven a pertenecer al Centro y a sentirse orgullosos de este ambiente, desde el punto de vista de un centro de cultura, un punto de historia y un lugar de convivencia llena de oportunidades y experiencias.

Para la sociedad guatemalteca el Centro Histórico viene a representar y a ser el símbolo de la cultura, la historia y la sociedad. Estar en el Centro significa tener una diversidad de cosas, que complementan la vida de las personas, a disponibilidad en un ambiente único y especial que contiene una parte de la historia de

cada una de ellas y se transforma en una experiencia de armonía, esperanza en el cambio positivo y oportunidades en un espacio que es de todos y que representa un concepto de valor social del cual se puede sentir orgullo.

### 3.6.3 ESCALETA

TEMA	RECURSO VISUAL Y DE AUDIO	TIEMPO APROX.
Presentación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Logo Institucional</li> <li>• Nombre de la institución</li> </ul>	10 seg.
Antecedentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Video ciudad de Guatemala</li> <li>• Mapa delimitación del Centro.</li> <li>• Imágenes de archivo del Centro Histórico antes.</li> <li>• Audio narrado</li> </ul>	50 seg
Dirección del Centro Histórico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Audio Narrado</li> <li>• Video de reuniones, trabajadores.</li> <li>• Videos de Centro Histórico actual.</li> </ul>	1 minuto
Plan de Revitalización del Centro Histórico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista con Arq. Anayansy R.</li> <li>• Videos del Centro Histórico con texto que defina los capítulos del plan.</li> <li>• Videos de cotidianidad del trabajador</li> </ul>	25 seg

**Acciones que realiza la Dirección del Centro Histórico**

Patrimonio Cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entrevista con Arq. Arturo Portillo.</li> <li>● Video edificios emblemáticos del Centro.</li> <li>● Video de documentos barriales</li> <li>● Videos de cotidianidad del trabajador</li> </ul>	30 seg
Cultura	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entrevista con Licda. Lorena Rojas.</li> <li>● Video de ejemplos de expresiones artísticas</li> <li>● Video de recorridos</li> <li>● Videos de cotidianidad del trabajador</li> </ul>	30 seg
Enfoque social	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entrevista Meliseth Madrid</li> <li>● Video de Líderes Voluntarios.</li> <li>● Video de material de voluntariado</li> <li>● Videos de cotidianidad del trabajador</li> </ul>	30 seg
Espacio público	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entrevista con Hans Bendfeldt.</li> <li>● Video de Paseo de la Sexta</li> <li>● Video de artistas de la sexta</li> <li>● Video de público</li> <li>● Videos de cotidianidad del trabajador</li> </ul>	30 seg
Usos del suelo	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Entrevista con Arq. Sharon Kohön</li> <li>● Video viviendas y comercios</li> <li>● Video de nuevos edificios</li> <li>● Video de construcciones</li> <li>● Infografía de áreas residenciales y comerciales</li> <li>● Videos de cotidianidad del trabajador</li> </ul>	30 seg

Reactivación económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista con José Miguel del Cid</li> <li>• Video restaurantes, museos, centros culturales, visitantes, recorridos, lugares turísticos</li> <li>• Videos de cotidianidad del trabajador</li> </ul>	30 seg.
Testimonios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista con trabajadores, visitantes, habitantes del Centro</li> </ul>	35 seg.
Créditos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Logo institución</li> <li>• Logo Cultura Iberoamericana</li> <li>• Créditos</li> </ul>	20 seg.
<b>TOTAL DURACIÓN</b>	<b>Video Institucional</b>	6 minutos 50 segundos

### 3.6.4 CASTING ENTREVISTADOS

#### ANTECEDENTES

**Edvin Sajquim**

Narrador, Voz en *off*, en base a entrevista de Ricardo Rodríguez Director del Centro Histórico

#### DIRECCIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO

Labor de la Dirección del Centro Histórico

**Edvin Sajquim**

Narrador, Voz en *off*, en base a entrevista de Ricardo Rodríguez Director del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala

#### PLAN PARA LA REVITALIZACIÓN

**M. Sc. Arq. Anayansy Rodríguez**

Unidad de Creatividad de la Dirección del Centro Histórico

#### ACCIONES QUE REALIZA

Patrimonio Cultural

**Arq. Arturo Portillo**

Unidad de Investigación de la Dirección del Centro Histórico

Formación y cultura

**Lic. Lorena Rojas**

Unidad de Comunicación y Cultura de la Dirección del Centro Histórico

Enfoque social

**Meliseth Madrid**

Programa de Voluntariado

Espacio público

**Hans Bendfeldt**

Unidad del Espacio público de la Dirección del Centro Histórico

Usos del suelo

**Arqta. Sharon Kohön**

Unidad Técnica de la Dirección del Centro Histórico

Reactivación económica

**José Miguel Del Cid**

Unidad de Creatividad de la Dirección del Centro Histórico

## TESTIMONIOS

Habitantes del Centro Histórico

Visitantes del Centro Histórico

Trabajadores en el Centro Histórico

### 3.6.5 PREGUNTAS GENERADORAS

#### DIRECCIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO

- ¿Cuáles fueron los principales elementos que hacían al Centro Histórico un lugar tan importante en sus inicios como la ciudad de Guatemala?
- ¿Cuáles fueron las principales razones del deterioro y desorden del Centro Histórico?
- ¿Cómo y por qué nace la Dirección del Centro Histórico?
- ¿Cuál es su visión, misión y líneas estratégicas?
- ¿Cuáles son los principales ejes o temas que atiende la Dirección?
- ¿Cuáles han sido los efectos de la Revitalización del Centro Histórico?

#### PLAN PARA LA REVITALIZACIÓN

- ¿Qué es el Plan para la Revitalización del Centro?

- ¿Cuáles son los objetivos del Plan?
- ¿Cuáles son los objetivos revitalización?
- ¿Cuál es la misión y visión del Plan de Revitalización?
- ¿Qué son los ejes municipales?

#### ACCIONES QUE REALIZA

- ¿Qué es patrimonio cultural?
- ¿Qué elementos constituyen el patrimonio cultural de Guatemala?
- ¿En qué consiste la Revitalización en aspectos de Patrimonio Cultural?
- ¿Qué cambios se han visto en cuanto a Patrimonio Cultural?
- ¿Existe algún proyecto futuro relacionado a la revitalización y recuperación de patrimonio?
- ¿A qué se refiere con cultura en el Centro Histórico?
- ¿Qué acciones se realizan en cuanto

a cultura para contribuir al Plan de Revitalización?

- ¿Qué cambios se han visto en cuanto a la cultura en el Centro Histórico?
- ¿Cuál es el enfoque social al que se refiere la Dirección del Centro Histórico?
- ¿Qué acciones con enfoque social realiza la Dirección del Centro Histórico?
- ¿Qué cambios se han visto en cuanto a la labor social realizada en el Centro Histórico?
- ¿Existe algún proyecto futuro en el tema de enfoque social?
- ¿A qué se refiere con espacio público?
- ¿Cuáles son las acciones que la Dirección realiza en espacio público?
- ¿A qué se refiere con usos de suelo?
- ¿Qué acciones se realizan en cuanto a usos de suelo?

- ¿Qué mejoras se han visto en cuanto a los usos de suelo en el Centro Histórico?
- ¿Existe algún proyecto futuro en el tema de usos de suelo?
- ¿A qué se refiere con reactivación económica?
- ¿En qué consiste la reactivación económica del Centro Histórico?
- ¿Qué avances se han visto en gracias al enfoque en la reactivación económica del Centro Histórico?
- ¿Qué proyectos futuros existen para continuar con el proceso de reactivación económica?

### TESTIMONIO: HABITANTE

- ¿Desde hace cuánto vive en el Centro Histórico?
- ¿Cómo han sido los cambios que se han vivido en el Centro?
- ¿Cómo se siente con respecto a estos cambios?
- ¿Antes de los cambios en Centro Histórico prefería salir a pasear a otros lugares o hubiera preferido vivir en otro lugar?
- ¿Sintió en algún momento vergüenza o disgusto por el entorno? ¿Por qué?
- ¿Cómo cree que ahora el Centro Histórico es un mejor lugar para vivir?
- ¿Qué cree que significa la revitalización del Centro Histórico para la sociedad Guatemalteca?

- ¿Se siente usted orgulloso del Centro Histórico? ¿Cómo?
- ¿Se siente entusiasmado por lo que pasa en El Centro Histórico? ¿Por qué?
- ¿Cree que el nuevo Centro Histórico es apropiado para su familia? ¿Cómo y por qué?

### TESTIMONIO: VISITANTE LOCAL

- ¿Qué representa para usted el Centro Histórico?
- ¿Desde hace cuánto viene al Centro?
- ¿Con qué frecuencia visita el Centro actualmente?
- ¿Con qué frecuencia visitaba el Centro antes de los cambios que ha hecho la Municipalidad de Guatemala? ¿Por qué?
- ¿Cuáles cree que fueron las principales razones de las personas para dejar de visitar el centro?
- ¿Por qué le gusta venir al Centro Histórico?
- ¿Qué cambios significativos ha visto en el Centro Histórico?
- ¿Se siente usted orgulloso del Centro Histórico? ¿Cómo?

### TESTIMONIO: TRABAJADOR/ INVERSIONISTA

- ¿En qué momento y por qué decidió invertir o colocar su negocio en el Centro? ¿Por qué no lo hizo antes?

- ¿Cómo cree que se dio ese deterioro del Centro Histórico?
- ¿Cómo ha visto usted los cambios que se han realizado en el Centro?
- ¿Cuál cree que es el futuro del Centro Histórico?
- ¿Qué cree que significa la revitalización del Centro Histórico para la sociedad Guatemalteca?
- ¿Cree que el Centro es un lugar adecuado para trabajar o invertir? ¿Por qué?
- ¿Se siente usted orgulloso del Centro Histórico? ¿Cómo?

### 3.6.6 FOTOGRAFÍA

Se utilizarán encuadres abiertos, profundidad de campo, tomas a nivel, ángulos en contrapicada, ángulo cenital, alternar con tomas cerradas de detalles arquitectónicos. Cámara estática.



FIGURA 14. EJEMPLOS DE FOTOGRAFÍA

Fuente: Dirección del Centro Histórico, Municipalidad de Guatemala, 2013

### 3.6.7 SONIDO

El sonido que predominará es el sonido ambiente debido a las tomas de establecimiento que se usarán mayormente, por lo que el sonido se reemplazará con música y voz en *off*.

- Entrevistas: lenguaje natural, técnico, realista, simple.
- Música: orquestral, instrumental, acústico.
- Equipo de sonido: micrófonos de solapa.

## CAPÍTULO 2

## 3.6.8 LOCACIONES

- Centro Histórico, Zona 1, Ciudad Guatemala
- Casa Ibargüen, 7ª. avenida 11-66
- Edificio de Correos 7ª avenida 11-67
- Paseo de la Sexta, 6ª avenida, 8ª a la 18ª calle
- 8ª calle

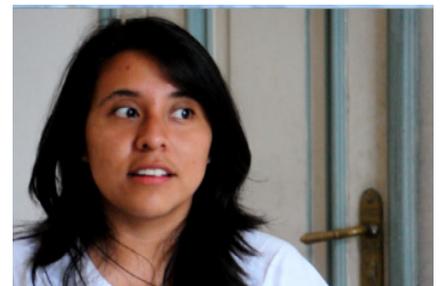


FIGURA 15. SCOUTING

Fuente: Elaboración propia, 2014

## 3.6.9 PRODUCCIÓN

- Cámaras de vídeo, formato HDV
- Micrófono de Solapa
- Trípodes
- Laptop para revisión de material y post producción
- Asistentes operadores de equipo
- Imágenes de archivo
- Director
- Productor
- Director de fotografía
- Camarógrafos
- Director de Sonido y música
- Editor



PALACIO NACIONAL

Zona 1, ciudad Guatemala.

Fotografía de: Silvana Sierra



# **Comprobación** de la eficacia

ESCENARIO

OBJETIVOS

MÉTODO

MODERADOR

PARTICIPANTES

INSTRUMENTO  
ANÁLISIS DE  
RESULTADOS



# 4.0

## COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA

VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA FINAL CON EL GRUPO OBJETIVO Y LA INSTITUCIÓN.

## 4.1 Prevalidación con especialistas

### 4.1.1 OBJETIVO DE LA VALIDACIÓN

Se llevó a cabo una validación con especialistas en el campo de diseño gráfico con el objetivo de recolectar información de carácter técnico y aspectos de funcionalidad en cuanto al desarrollo del proyecto.

### 4.1.2 ESCENARIO Y DESARROLLO DE LA SESIÓN

**Lugar**

Salón 201, Edificio T-1, USAC, zona 12

**Duración**

30 minutos

**Hora**

7:00 a.m. – 12:00 a.m.  
4 de octubre 2014.

**Participantes**

20 personas aprox.

### 4.1.3 MÉTODO: GRUPO DE DISCUSIÓN

La sesión se desarrolló de la siguiente manera:

**PASO 1:** La sesión es dirigida por el estudiante y registrada con fotografías.

**PASO 2:** Introducción al proyecto: concepto creativo, tipo de proyecto, grupo objetivo, institución.

**PASO 3:** Proyección del material audiovisual a los presentes.

**PASO 4:** Se inicia la discusión en base a la aplicación del concepto creativo y si técnicamente el audiovisual cumple con requisitos técnicos esenciales.

### 4.1.4 INSTRUMENTO

Para la evaluación se utilizó una matriz de evaluación que consiste en la puntuación en los aspectos técnicos, estéticos y funcionales del audiovisual y se complementa con un par de preguntas en cuanto a contenido y forma del mensaje.

Pre-Validación  
Ver anexo 2, pág. 111

### 4.1.5 PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

Profesionales del diseño gráfico:  
Lic. Javier Donis y Licda. Lourdes Pérez.

Estudiantes de diseño gráfico con alto conocimiento en el énfasis multimedia.

Conocen el proceso seguido en el producción del audiovisual y los requerimientos necesarios para hacerlo funcional.

### 4.1.6 CONCLUSIONES

En cuanto a aspectos estéticos, se resalta la necesidad de mantener la unidad visual y mejorar la colorización del material. Y se considera que tiene potencial en cuanto a arte y fotografía. En aspectos técnicos, el audiovisual necesita mejorar en cuanto a sonido, equilibrando el volumen, reduciendo eco y ruido en las entrevistas. Dentro

de los aspectos funcionales, se considera al audiovisual pertinente, un tanto memorable y comprensible. Otros aspectos que se resaltaron, fue que se comprende que el audiovisual trata sobre el Centro Histórico pero en otros momentos cuesta comprender el tema, que las tomas ayudan a la atracción visual pero la larga duración

del video hace que las personas pierdan la atención y que necesita reforzarse el concepto creativo mediante *motion graphics* y otras partes en el audiovisual.

## 4.1.7 EVIDENCIA



FIGURA 16. PREVALIDACIÓN

Fuente: Waleska Medina, 2014.

# 4.2 Comprobación de la eficacia

## TEMA

Revitalización del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala

## 4.2.1 OBJETIVO DE LA VALIDACIÓN

Recolectar información y registrar para comprobar a través de las opiniones y comentarios de un pequeño grupo de personas, que forman parte del grupo objetivo al cual está dirigido el material, si se cumplen los objetivos propuestos para el mismo y evaluar aspectos de funcionalidad, comunicación, aceptación, atracción y comprensión del mensaje.

## 4.2.2 MÉTODO: GRUPO DE DISCUSIÓN

De acuerdo con la técnica elegida, *focus group*, la discusión se desarrolló de la siguiente manera:

**PASO 1:** la sesión es dirigida por un moderador y registrada mediante grabaciones y fotografías.

**PASO 2:** una breve explicación de lo que se realizará y del material que se les presentará.

**PASO 3:** proyección del material audiovisual a los presentes.

**PASO 4:** se inicia la discusión con una serie de preguntas que se respondieron voluntariamente y al finalizar los presentes añaden sus comentarios y opiniones.

## 4.2.3 INSTRUMENTO

De acuerdo a Mónica Petrucci (2007) el grupo focal –también conocido por la expresión inglesa *focus group*– ocupa un lugar destacado dentro del conjunto de técnicas de relevamiento de la investigación cualitativa. Se trata de una técnica que propicia la exploración de un tema a partir de la interacción con los participantes.

El *focus group* se realizó utilizando un cuestionario compuesto de **8 preguntas abiertas** para facilitar la discusión, evaluar las perspectivas y conocer las opiniones de los participantes.

También a través de una guía de observación se registran reacciones,

gestos verbales y no verbales de los participantes al momento de visualizar el material de comunicación audiovisual.

Preguntas para validación con G.O.  
Ver anexo 3, 4 y 7, págs. 113, 114 y 117.

# 4.3 G.O. primario

## 4.3.1 ESCENARIO Y DESARROLLO DE LA SESIÓN

### Lugar

Residencia 17av. 1-07 zona 6, ciudad Guatemala.

### Hora y fecha

4:00 p.m. – 5:00 p.m.  
7 de octubre 2014.

### Duración

60 minutos

### Participantes

5 personas

### Sesión

La reunión se desarrolló a través de la técnica de *focus group*, exponiendo el material y evaluando sus reacciones por medio de un cuestionario y opiniones de los presentes.

Validación con G.O. primario  
Ver anexo 5, págs. 115

## 4.3.2 PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

El grupo de participantes estaba compuesto por 5 personas, la mayoría de ellos visitantes frecuentes del Centro Histórico, que viven en zonas aledañas y que han crecido viendo la evolución que éste ha tenido a través de la historia.

## 4.3.3 MODERADOR

La reunión fue dirigida por quienes conocen el tema y el proceso que ha llevado el proyecto.

### Moderador

Silvana Sierra (Estudiante de Diseño Gráfico multimedia)

### Auxiliar

Ana del Rocio Sajquim (Estudiante de Diseño Gráfico multimedia)

## 4.3.4 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La información recopilada se examina en base a la siguiente tabla de observación y análisis de las respuestas dadas por los participantes en el proceso de discusión.

## DISCUSIÓN

### ¿Qué piensa del video?

Algunos participantes dicen que les gustó el video, que los ángulos de las tomas son interesantes al igual que mostrar otros lugares del Centro Histórico. También consideran que se transmite el mensaje de revitalización

del Centro Histórico. Que las fotografías antiguas ayudan mucho a mostrar el proceso de transformación.

Un participante comenta que el video puede extenderse en cada tema para enfocar algunas cosas a visitantes.

### ¿Hay alguna parte del video que sea difícil de entender? ¿Cuál y por qué?

Los participantes comentan que los textos cuesta leerlos, porque pasan muy rápido o que la perspectiva de algunos está muy pronunciada y por ello cuesta leerlos. También

mencionan que el orden de los textos confunde un poco y que sería mejor colocar título y texto junto. Que también podría ir saliendo los textos de acuerdo a lo que se va narrando en audio. También se comenta que en los testimonios algunos son muy cortos y otros tienen mucho tiempo en silencio.

### ¿Por qué razón volvería o no a ver el video?

Hay un momento de silencio, hasta que alguien comenta que volverlo a ver ayuda a analizar mejor lo que dice el video y prestar atención a cosas que no se ven en la primera vez.

### ¿Cree que el video ayude a promover el apoyo a la revitalización del Centro Histórico?

Una persona comenta que si se transmite el mensaje de reactivación del Centro gracias a las imágenes, que el video puede ayudar a que otras personas se den cuenta de los cambios del Centro y que dejen de tener temor de acercarse al área.

### ¿Qué es lo que más le llamó la atención? ¿Por qué?

Una persona dice que el video tiene mucha calidad, otras personas asienten con la cabeza.

### ¿La velocidad y estilo de los textos permite su buena legibilidad?

Comentan que se debe darles más tiempo a los textos y mejorar el orden.

### ¿Escucha con claridad el sonido del video?

Hablan sobre que en general se entiende todo el sonido aunque identifican un poco de eco.

### ¿Visualmente el video le parece atractivo? ¿Por qué?

Tres personas dicen que sí les parece atractivo otras asienten con la cabeza. Alguien menciona que le gusta por los colores.

### Conclusiones

De acuerdo al *focus group* realizado, se evidencia que el video cumple una función informativa sobre aspectos que se han mejorado en el Centro Histórico debido al trabajo de la Dirección del Centro Histórico.

Se considera un audiovisual interesante y atractivo que demuestra la actividad en el Centro. El agregar imágenes del Centro antes y en la actualidad ayuda a dar a entender mejor el mensaje y sirve de evidencia.

Les parece un video de buena calidad y estético, con una gama de colores adecuada.

Que puede tener mejoras en cuanto a textos y la rapidez en que puedan ser leídos y con un mejor orden para mejorar el entendimiento y que dejen de ser solo distractores.

Análisis validación con G.O. primario  
Ver anexo 6, págs. 116

## 4.3.5 EVIDENCIA



FIGURA 17. FOCUS GROUP VISITANTES, HABITANTES, TRABAJADORES DEL CENTRO

Fuente: Rocio Sajquim, 2014.

## 4.4 G.O. secundario

### 4.4.1 ESCENARIO Y DESARROLLO DE LA SESIÓN

#### Lugar

Sala de juntas de la Dirección del Centro Histórico, 7ma avenida 1-07 zona 6, Interior Casa Iburgüen. Ciudad Guatemala.

#### Duración

45 minutos

#### Participantes

9 personas

*focus group*, se expuso el material y se evaluó sus reacciones en base a un cuestionario y opiniones de los presentes.

#### Hora

9:15 a.m. – 10:00 a.m.,  
17 de octubre 2014.

#### Sesión

Se desarrolló una reunión con las personas y a través del método de

Validación con G.O. primario  
Ver anexo 8, págs. 118

### 4.4.2 PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

Los participantes conformaron un grupo de 9 personas, entre las edades de 20 a 40 años que conocen a la institución, Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala y están involucradas en el trabajo que esta realiza o son trabajadores de la misma.

### 4.4.3 MODERADOR

La reunión fue dirigida por quienes conocen el tema y el proceso que ha llevado el proyecto.

#### Moderador

Silvana Sierra (Estudiante de Diseño Gráfico multimedia)

#### Auxiliares

Ana del Rocio Sajquim (Estudiante de Diseño Gráfico multimedia)

Lorena Rojas (Coordinadora de comunicación y cultura de la Dirección del Centro Histórico)

## 4.4.4 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La información recopilada se examina en base a la siguiente tabla de observación y análisis de las respuestas dadas por los participantes en el proceso de discusión.

### DISCUSIÓN

#### ¿Qué piensa del video?

Una persona comenta que no se les entiende mucho a las personas cuando hablan a excepción de dos entrevistas, otra persona asiente con la cabeza. Varios comentan que les gustó el video. Alguien hace un comentario "Nos hace falta dicción" y todos se ríen. Otro comenta que hay eco en el audio y que sería bueno nivelarlo.

#### ¿Qué es lo que más le llamó la atención? ¿Por qué?

Comenta alguien que le agrada la música de un clarinetista guatemalteco pero que también le gustaría escuchar más música guatemalteca.

Otra persona comenta sobre que le parece muy bueno el guion y la producción del video, que el video es muy útil, y da consejo al administrador de apoyar y aprovechar mejor ese tipo de proyectos, aconseja no utilizar en los cintillos de las entrevistas los títulos de profesión y alguien más comenta que está de acuerdo con eso.

Comentan que les gustan los *motion graphics*, los textos aplicados sobre las imágenes, y que hay tomas buenas como las que están desde arriba.

#### ¿Volverían o no a ver el video?

Todos contestaron que sí al mismo tiempo y alguien más hace el comentario de "dale *play*" y todos se ríen.

#### ¿Cree que el video puede ser un motivador para diversas personas y organizaciones para que den aporte y apoyo a la institución?

Varias personas dicen que sí, mientras otras asienten con la cabeza. Un participante hace un comentario a otro y varios se ríen.

#### ¿Hay alguna parte del video que sea difícil de entender?

##### ¿Cuál y por qué?

Una persona comenta "salió muy poquito la imprenta". Varios se ríen pero él explica como la imprenta es un proyecto muy bueno y avanzado.

Alguien más sugiere hacer más tomas de los empleados de la dirección y tomas de mantenimiento. La moderadora, que es miembro de la institución, comenta que se pueden incluir esas tomas identificando a qué tema podrían ajustarse más como en espacio público donde pueden intercambiarse por otra tomas que tiene artistas de la sexta avenida no autorizados por la institución o tomas que no les agradaron como el artista estatua que hace mímica de que está disparando.

Agregar más tomas del festival, como de los catálogos y los programas que muestran todas las actividades.

#### ¿La velocidad y estilo de los textos permite su buena legibilidad?

Una persona comenta que sí pudo leer todos los textos.

#### ¿Escucha con claridad el sonido del video?

Una persona comenta que el inicio es muy lento y que podría ser más dinámico como el resto del video.

Alguien comentó fuera de la reunión que el audio de la primera entrevista costaba entenderlo pero que era difícil lograr entender a la persona entrevistada incluso en persona.

#### ¿Visualmente el video le parece atractivo? ¿Por qué?

Varias personas asienten con la cabeza. Un momento de silencio y luego comenta que les agrada que tenga mucha imagen y movimiento, que las tomas son buenas, "se ve un Centro vivo no muerto", que no hay tomas nocturnas para ver el movimiento por las noches en el Centro.

#### Otros comentarios

Alguien comenta que los cortes entre cada tema son muy bruscos.

Que en el inicio del video la voz en *off* inicia muy pronto. Otras personas se ponen a hablar de eso entre ellos y uno comenta que también el cambio brusco le parece creativo porque la da la sensación de no saber que sigue después.

En la entrevista de Anayansy Rodríguez poner más de acuerdo los *motion graphics* con lo que la entrevistada está diciendo.

En uno de los testimonios una persona se queda mucho tiempo callada hasta que dice algo.

### Conclusiones

En general el material tuvo gran aceptación y gusto estético, les parece funcional. Con buenas tomas e información.

Se pueden hacer mejoras en cuanto al audio en general, por el eco y volumen.

Reemplazar algunas tomas que se consideran inadecuadas por otras que pueden complementar la labor de la institución.

Mejorar la legibilidad de los textos de *motion graphics* por el ángulo en el que están puestos y la velocidad con que aparecen y desaparecen también dificulta la legibilidad.

Mejorar y suavizar la transición de tomas entre los temas que componen el video.

Coordinar los *motion graphics* en el tema de Plan para la revitalización con lo que la personas está diciendo.

Eliminar espacios en silencio en entrevistas y quitar títulos de profesión en los cintillos.

En el inicio dejar más tiempo de música e imágenes antes de la voz en *off*.

Análisis validación con G.O. primario  
Ver anexo 9, págs. 119

## 4.4.5 EVIDENCIA



FIGURA 18. *FOCUS GROUP*  
DIRECCIÓN CH

Fuente: Rocio Sajquim, 2014.



CATEDRAL METROPOLITANA  
Zona 1, ciudad Guatemala.  
Fotografía de: Rocio Sajquim.



# Propuesta

gráfica final

CONCEPTO CREATIVO

CÓDIGOS

COMPOSICIÓN  
VISUAL

*MOTION GRAPHICS*

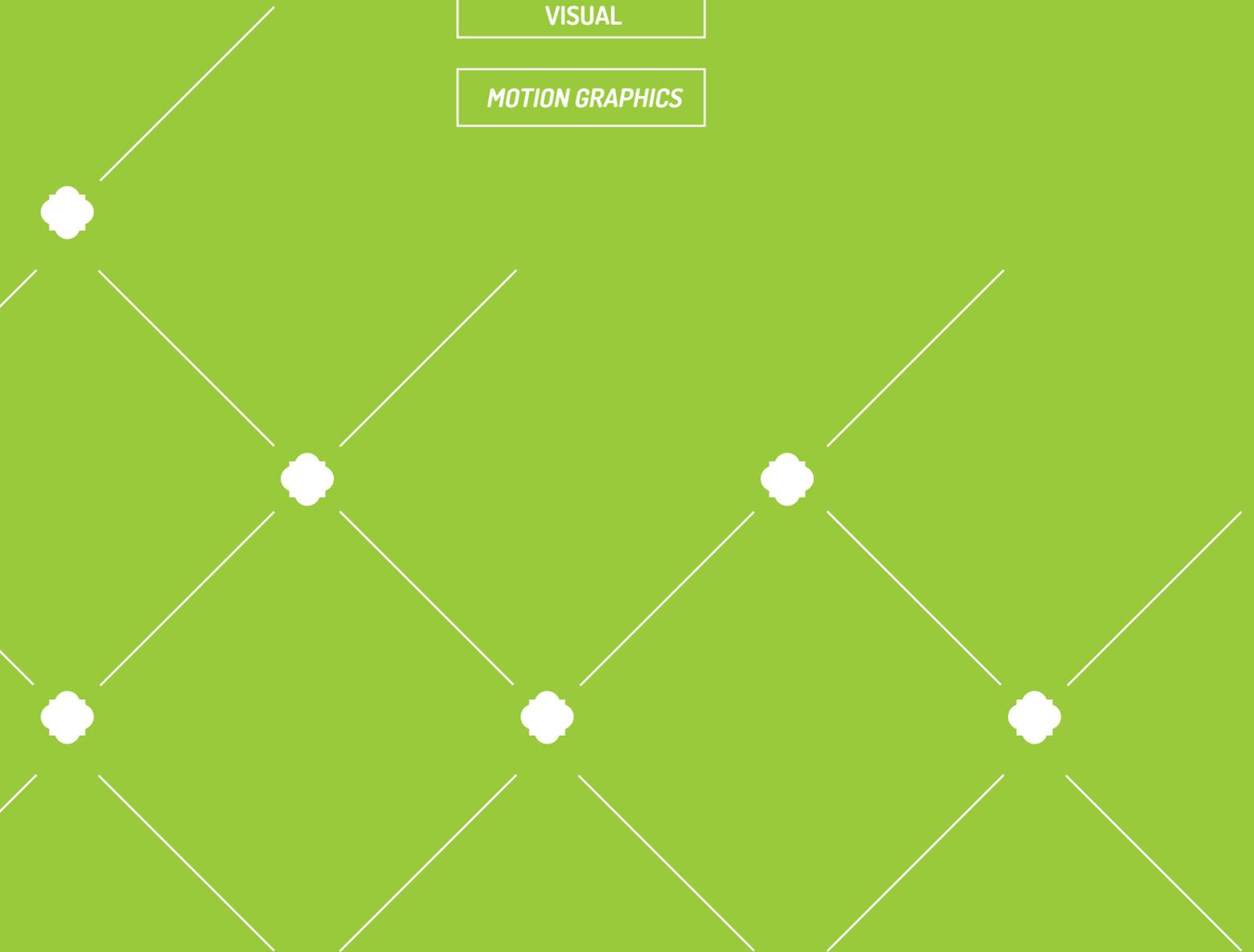
LINGÜÍSTICO

ICÓNICO

TIPOGRÁFICO

AUDITIVO

CROMÁTICO



# 5.0

## FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA

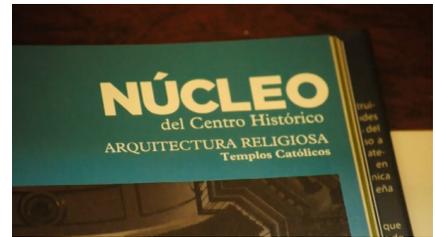
VIDEO INSTITUCIONAL PARA LA DIRECCIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA

## 5.1 Aplicación del concepto creativo

El concepto: “Todos orgullosos de nuevo del Centro”, se aplicó en la composición del video institucional, en especial en la diversidad de imágenes que muestran un Centro Histórico vivo, con mucho movimiento y lleno de muchas elementos; también a través de la utilización de ángulos de cámara para mostrar arquitectura y lugares desde perspectivas no comunes. Y

finalmente se refuerza el concepto creativo a través de los testimonios de personas que han visto los cambios en el Centro Histórico y que hoy pueden decir que se sienten orgullosos de ésta área de la ciudad y de las cosas que contiene.

# 5.1.1 PREVISUALIZACIÓN



 **Enfoque Social**  
PROGRAMA DE VOLUNTARIADO



 **Formación y Cultura**  
GESTIÓN CULTURAL



 **Espacio Público**



 **Usos de Suelo**



 **Reactivación Económica**  
PROGRAMA DE ATENCIÓN A VISITANTES



**El Centro Histórico**  
PARA SENTIRNOS ORGULLOSOS



# 5.2 Código lingüístico

## SLOGAN

- El Centro Histórico para sentirnos orgullosos

## ORAL

El lenguaje utilizado es un lenguaje técnico, formal y con un tono natural, con una forma de expresión simple sin exagerar en tecnicismos para que el espectador comprenda las funcionalidades de la institución sin perderse en el discurso.

## ESCRITO

Es un lenguaje conciso y puntual para explicar datos o información específica que sirve de apoyo al discurso hablado. En otras ocasiones se utilizó para reforzar el concepto creativo con el slogan.



FIGURA 19. TEXTOS UTILIZADOS

Fuente: Elaboración propia, 2014.

## 5.3 Código cromático

El color dominante es el Pantone 375 C, conocido comúnmente como verde "Muni", es el color institucional y con el cual la institución toma protagonismo en el audiovisual y también cumple la función de crear contrastes entre imágenes.

Los colores complementarios, son dos de los permitidos por el manual de identidad, blanco y negro del 50% - 95%. Que se utilizaron para crear contrastes, facilitar la legibilidad o resaltar algunos datos.

En cuanto a la colorización de los videos, se mantienen los colores naturales de los ambientes, un tanto saturados. Se utiliza la luz natural que logra efectos suaves y reales.

Se incluyó una secuencia de fotografías en blanco y negro para connotar la antigüedad de las mismas y diferenciarlas con las imágenes de actualidad.

### PALETA DE COLORES



**Pantone 375 C**  
R:163 G:198 B:23



**White**  
R:100 G:100 B:100



**Black**  
R:46 G:45 B:44  
95%



FIGURA 20. COLORIZACIÓN

Fuente: Elaboración propia, 2014.

# 5.4 Código tipográfico

## TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

Helvética

**Bold**

Regular

Light

A B C D E F G H I J

K L M N Ñ O P Q R S

T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l

m n ñ o p q r s t u v

w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

| ! " \$ % & / ( ) = ¡ ¢

\* + " ' [ { \_ : - . , ; - ' ' "

... ' " "

Dosis

**Bold**

Medium

Light

A B C D E F G H I J K L M

N Ñ O P Q R S T U V W X

Y Z

a b c d e f g h i j k l m n

ñ o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

| ! " \$ % & / ( ) = ¡ ¢ \* +

" ' [ { \_ : - . , ; - ' ' "

La tipografía principal es la tipografía institucional, Helvética, un tipo palo seco que facilita la legibilidad y se utilizó en su mayoría para nombrar a la institución. Posee diversas modalidades aunque las utilizadas en este trabajo son bold, regular y light.

Se utilizó una segunda tipografía, para textos secundarios. Tipografía palo seco de gran legibilidad y más liviana que se combina con la tipografía principal para crear jerarquía de textos, así mismo crear más dinamismo en la composición y crear una connotación moderna.

FIGURA 21. JERARQUÍA TIPOGRÁFICA

Fuente: Elaboración propia, 2014



# 5.5 Código icónico

En las cortinillas del video institucional se utilizaron diversos íconos para representar los diversos ejes de trabajo de la Dirección del Centro Histórico y reforzar cada tema. Cada ícono consiste en la representación simplificada de una figura rellena en un contraste de positivo y negativo con el fondo.

**Patrimonio Cultural:** se utilizó la abstracción de la catedral de la ciudad, símbolo del patrimonio edificado en el Centro.

**Enfoque Social:** refiriéndose al voluntariado que realiza la institución se escogió la figura de una persona adulta y un niño para representar el apoyo que se ofrece a todas las personas en el Centro Histórico.

**Formación y cultura:** se representa con el ícono de una guitarra para simbolizar las actividades artísticas que se desarrollan en el Centro y que forman parte de la cultura.

**Espacio público:** se utilizó la abstracción de una bicicleta que simboliza uno de los medios de movilización en el espacio público del Centro Histórico.

**Usos de suelo:** figura de una casa que representa uno de los usos de suelo en el Centro, el uso residencial.

**Reactivación económica:** se representa con la abstracción de unas monedas que simbolizan la inversión público-privada en el Centro y la diversidad de comercios en el área.

## ÍCONOS



Patrimonio Cultural



Enfoque Social



Formación y Cultural



Espacio Público



Usos de Suelo



Reactivación Económica

# 5.6 Composición visual

## ENCUADRE

Se hizo utilidad de diversos encuadres para mostrar diversos aspectos y desde diferentes puntos de vista el área del Centro Histórico.

Se utilizaron muchas tomas abiertas a nivel para mostrar locaciones amplias, grandes planos generales para tomas de la ciudad y que generen contexto, ángulo en contrapicada para mostrar arquitectura, ángulo cenital para mostrar el movimiento urbano, encuadres cerrados como primer

plano y plano medio para mostrar a las personas en sus actividades ordinarias interactuando en el área del Centro. Planos a detalle que crean un contraste con los encuadres abiertos, generan dinamismo y dan lugar a detalles representativos del Centro Histórico.

Para las entrevistas se utilizó un primer plano, tomando en cuenta la ley de tercios para colocar al personaje del lado que permitiera un encuadre adecuado en cuanto a la luz y la locación.

## ENFOQUE

Se hizo uso del enfoque/desenfoque en encuadres a detalle para resaltar detalles de los ambientes que se están dando a conocer en el audiovisual.

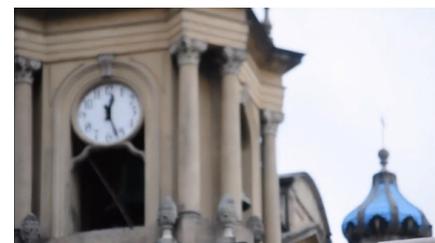


FIGURA 22. ENCUADRE Y DESENFQUE

Fuente: Elaboración propia, 2014.

---

## CAPÍTULO 5

---

### MOVIMIENTO

Se evitó hacer movimientos de cámara, las tomas estáticas permiten mejor visualización de los ambientes y atención a detalles.

Se utilizaron algunas imágenes tomadas con cámara en mano para seguir a uno o un grupo de personas y contribuir al propósito de dichas en tomas en mostrar recorridos.

### TRANSICIONES

De manera general se realizan cortes entre videos. Fades a negro al inicio o final. Fades a blanco en el cambio de cada tema. Y fade de la cortinilla para aparecer en pantalla, lo que crea un fade en color verde.

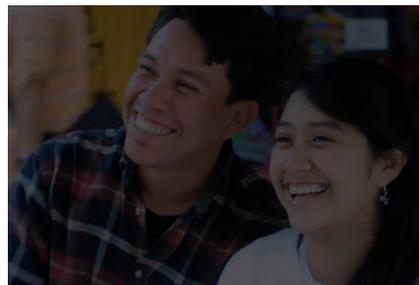
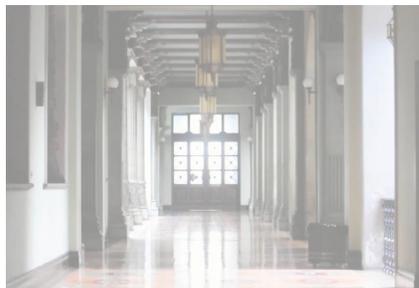


FIGURA 23. MOVIMIENTO Y TRANSICIONES

Fuente: Elaboración propia, 2014.

# 5.7 Motion graphics

## CINTILLOS

Para mantener la línea institucional se utilizaron recuadros de color institucional y tipografía en color blanco. El texto principal, es decir, el nombre del entrevistado, usa la tipografía helvética con un efecto de sombra para mejorar la lectura. Y sobre el recuadro blanco se presenta el puesto de la persona.

Cada cintillo hace una entrada en la esquina inferior derecha o izquierda, colocándose con un barrido horizontal el recuadro y el puesto del entrevistado. Para finalizar con un barrido vertical y un rebote para colocarse en posición del nombre del entrevistado. Esto con el propósito



de no alejarse de la identidad gráfica de la Dirección pero mantener un dinamismo y movimiento.

## TEXTOS DE APOYO

El audiovisual se complementa con tres partes de *motion graphics* que sirven de apoyo al discurso del entrevistado y al tema. Se basan en la utilización de texto sobre imagen.

La primera parte corresponde a un mapa en el que se señalan los límites territoriales del Centro Histórico con una línea punteada que siguen un recorrido. Basado en los cintillos se utiliza un recuadro de color institucional con texto blanco, y la animación es en base a una variación



de escala y rebote del elemento para colocarse en el lugar correspondiente.

La segunda parte se refiere a una explicación concisa de los capítulos del Plan para la revitalización del Centro Histórico, son textos animados y colocados en base al movimiento que hay en la imagen y a la perspectiva creada por el ambiente urbano de edificios y calles.

La tercera parte corresponde a un apoyo visual con un mapa en el que se delimitan las áreas residenciales y comerciales del Centro Histórico, esta animación se hace sobre la pared de una calle donde se ve pasar a las personas.



FIGURA 24. CINTILLOS Y TEXTOS DE APOYO

Fuente: Elaboración propia, 2014

## CORTINILLAS

En el video institucional se utilizan cortinillas al inicio de cada tema que compone el video, consiste en una composición positivo/negativo, inicia con un fade, sigue con un barrido de izquierda a derecha del texto y el icono aparece con una variación de tamaño y rebote. Su estilo de animación intenta crear mayor dinamismo.

## ANIMACIONES

### Logotipos

El video se inicia con la entrada del logotipo de la institución a manera de presentación, y finaliza de nuevo con el logo de la Municipalidad y el logo de cultura Iberoamericana a manera de cierre; la animación de los logos consiste en una variación de tamaño y rebote para luego permanecer en pantalla el tiempo necesario.



FIGURA 25. CORTINILLAS Y ANIMACIÓN DE LOGOS

Fuente: Elaboración propia, 2014.

## 5.8 Código auditivo

La musicalización de los proyectos se basa en un género de música instrumental, se varía entre tonadas orquestrales con algún toque moderno, o sonidos más acústicos de guitarra. Esta selección se hizo con el propósito conectar con lo que representa un Centro Histórico, es decir historia y cultura. Con ello se mantiene un tono tranquilo que vaya con una línea institucional, y animado que vaya con el concepto creativo y los cambios positivos.

La música se mantiene durante todo el audiovisual a manera de ambientación y dinamismo en la secuencia auditiva ya que a cada cambio de tema también se hace un cambio de música.

La música seleccionada fue recolectada a través de una página web que provee música con licencia Creative Commons y que autoriza su utilización siempre que se le dé crédito al autor y no se use con propósitos comerciales.

## PLAZA DE LA CONSTITUCIÓN

Zona 1, ciudad Guatemala.

Fotografía de: Silvana Sierra.



# Lineamientos

especificaciones técnicas



# 6.0

**ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**  
Y LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA  
EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA

## 6.1 Especificaciones técnicas

**Duración**

7 minutos

**Formato**

NTSC DV HD

**Dimensiones**

1280 x 720 px

**Resolución**

29,97 fps

**Sonido**

Estéreo 48000 Hz

Exportado como H.264 - mp4

**Género**

Video Institucional

**Cliente**

Dirección del Centro Histórico de la  
Municipalidad de Guatemala

## 6.2 Manual de uso

### 6.2.1 MEDIOS

El material puede ser dado a conocer a través de dos tipos de medios:

#### Presentaciones antes cierto grupo de personas

Para generar mayor impacto y se utiliza de manera más personal y directa con el grupo objetivo.

- Reuniones con autoridades y trabajadores
- Presentaciones con visitantes o estudiantes.

- Reuniones con organizadores de eventos, logística de eventos y patrocinadores.
- Conferencias de prensa
- Presentación en actividades y eventos
- Comités
- Talleres

#### Web

Es un medio masivo, más económico y accesible para el grupo objetivo.

- Portal muniguat
- Páginas web alternas
- Correo electrónico
- Redes sociales:
- Facebook
- Youtube
- Twitter.

### 6.2.2 USOS SUGERIDOS

El medio principal para el audiovisual es en presentaciones, el video está preparado para ser reproducido en pantallas HD, en computadoras, su resolución permite una óptima visualización a través de cañoneras y televisores. Se deben tomar en cuenta aspectos de iluminación en el lugar de presentación; sonido, cuidando la cantidad de ruido y eco, utilizar bocinas para aumentar la claridad del audio; estado de las cañoneras, configurar color, brillo y contraste, y posición de la imagen para evitar distorsiones.

Su uso alternativo es en web y redes sociales, ya que no tiene ningún costo; formará parte de la comunicación social de la Municipalidad de Guatemala por lo que se hace la publicación en el portal Muniguat y en su canal de Youtube. Se propone el uso de redes sociales para apoyar la difusión del audiovisual que permitan llegar al grupo objetivo de visitantes, habitantes y trabajadores del Centro Histórico, para ello se pueden utilizar las diversas páginas en Facebook que posee la institución como la de Festival del Centro Histórico, Rally del Centro Histórico, Municipalidad de

Guatemala, Centro Histórico. Así mismo el link puede enviarse a través de correo a personas u otras entidades específicas que necesiten de la información que se provee a través del audiovisual.

Para su uso en web el video tiene óptima resolución HD, así mismo se prevé el uso en dispositivos móviles para el cuál previamente fueron tomados en consideración la legibilidad de los textos, resolución, color y su adaptabilidad a los diferentes tipos de dispositivos móviles.

# 6.3 Presupuesto

## EQUIPO DE GRABACIÓN

2 cámaras full HD (Q.2,000 por día)	Q.16,000.00
1 cámara GoPro (Q.500 por día)	Q. 4,000.00
2 trípodes (Q.200 por día)	Q.1,600.00
2 micrófonos de solapa (Q.150 por día)	Q. 1,200.00
1 grabadora de sonido (Q.100 por día)	Q. 800.00
1 objetivo 55-200 (Q600 por día)	Q. 4,800.00

---

**Q.28,400.00**

## PERSONAL DE PRODUCCIÓN

1 Productor	Q. 7,000.00
1 Director de fotografía y arte	Q. 6,000.00
2 Camarógrafos (Q3, 000 c/u)	Q. 6,000.00
1 Director de sonido y música	Q. 4,000.00
1 Narrador	Q. 1,000.00

---

**Q. 24,000.00**

## SERVICIOS PROFESIONALES

Dirección y producción audiovisual	Q.9,000.00
Briefing <sup>1</sup>	Q.18,000.00
Preproducción <sup>2</sup>	Q.5,000.00
Edición de video y audio	Q.10,000.00
<i>Motion graphics</i>	Q. 6,000.00
	<b>Q.48,000.00</b>

## OTROS GASTOS

Transporte	Q.400.00
Alimentación	Q. 600.00
Energía eléctrica	Q.400.00
Internet	Q. 300.00
	<b>Q.1,700.00</b>

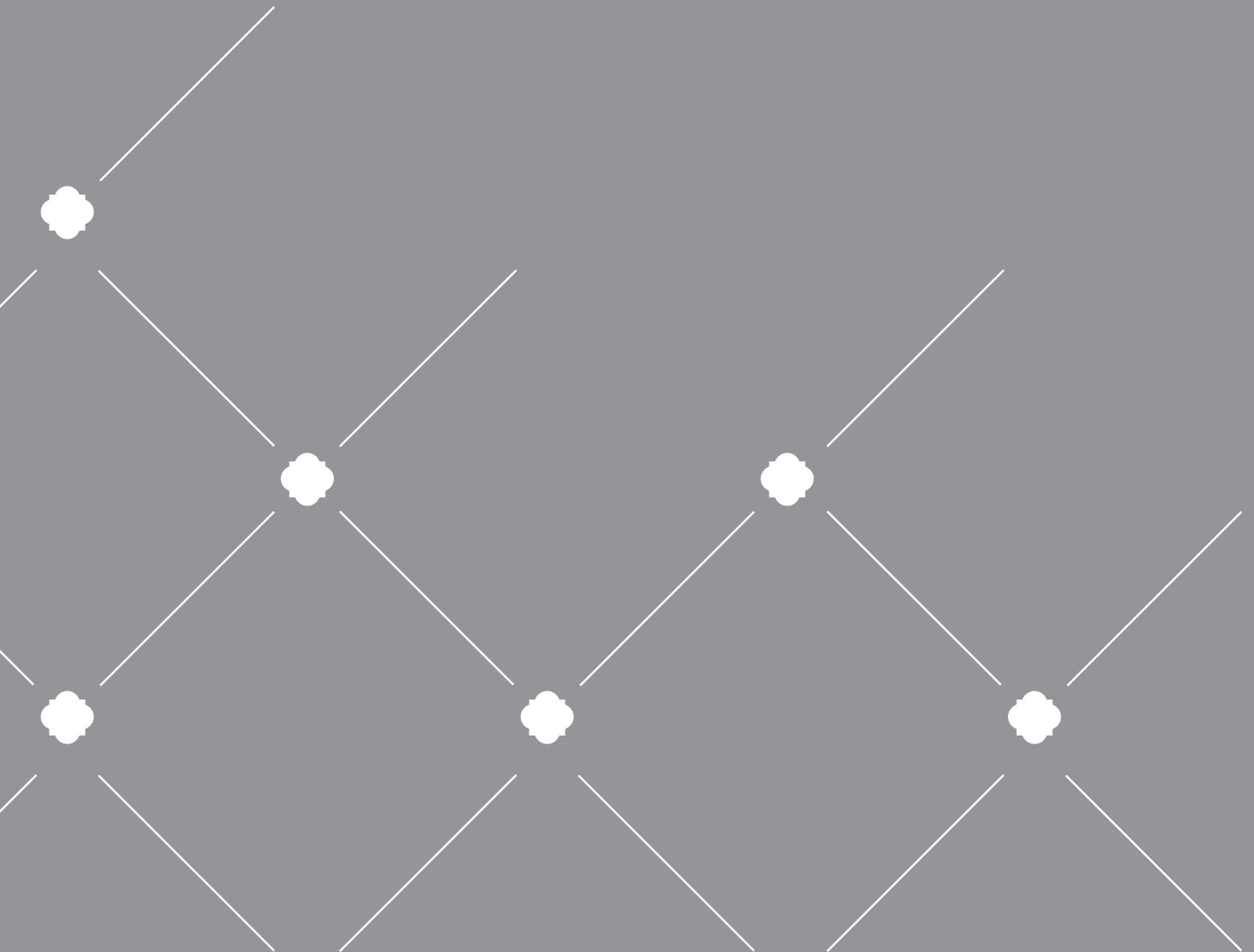
<b>*TOTAL</b>	<b>Q.102,100.00</b>
---------------	---------------------

\*En este presupuesto se contempla el aporte hecho a través del Ejercicio Profesional Supervisado y Proyecto de Graduación de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Asimismo se determina considerando el tiempo invertido en el proyecto del cuál son 7 días de preproducción, 8 días de grabación y 6 días de postproducción en trabajo continuo.

<sup>1</sup> *Briefing contempla la realización de un diagnóstico institucional, investigación, retratos del consumidor, 6 W's, conceptualización y validación de la propuesta gráfica.*

<sup>2</sup> *Preproducción contempla la realización de escaleta, ficha técnica, casting, preguntas generadoras y lineamientos técnicos del audiovisual.*





# Conclusiones

A través de los años el Centro de la ciudad se ha transformado en un punto de referencia, convivencia, historia, cultura, sociedad y patrimonio. Se trata de un lugar que tiene un pasado, un presente y un futuro. Y es un gran ejemplo de transformación y desarrollo. Todo su proceso de cambios se debe a la sociedad, a la gente que viven en este lugar, que visita o trabaja y también se debe añadir a este proceso a la Municipalidad de Guatemala y la Dirección del Centro Histórico que han centrado su trabajo en proponer mejoras, cambios y recuperación del Centro Histórico en sus diferentes ámbitos. Los cambios logrados son diversos y notables para muchos, pero aún faltan muchas cosas que mejorar. Por ello la Dirección del Centro Histórico evidenció como una propuesta de comunicación audiovisual puede ayudar a su labor diaria, permitiendo así el desarrollo de este proyecto que también forma parte de ese proceso de revitalización del Centro Histórico.

Mediante un proceso de investigación y definición se logró concretar los aspectos más relevantes a comunicar, y que definieron el contenido del audiovisual que se propone, identificando los principales ejes de trabajo de la Dirección del Centro Histórico. También se seleccionaron

quienes son los principales actores dentro de este proceso y con quienes podemos empezar a generar un cambio a través del audiovisual. Por un lado nos enfocamos hacia personas miembros de instituciones culturales o educativas que colaboran, patrocinan o trabajan en conjunto con la Dirección. Y por otro lado están los habitantes, visitantes y trabajadores quienes son los primeros beneficiarios de las mejoras en el Centro Histórico.

Dicho audiovisual, considerado como un video institucional, se plantea en base a un concepto que nace de la necesidad de demostrar el cambio logrado y de hacer que las personas se sientan pertenecientes a él. "Todos orgullosos de nuevo del Centro", se convierte en la base para la producción del video, tratando de explicar a través de imágenes y testimonios, que muestran los efectos de la revitalización, como el trabajo de la Dirección en diferentes ejes como patrimonio cultural, el voluntariado, cultura, espacio público, usos de suelo y la reactivación económica crean los nuevos factores de cambio.

Al validar el audiovisual se observó como las personas comprende el mensaje, las imágenes de diversos lugares del Centro Histórico les llama mucho la atención y les parece atractivo, la inclusión de

testimonios de personas que con sus propias palabras explican cómo se sienten orgullosas del Centro le añade realismo y empatía.

Este proyecto busca cumplir varias funciones, por un lado facilitar el trabajo y darle un valor agregado a la tarea que realiza la Dirección del Centro Histórico de informar a diferentes grupos de personas sobre la revitalización del Centro Histórico. Y por otro lado convertirse en una fuente de información sobre el trabajo que realiza la institución y demostrar los efectos de su labor a beneficios de quienes viven, visitan o trabajan en el Centro Histórico.

Este video institucional contribuye a ampliar el material propio de la institución y se convierte en una útil herramienta en presentaciones, eventos, reuniones con personas que apoyan, patrocinan o trabajan en pro de la recuperación del Centro Histórico. También se trata de una base informativa que documenta los resultados positivos del trabajo de la Dirección del Centro Histórico y evidencia el orgullo de las personas hacia este.

# Recomendaciones

## A la Dirección del Centro Histórico

Este proyecto debe considerarse como un trabajo serio y profesional por lo que se le debe de dar tiempo, organización, esfuerzo y gestión.

Permitir el involucramiento de los estudiantes en el trabajo que realiza la institución.

Facilitar la obtención de material y tiempo para el desarrollo del proyecto.

Informar sobre el tema y la problemática desde su ámbito de trabajo y énfasis.

Incrementar el trabajo y la gestión de proyectos para ampliar el material institucional y mejorar la comunicación de la institución con su público.

## A los estudiantes de diseño gráfico multimedia

Involucramiento con la institución y el tema que se va a tratar, la comprensión total de esto ayuda a un mejor desarrollo de todo el proceso de trabajo del proyecto.

Aprovechamiento de los nuevos conocimientos en otros temas o áreas sociales que forman parte de la

misma sociedad guatemalteca y que incrementan la cultura general.

Realización de agenda de trabajo, grabaciones, reuniones con la institución, etc. para aprovechar el tiempo al máximo.

Prever aspectos de clima, luz, sonido, tiempo, ambiente, personalidad de los entrevistados, estableciendo o ayudando a crear las mejores condiciones posibles para la grabación.

Programar con antelación las reuniones, entrevistas, permisos de grabación. De ser posible coordinarlos personalmente y no a través de alguien más.

Antes de las grabaciones, realizar scouting, pruebas de sonido, verificar enfoque de la toma y el buen funcionamiento del equipo y si es posible repetir grabaciones.

Aprovechamiento de todos los conocimientos de composición visual, encuadres, ángulos, técnicas, estilos y tendencias de diseño, etc. más la experimentación para lograr ser más innovador.

Realización de agenda y actas, y entregas de trabajo a tiempo para evitar atrasos.

## A la escuela de Diseño Gráfico

A la escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de Guatemala, una mejor programación de las fechas de entrega y asegurarse que los estudiantes la conozcan.

Verificación de los tipos de proyectos que se realizan para prever la magnitud y el tiempo de desarrollo.

Llevar en paralelo ambos cursos, EPS y Proyecto de graduación, para evitar desacuerdos, una mayor carga de trabajo o confusiones.

Evaluar que la participación del tercer asesor sea un miembro de la institución donde se realiza el EPS, que sepa de la temática y del proyecto a realizar, sin importar su profesión.

Seguir los procesos de manera ordenada durante todo el desarrollo del proyecto de graduación como del Ejercicio Profesional Supervisado para evitar problemas, mala preparación o atrasos.

# Lecciones aprendidas

Reconocimiento del valor histórico, cultural y social de los elementos que conforman el Centro Histórico prestando más atención a los detalles.

Conocimiento del trabajo y los avances que ha logrado la Dirección del Centro Histórico en diferentes ámbitos.

Identificación de áreas de convivencia, comercio, vivienda que diversifican el Centro Histórico.

Conocimiento de nuevos proyectos que proponen una vida moderna y que tienen gran trascendencia en el desarrollo de la ciudad de Guatemala.

Gestión de espacios para grabaciones, que parecen difíciles o imposibles de lograr, demostrando que hay personas que son accesibles y orgullosas del lugar donde viven o trabajan.

Aprendizaje sobre como tomar riesgos y decisiones, saber escuchar y hablar en momentos correctos y de la forma adecuada.

Organización del tiempo y las actividades con horarios para garantizar su buen desarrollo.

Lograr relaciones amistosas y profesionales con las personas, entablando conversaciones informativas, llenas de experiencias y útiles para romper con la barrera de nervios en los momentos de entrevistas.

Prestar mucha atención a aspectos de sonido: resonancia de los distintos tonos de voz, eco ocasionado por las locaciones y la cantidad de ruido del ambiente en el que se trabaja.

Utilización de los diferentes tipos de encuadre, ángulos o movimientos de cámara de acuerdo a lo que queremos comunicar ya que estos condicionan la forma en que se ve un audiovisual.

Importancia de la aplicación de ley de tercios en especial en el encuadre de entrevistados.

Conocimiento sobre la importancia de prestar atención en los momentos de grabación al enfoque correcto de las imágenes, el ruido, luz, para lo cual es muy útil un scouting.

Autoaprendizaje en diversos programas de diseño para mejorar en su manejo y lograr mejores resultados.

Aprendizaje del trabajo multidisciplinario, equipos de trabajo que incluían arquitectos, licenciados en comunicación, ingenieros con diversas formas de ver las cosas.

# Referencias

## bibliográficas

- Alvarado, P. (2011). Un encuentro en el centro, un reencuentro con el tiempo... en el centro del encuentro. *Catálogo del 14 festival del Centro Histórico*, p. 16.
- Barabash, C. (2010). *ucalgary*. Obtenido de Sitio web de Universidad de Calagary: <http://people.ucalgary.ca/~edtech/688/hist.htm>
- Barreda, A. (2011). Centro Histórico: Una vista al pasado, una proyección al futuro. *Catálogo del 14 festival del Centro Histórico*, p. 54.
- Barrios Ambrocy, G. (2012). 15 años de promover el Centro. *Catálogo del 15 Festival del Centro Histórico*, p. 9.
- Belluccia, R. (2007). *El diseño gráfico y su enseñanza, ilusiones y desengaños*. Barcelona: Paidós.
- Colomer, A., & Ráfols, R. (2003). *Diseño Audiovisual*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A.
- Concejo Municipal de la Ciudad de Guatemala. (2003). *Marco Regulatorio del manejo y revitalización del Centro Histórico*. Guatemala: Acuerdo COM-011-03 .
- Cornelio Esquerdo, G. S. (Septiembre de 2011). Diseño audiovisual. *Material docente de la Universidad Oberta de Catalunya, 1*. Barcelona, España: Eureka Media, SL.
- Definición.de. (2008). *Definición.de*. Obtenido de <http://definicion.de/>
- Dirección de Comunicación Social, Municipalidad de Guatemala. (2012). *Manual de Identidad Corporativa*. Guatemala: Municipalidad de Guatemala.
- Dirección del Centro Histórico. (2014). *Programa de Comunicación*. Guatemala.
- Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala . (2014). *Plano del Centro Histórico*. Guatemala: s.e.
- Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala. (2012). *Catálogo del 15 Festival del Centro Histórico*. Guatemala: Ambush, CCE/G.
- Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala. (Diciembre de 2012). *Posada. Posada del Centro Histórico*. Guatemala, Guatemala.
- Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala. (2012). Rally del Centro Histórico. *Rally FCH*. Guatemala.
- Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala. (2012). Voluntariado. *Clasificados*. Guatemala, Guatemala.
- Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala. (2012). XV Festival del Centro Histórico. *Afiche*. Guatemala, Guatemala.
- Evany, M. (2010). *Diseños gráficos comentados*. Barcelona: Parramón.
- FotoNostra. (2 de Enero de 2002). *Fotonostra*. Obtenido de <http://www.fotonostra.com>
- Fundación Dialnet. (2014). *Dialnet*. Obtenido de Sitio web de Fundación Dialnet: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=306856>
- Galindo Rubio, F. (2004). *Comunicación audiovisual corporativa. Cómo visualizar la identidad de las organizaciones*. Salamanca: Publicaciones de la Universidad Pontificia de Salamanca.

- Gálvez Barrios, C. E. (2012). El Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala. *Catálogo del 15 Festival del Centro Histórico*, p. 13.
- Hadjiodou, T. (2011). Encontrémonos en el Centro. *Catálogo del 14 Festival del Centro Histórico*, p.1.
- IDEO. (2012). *Desing Thinking for Educators*. New York: Riverdale.
- Innovation Factory Institute. (10 de octubre de 2013). *¿Qué es el desing thinking?* Obtenido de Innovatiom Factory : <http://www.innovationfactoryinstitute.com>
- Institute, I. F. (1 de octubre de 2013). *Innovation Factory Institute*. Obtenido de The experiential lerning center: <http://www.innovationfactoryinstitute.com/>
- IT Business Edge Network. (2014). *About: Webopedia*. Obtenido de Sitio web de IT Business Edge Network: <http://www.webopedia.com/>
- Kornblit, A. L. (2007). *Metodologías cualitativas en ciencias sociales: modelos y procedimientos de análisis*. Buenos Aires: Biblos.
- Martínez Abadía, J. (1997). *Introducción a la tecnología audiovisual; Televisión, vídeo, radio*. Barcelona: Paidós Comunicación .
- Masaya, F. (2008). *Renacentro*. Guatemala: Publicaciones Catálogo del XI Festival del Centro Histórico.
- Ministerio de ambiente y recursos naturales. (2010). *Informe poblacional de Guatemala*. Guatemala.
- Moreno, C. (s.f.). *La responsabilidad social y el Diseño Gráfico*. Perú: Publicaciones del Instituto Toulouse-Lautrec.
- Municipalidad de Guatemala . (2009). "Avances en el proceso de Revitalización del Centro Histórico". *Antecedentes del Centro Histórico*. p. 19, 44. Guatemala: s.e.
- Municipalidad de Guatemala. (2000). *Reglamento para la conservación del Centro Histórico*. Guatemala.
- Municipalidad de Guatemala. (2009). *Información General del Departamento y la ciudad de Guatemala*. Urbanística, Taller del espacio público, Guatemala.
- Municipalidad de Guatemala. (2014). *muniguate.com*. Obtenido de muniguate.com: <http://mu.muniguate.com/>
- Pascual, J. A. (2007). *Grafismo multimedia: comunicación, diseño y estética*. Barcelona: UOC.
- Payeras, J. (2008). La Ciudad fluida. *Catálogo del 11 Festival del Centro Histórico*, p. 65.
- Peralta, R. M. (2006). *Diseño gráfico latinoamericano*. Ecuador: TRAMA.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española (DRAE)*. Madrid: s.e.
- Renacentro. (2000). *Plan de manejo del Centro Histórico*. Guatemala: Municipalidad de Guatemala.
- Revista Merca 2.0. (27 de Julio de 2009). Obtenido de Mercadoctenia publicidad : <http://www.merca20.com>
- Rodríguez, A. (23 de Abril de 2014). Espacios públicos en Guatemala. (L. Rojas, Entrevistador)
- Rojas, L. (25 de Abril de 2014). Dirección del Centro Histórico. (S. Sierra, Entrevistador)
- Samuel. (Sin fecha). *Marketing Gunea*. Obtenido de <http://marketingunea.com/>
- Señor Creativo. (28 de enero de 2009). *Que son los Motion Graphics*. Obtenido de Código visual : <http://codigovisual.wordpress.com>
- Unidad de Comunicación y cultura, Dirección del Centro Histórico. (2011). *Memoria de Labores-Junio*. Guatemala.
- Urbanística - Taller de Espacio Público, Municipalidad de Guatemala. (2011). Aurora-Cañas, construyendo una ciudad para vivir . *Catálogo del 14 Festival del Centro Histórico*, p. 13.
- Vega, M. d. (12 de Diciembre de 2010). *Aspectos sintacticos del lenguaje audiovisual*. Obtenido de Blogspot: <http://aspectossintacticosimagen.blogspot.com>
- Vignelli, M. (s.f.). *The Vignellin Canon*. s.l: s.n.
- xplorandoguatemala.com. (7 de Julio de 2013). *xplorandoguatemala.com*. Recuperado el 30 de Julio de 2014, de <http://xplorandoguatemala.com/Centro-Historico.htm>

# Glosario

**Brief:** anglicismo empleado para referirse al documento realizado por el anunciante para que la agencia de publicidad conozca con todo detalle las características del mercado y del producto que va a anunciar.

**Cintillos:** rótulo con alguna información importante o nombre de entrevistado que aparece en pantalla por un corto tiempo.

**Composición visual:** los elementos visuales de una imagen se integran para conseguir su finalidad comunicativa.

**Concepto creativo:** se refiere a una idea que concibe o forma conocimiento, es decir, es un abstracto en la mente que explica o resume experiencias, razonamientos o imaginación.

**Cortinillas:** las cortinillas son un efecto óptico que permiten sustituir, de manera gradual, una imagen por otra.

**Desing thinking:** metodología para desarrollar la innovación centrada en las personas, ofreciendo una lente a través de la cual se pueden observar

los retos, detectar necesidades y, finalmente, solucionarlas. Es un enfoque que se sirve de la sensibilidad del diseñador y su método de resolución de problemas para satisfacer las necesidades de las personas de una forma que sea tecnológicamente factible y comercialmente viable.

**Escaleta:** lista de las escenas que componen la historia. Cada elemento de la lista consta de una o varias oraciones describiendo de una manera muy puntual los eventos relevantes de cada escena.

**Focus group:** técnica de estudio empleada en las ciencias sociales y en trabajos comerciales que permite conocer y estudiar las opiniones y actitudes de un público determinado.

**G.O:** (Grupo Objetivo) hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.

**Insight:** son aspectos que se encuentran ocultos en la mente. Estos afectan la forma de pensar, sentir o actuar de los consumidores.

**Mapas de empatía:** es una herramienta utilizada para comprender e interiorizar el punto de vista de un usuario acerca de cómo ve un problema / situación / producto / servicio.

**Moderador:** persona que preside o dirige un debate, asamblea, mesa redonda, etc.

**Motion graphics:** diseños que utilizan como medio el video y la animación para crear la ilusión de movimiento o un aspecto de transformación; generalmente combinados con audio y empleados en mayor medida para proyectos multimedia.

**Perfil:** conjunto de rasgos peculiares que caracterizan a alguien o algo.

**Preproducción:** en ésta etapa es donde se lleva a cabo la planificación de la filmación de un audiovisual.

**Producción:** es la puesta en práctica de todas las ideas pensadas en la fase de preproducción.

**Postproducción:** consiste en la selección del material grabado. Se eligen las tomas que servirán para la edición y montaje de la obra.

**Revitalización:** dar más fuerza y vitalidad a algo.

**Tipografía:** es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas.

**Voz en off:** técnica de producción donde se retransmite la voz de un individuo que no está visualmente delante de la cámara durante una producción.

# Anexos

## ANEXO 1 DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

### ENCUESTA

3

ESCRIBA LOS DATOS O RESPONDA A LAS PREGUNTAS QUE A CONTINUACIÓN SE LE PRESENTAN.

#### DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre: Lorena Rojas  
Profesión: Comunicadora Social  
Edad: 33  
Género: Femenino  
Nivel Socio-económico: Medio  
Nivel Académico: Universitario  
Puesto en la institución: Coordinadora de Comunicación y Cultura

#### DATOS DE LA INSTITUCIÓN

Nombre de la institución: Municipalidad de Guatemala  
Dependencia administrativa: Dirección del Centro Histórico  
Director de la institución: Ricardo Rodríguez  
Dirección: Casa Iburgüen, 7a. Avenida 11-66 zona 1, Centro Histórico, Guatem  
Teléfonos: 22858950 al 52  
Correo electrónico: lrojas@muniguate.com

¿A qué se dedica la institución? (Mencione algunas de las principales actividades que realiza)

a) Desarrollar el Plan Municipal para la Revitalización del Centro Histórico en los Ejes: Patrimonio Cultural, Movilidad Urbana, Espacio Público, Medio Ambiente, Vivienda y Usos de Suelo, Formación y Cultura, Reactivación Económica. b) Velar por el cumplimiento de la normativa para la protección del Centro Histórico. c) Delimitar el área del Centro Histórico,

¿Cuál es el objetivo o propósito social de la institución?

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de quienes viven, trabajan y visitan el Centro Histórico de la ciudad de Guatemala.

# ANEXO 2 PRE VALIDACIÓN

EVALUACIÓN CON ESPECIALISTAS



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Dirección del Centro Histórico  
Silvana Sierra

Guatemala, 4 Octubre 2014

**INSTRUMENTO DE PRE-VALIDACIÓN**



**ARQUITECTURA**  
Diseño Gráfico

*Indicar objetivo*  
*Instrucciones*

Nombre de evaluador: \_\_\_\_\_

Escala de evaluación donde 1 es muy malo , 3 regular y 5 excelente.

ASPECTOS ESTÉTICOS	1	2	3	4	5
Unidad Visual	<input type="radio"/>				
Tipografía	<input type="radio"/>				
Transiciones	<input type="radio"/>				
Arte y fotografía	<input type="radio"/>				
Iluminación y manejo del color	<input type="radio"/>				
ASPECTOS TÉCNICOS	1	2	3	4	5
Formato y estrategia	<input type="radio"/>				
Guión y storyboard	<input type="radio"/>				
Audio y voz en off	<input type="radio"/>				
Musicalización	<input type="radio"/>				
Motion graphics y efectos	<input type="radio"/>				
ASPECTOS FUNCIONALES	1	2	3	4	5
Pertinencia	<input type="radio"/>				
Memorabilidad	<input type="radio"/>				
Fijación	<input type="radio"/>				
Legibilidad	<input type="radio"/>				
Comprensión	<input type="radio"/>				

**PREGUNTAS**

1) ¿Comprende el mensaje que se está transmitiendo? *~ y concepto creativo*

¿Considera necesario incluir o excluir algún aspecto o información en el audiovisual?

**COMENTARIOS Y OBSERVACIONES**

*Para la validación con el G.O. considerar evaluar:*

- ① comprensión del mensaje y del concepto creativo
- ② atracción (estética)
- ③ aceptación, persuasión e involucramiento

*Considerar una gota de observación para registrar el lenguaje no verbal.*

\_\_\_\_\_  
Firma

*Discriminar algunos temas  
- Reforzar el concepto creativo  
- Muestran protagonismo a los comercios*

INSTRUMENTO DE  
OBSERVACIÓN

## INSTRUMENTO DE PRE-VALIDACIÓN DE PROYECTO DE GRADUACIÓN

Fecha:

Hora:

Cantidad de personas participantes:

Título del Proyecto:

Material que se presenta:

## Tabla de observaciones

Tiempo	¿Qué hay en pantalla?	Gestos no verbales	Gestos Verbales

# ANEXO 3 PREGUNTAS VALIDACIÓN G.O. PRIMARIO

INSTRUMENTO  
PREGUNTAS



## Focus group Validación con grupo objetivo

TODOS ORGULLOSO DE NUEVO DEL CENTRO

### PREGUNTAS

- 01** ¿Qué piensa del video?
- 02** ¿Hay alguna parte del video que sea difícil de entender? ¿cuál y por qué?
- 03** ¿Por qué razón volvería o no a ver el video?
- 04** ¿Cree que el video ayude a promover el apoyo a la revitalización del Centro Histórico?
- 05** ¿Qué es lo que más le llamó la atención? ¿Por qué?
- 06** ¿La velocidad y estilo de los textos permite su buena legibilidad?
- 07** ¿Escucha con claridad el sonido del video?
- 08** ¿Visualmente el video le parece atractivo? ¿por qué?

## ANEXO 4 TABLA VALIDACIÓN CON G.O.

INSTRUMENTO  
TABLA DE OBSERVACIÓN



**Focus group**  
Validación con grupo objetivo  
TODOS ORGULLOSO DE NUEVO DEL CENTRO

### TABLA DE OBSERVACIONES

Tiempo	¿Qué hay en pantalla?	Gestos no verbales	Gestos Verbales



## ANEXO 6 ANÁLISIS VALIDACIÓN CON G.O. PRIMARIO

RESULTADO  
TABLA DE OBSERVACIÓN

TIEMPO	¿QUÉ HAY EN PANTALLA?	GESTOS NO VERBALES	VERBALES
0:00 - 0:51	Logotipos Entrevista de Director de la institución Mapa de delimitación Imágenes del antiguo Centro de la ciudad	Las personas se muestran atentas al video, una de ellas parece aburrida, se acomoda en su lugar y se distrae constantemente por la mascota que estaba en el lugar.	
0:52 - 2:25	Entrevista con director. Imágenes del Centro Histórico Imágenes de la institución	Las personas permanecen en sus mismas posiciones, serias y con atención. Una persona se distrae en ocasiones para ver a la mascota.  Al ver la imagen de la casa Ibargüen una persona asiente con la cabeza.	
2:26 - 8:38	Entrevista. Escenas del Centro. Histórico Escenas de trabajadores. Video de lugares del Centro con <i>motion graphics</i> .	Las personas se mantienen serias viendo el audiovisual y ocasionalmente alguna se ve aburrida y se reacomoda en su lugar o se distrae con la mascota.	
8:39 - 9:40	Testimonios de visitantes, habitantes y trabajadores del Centro.	Al ver el video del primer testimonio una persona sonríe.	
9:41 - 10:07	Testimonio Créditos Logotipos	Al ver el último testimonio alguien sonríe.	

# ANEXO 7 PREGUNTAS VALIDACIÓN G.O. SECUNDARIO

INSTRUMENTO  
PREGUNTAS



## Focus group Validación con grupo objetivo

TODOS ORGULLOSO DE NUEVO DEL CENTRO

### PREGUNTAS

- 01** ¿Qué piensa del video?
- 02** ¿Qué es lo que más le llamó la atención del video?
- 03** ¿Volvería o no a ver el video?
- 04** ¿Cree que el video puede ser un motivador para diversas personas y organizaciones para que apoyen a la institución?
- 05** ¿Hay algo que crea que es difícil de entender o que no le gustó del video?
- 06** ¿La velocidad y estilo de los textos permite su buena legibilidad?
- 07** ¿Escucha con claridad el sonido del video?
- 08** ¿Visualmente el video le parece atractivo? ¿por qué?

## ANEXO 8 VALIDACIÓN CON G.O. SECUNDARIO

## LISTA DE ASISTENCIA



## Focus group

Validación con grupo objetivo

TODOS ORGULLOSO DE NUEVO DEL CENTRO

## LISTA DE ASISTENCIA

Nombre Completo	Correo Electrónico	Ocupación
Guillermo Arias Caldach	guillermo.caldach@graj.com	Admon.
MARÍA DEL CARMEN ZAMORA Z.	mzamora2014@gmail.com arq-edx34@hotmail.com	Abogada
Eduy Osvaldo Méndez Gu	emunoz@munguate.com	Arquitecto
<del>PABLO LEONEL GUSTAVO ORELLANA</del>	<del>plorellan@munguate.com</del>	<del>Asistente ADM.</del>
José Luis Godínez Cifuentes	jgodinez@munguate.com	Arquitecto
Juan Fco. Carrera Cruz	jeanfracc@kaleo.com	Antropólogo.
Milton Godínez	mgodinez@munguate.com	Asistente Adm.
MARCO A. SAN	msan@munguate.com	Ing. Ambiental
Jorge Franco	fransv@gmail.com	Abogado

## ANEXO 9 ANÁLISIS VALIDACIÓN CON G.O. SECUNDARIO

TABLA DE OBSERVACIÓN

TIEMPO	¿QUÉ HAY EN PANTALLA?	GESTOS NO VERBALES	VERBALES
0:00 - 0:22	Parte institucional con logos, imágenes del Centro Histórico actual.	Los participantes ven con atención el video.  Una persona que escribía se detiene y pone atención a la proyección.	
0:23 - 0:45	Secuencia de imágenes del Centro en años anteriores.	Cinco personas se distraen al escuchar la puerta del salón abrirse y que alguien más entra, luego regresan a ver el video.	
0:46 - 1:56	Fin de la entrevista al primer personaje, con escenas del centro, de una persona con chaleco institucional y entrevista.	Los participantes mantiene la atención, uno ocasionalmente voltea ver a otra persona. Alguien más se acomoda en su silla.	
1:57 - 2:25	Fin de la entrevista al primer personaje, con escenas del Centro, de una persona con chaleco institucional y entrevista.	Alguien más entra a la sala lo que hace que cuatro personas lo volteen a ver por un par de segundos.	Alguien hace un comentario a otro y tres personas se sonríen.
2:26 - 3:28	Primera cortinilla sobre Plan para la revitalización CH, entrevista de personaje que habla del tema, escenas de ella trabajando y primeros <i>motion graphics</i> .	Alguien asiente con la cabeza al ver los <i>motion graphics</i> como en señal de aprobación y alguien más sonríe.	
3:29 - 4:24	Cortinilla de Patrimonio cultural, escenas de edificios patrimoniales de la plaza central.	Todos se mantienen viendo el video.	Una persona hace un comentario a otras y tres se ríen.
4:25 - 5:00	Imágenes del Centro, cortinilla de enfoque social, entrevista, tomas de la persona trabajando, y material de voluntariado.	Dos personas sonríen.  Alguien voltea a ver a otra persona y se acerca a hablarle. Varios voltean a verlos.	Platican por un rato.
5:01 - 6:00	Cortinilla de formación y cultura, entrevista, tomas de actividades culturales.	Dos personas se hablan y se ríen.	Alguien dice algo entre dientes "la posada".

6:01- 6:55	Escena de saxofonista tocanado, cortinilla de espacio público, entrevista, escena de la persona en su trabajo, tomas de la sexta avenida.	<p>Una persona voltea a ver a otro lado.</p> <p>Otra persona se sonríe al ver la escena del saxofonista.</p> <p>Varias personas sonríen al ver a la persona de la entrevista en su trabajo y alguien susurra un comentario.</p> <p>Al finalizar la entrevista alguien se comenta con otra persona.</p>	“...hace como que está disparando”- comentario con mímica del disparo al referirse a uno de los artistas que se presenta en la sexta.
6:56 – 7:52	Cortinilla usos de suelo, persona en entrevista, tomas de residencias y espacios de comercio, <i>motion graphics</i> de áreas.	<p>Dos personas voltean a ver a la persona de la entrevista que se encontraba en la parte de atrás de la sala y se ríen.</p> <p>Dos personas se comentan algo y se sonríen.</p>	
7:53 – 8:38	Cortinilla de reactivación económica, entrevista, tomas de recorridos y visitantes, espacios turísticos.	Se comentan algo al ver la escena del director y el alcalde. Y tres personas se ríen.	
8:39 – 9:48	Cortinilla con slogan, secuencia de testimonios.	<p>Se ríen al ver el primer testimonio.</p> <p>Dos personas se comentan algo.</p> <p>Tres personas sonríen al ver la sonrisa de una de las personas en el testimonio.</p> <p>Durante el silencio en otra entrevista, alguien se quita sus lentes y ve extrañado hacia la pantalla.</p> <p>Todos se sonríen con el último testimonio, “Sonríe estás en el Centro”.</p>	
9:49 – 10:07	Créditos y logos institucionales	<p>Algunas personas empiezan a moverse más y a verse unos a otros.</p> <p>Hacen comentarios entre ellos.</p> <p>Al finalizar 8 de las 9 personas aplauden.</p>	



**“Material Audiovisual para divulgar la labor que realiza la  
Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala”**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

*Silvana Magdala Sierra Morataya*

Asesorado por:

*Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada*

*Lic. Francisco Javier Donis Guerrero*

*Arqta. Sharon Andrea Kohön Castillo*

Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**

*Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo*

**Decano**



Guatemala, febrero 11 de 2015.

Señor Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Arq. Carlos Valladares Cerezo  
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **SILVANA MAGDALA SIERRA MORATAYA**, Carné universitario: **2010 16492**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **MATERIAL AUDIOVISUAL PARA DIVULGAR LA LABOR QUE REALIZA LA DIRECCIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA**, previamente a conferírsele el título de Licenciada en **DISEÑO GRÁFICO, CON ÉNFASIS EN INFORMÁTICO VISUAL, ESPECIALIDAD MULTIMEDIA**.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, 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, por lo que recomiendo darle continuidad a los procesos correspondientes, antes de que se realice la impresión de dicho documento de investigación.

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



Lic. Maricella Saravia  
Colegiada 10,804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez  
Colegiada 10,804

Maricella Saravia de Ramírez  
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura  
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: **3122 6600** - 5828 7092 y 2232 9859 - maricellasaravia@hotmail.com





# USAC

TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

