



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

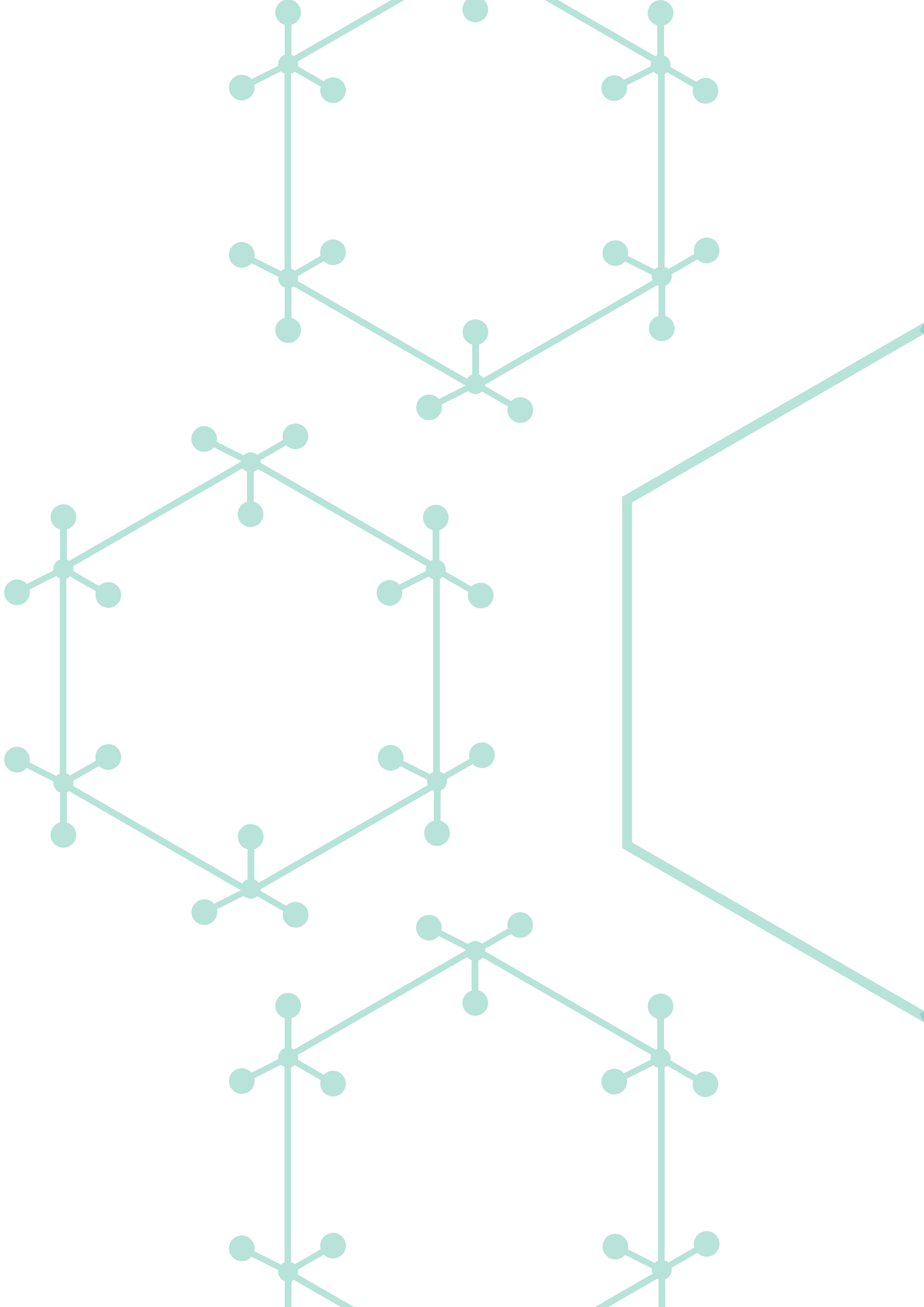
“

DISEÑO DE MANUAL
DE NORMAS GRÁFICAS
PARA IDENTIFICAR
Y PROMOVER
AL CENTRO CULTURAL
MIGUEL ÁNGEL
ASTURIAS

de Guatemala”

Presentado por:

Carmen Andrea Gilardi Maldonado
Al conferírsele el Título de
Licenciada en Diseño Gráfico,
egresada de la Facultad de Arquitectura.
Guatemala, julio 2016.





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

“
DISEÑO DE MANUAL
DE NORMAS GRÁFICAS
PARA IDENTIFICAR
Y PROMOVER
AL CENTRO CULTURAL
MIGUEL ÁNGEL
ASTURIAS
de Guatemala”

Presentado por:

Carmen Andrea Gilardi Maldonado
Al conferírsele el Título de
Licenciada en Diseño Gráfico.

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

“Porque la única
manera de terminar,
es empezando.”

NÓMINA DE AUTORIDADES

Decano

Msc. Byron Alfredo Rabe Rendón

Vocal I

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea

Vocal II

Arq. Sergio F. Castillo Bonini

Vocal III

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras

Vocal IV

Br. Héctor Adrián Ponce Ayala

Vocal V

Br. Luis Fernando Herrera Lara

Secretario Académica

Msc. Publio Rodríguez Lobos

TRIBUNAL EXAMINADOR

Msc. Byron Alfredo Rabe Rendón

Decano

Msc. Arq. Publio Rodríguez Lobos

Secretario Académico

Lic. Marco Antonio Morales

Asesor Metodológico

Lda. Larisa Mendóza

Asesora Gráfica

Dr. Arq. Raúl Monterroso Juárez

Tercer Asesor



DEDI-
catoria

A mis padres:

Quienes con todo su esfuerzo me dieron la oportunidad de ser profesional, y más que eso, por su excelente educación, apoyo y amor incondicional en cada momento de este largo recorrido.

A mis tres hermanos:

Por ser los mejores hermanos que alguien pueda tener, porque siempre han querido lo mejor para mí y han estado a mi lado en cada caída y en cada logro.

A mis mejores amigas:

Andrea y Veri, por estar en cada momento sin importar las distancias, porque contar los días para celebrar nuestros logros juntas hace que la espera valga la pena. Más que mis mejores amigas, mis hermanas.



AGRADE-
cimientos

A mi casa de estudios:

Mi Alma Máter, donde me formé como profesional obteniendo una excelente educación y las capacidades para poner en práctica mi profesión, y sobre todo por hacer de mí una orgullosa sancarlista.

A mis catedráticos:

Por acompañarme durante todo el proceso de mi formación y compartirme su valioso conocimiento, sus consejos y afecto.

Al Centro Cultural Miguel Ángel Asturias:

Por confiar en mí y en mis habilidades para realizar el proyecto, quedando satisfecha de su tiempo y espacio.

ÍNDI- ce

Presentación 8

9 CAP. 1 INTRODUCCIÓN

Problema 10

Justificación 10

Objetivos del proyecto 12

CAP. 2 PERFILES

13

Perfil de la institución apoyada
y servicios que brinda 14

Perfil del grupo objetivo 16

17 CAP. 3 DEFINICIÓN CREATIVA

Estrategia de aplicación
de la pieza a diseñar 18

Proceso para realizar un
manual de normas gráficas 20

Concepto creativo de diseño 20

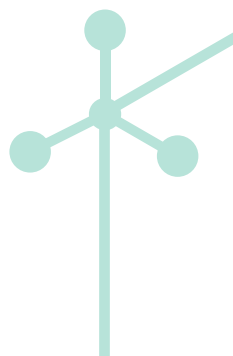
Propuesta de códigos visuales 24

CAP. 4 PLANEACIÓN OPERATIVA

27

Flujograma del proceso 29

Cronograma de trabajo 30



31 **CAP. 5 MARCO TEÓRICO**

Relevancia social del contenido a comunicar 32
Funcionalidad, ventajas y desventajas de la pieza a diseñar 33
Incidencia del diseño gráfico en el contexto del proyecto 35

CAP. 6 PRODUCCIÓN GRÁFICA 37

Nivel 1 de visualización 38
Nivel 2 de visualización 42
Nivel 3 de visualización 44
Descripción y fundamentación de la propuesta gráfica final 55

83 **CAP. 7 LECCIONES APRENDIDAS**

Durante el proceso de gestión y producción del diseño gráfico 84

CAP. 8 CONCLUSIONES 87

89 **CAP. 9 RECOMENDACIONES TÉCNICAS**

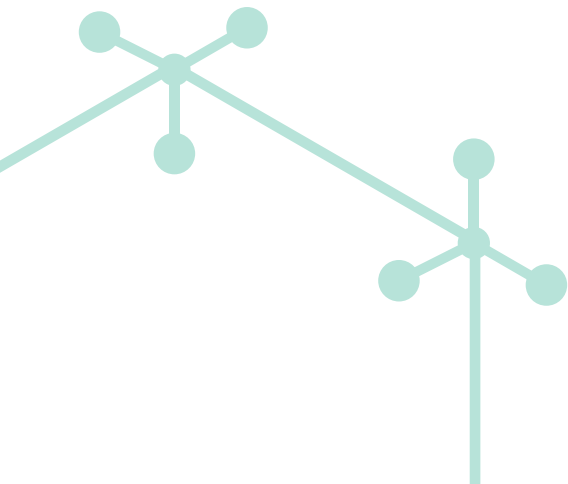
A la institución 90
A futuros estudiantes 90
A la Escuela de Diseño Gráfico 91
Para la pieza a diseñar 91

Costos del proyecto 92

Bibliografía 93

Glosario 94

Anexos 95





PRE- sentación

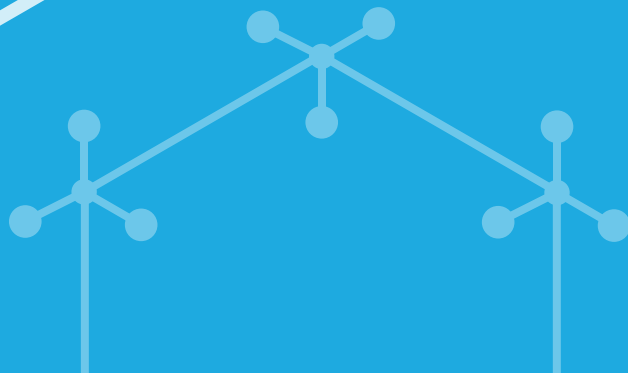
Estudiar y comunicarse con el grupo objetivo se ha convertido en un factor esencial para todas las organizaciones que buscan posicionarse dentro del mercado, ya sea para ofrecer sus servicios y expandirse, competir con otras marcas, darse a conocer, entre otros intereses. Para lograrlo es indispensable un análisis profundo para llegar a la necesidad y así, como diseñadores gráficos, llevar a cabo piezas gráficas que logren los objetivos de comunicación. El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias fue analizado y evaluado, así se llegó a su principal problema: la insuficiente comunicación con su grupo objetivo.

Es por eso, que como Proyecto de Graduación, se diseñó la pieza gráfica necesaria que permitirá a la institución llegar a su grupo objetivo, funcionando como una herramienta de comunicación, identificando y promoviendo en Centro Cultural Miguel Ángel Asturias como la entidad principal de la cultura en Guatemala mediante los parámetros de diseño establecidos en el Manual de Normas Gráficas.

Por lo tanto, en el presente proyecto el diseñador gráfico tomó un papel importante durante todo su proceso, tanto como diseñador gráfico que presta sus servicios con el fin de satisfacer una necesidad de comunicación, como ciudadano guatemalteco que busca aportar algo en beneficio a su país.

CAPÍTULO 1

Introducción





INTRO- ducción

El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias es la principal entidad de la cultura, donde su mismo nombre lo dice: “centra” a los ciudadanos en las manifestaciones artísticas, buscando reunir en cada una de esas áreas la cultura de Guatemala junto con todos los ciudadanos interesados en el ámbito artístico siendo así percibido como el lugar ideal para que la sociedad se encuentre, se relacione y se identifique con el magnífico escenario patrimonial.

PROBLEMA

El centro necesitaba comunicarse con su grupo objetivo, comenzando por establecer una línea gráfica con la que pudiera ser identificado, basándose por medio de un Manual de Normas Gráficas tanto para material impreso como para medios digitales estableciendo el uso correcto de sus elementos gráficos ya que sin una línea gráfica que identificara al CCMAA no era posible generar un medio de comunicación directo con la población, y mucho menos posicionarse permanentemente como la entidad de la cultura en Guatemala. La población afectada era el público en general del país de Guatemala, específicamente las personas interesadas en eventos cultu-

rales y artísticos, ya que no podían obtener información completa ni mantenerse actualizados de los eventos próximos a realizarse como podrían estarlo por medios de comunicación eficientes.

El problema comenzó cuando el público no podía identificar el CCMAA por la falta de comunicación, no se enteraba con anticipación de los eventos culturales y como consecuencia no podía asistir perdiendo, con el tiempo, el interés hacia la institución y los servicios que ofrece, solamente contaban con un espacio en el Portal del Ministerio de Cultura y Deportes, mcg.gob.gt donde la información no era completa ni actualizada.

JUSTIFICACIÓN

Trascendencia del proyecto

Con el diseño de un manual de normas gráficas se buscaba establecer los lineamientos de diseño, tanto impresos como digitales para informar de manera directa y constante al grupo objetivo, manteniéndolo actualizado de eventos y gestiones culturales y artísticas. Logrando con esto una comunicación eficiente que permitiera un mayor alcance hacia su grupo objetivo.

El manual de normas gráficas permitió orientar al actual diseñador del centro, aplicando el uso correcto de elementos visuales. Se pretendía alcanzar entre un 75% a 80% de su grupo objetivo en el tiempo de 4 años aproximadamente o en el período respectivo de la administración actual, esperando en ese tiempo posicionar permanentemente al centro cultural.

Incidencia de diseño gráfico

El diseñador gráfico estudió y analizó distintas estrategias por medio de una línea gráfica impresa y digital acorde al grupo objetivo obteniendo así su interés en el ámbito cultural y artístico mediante la divulgación y retroalimentación dentro del material gráfico, generando una comunicación directa y constante tanto hacia el grupo objetivo como éste hacia la institución.

El aporte del diseño gráfico fue generar comunicación visual enfocada a un grupo específico estudiando previamente, lo que pudo llegar a causar un gran impacto para la institución, para posicionarla y permitirle ser identificada así mismo facilitar el acceso a información de forma constante y que el grupo meta pudiera mantenerse actualizado y enterado de las manifestaciones artísticas y culturales del CCMAA.

Factibilidad del proyecto

Fue un beneficio para el CCMAA la realización del proyecto por su funcionalidad ya que aprovechando los medios impresos y digitales de manera correcta se obtuvo una respuesta positiva y un mejor alcance del grupo objetivo, principalmente en medios digitales ya que es mejor medio de comunicación en el mercado hoy en día. El Director del CCMAA estuvo dispuesto a la realiza-

ción del proyecto con el fin de promover sus actividades y comunicarse con su audiencia, contando con recursos y tiempo para su realización apoyando en reuniones, asesorías y talleres conforme el procedimiento del proyecto, y posteriormente con su funcionamiento apegado a la estrategia que actualmente se manejaba.

La proyectista dispuso totalmente del tiempo y asesoría de parte de la Escuela de Diseño Gráfico de la USAC obteniendo resultados positivos con el proyecto planteado.



GENERAL

Contribuir a que los guatemaltecos y guatemaltecas identifiquen al CCMAA como una institución que desarrolla y difunde cultura, por medio de los aportes del diseño gráfico.

ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN VISUAL

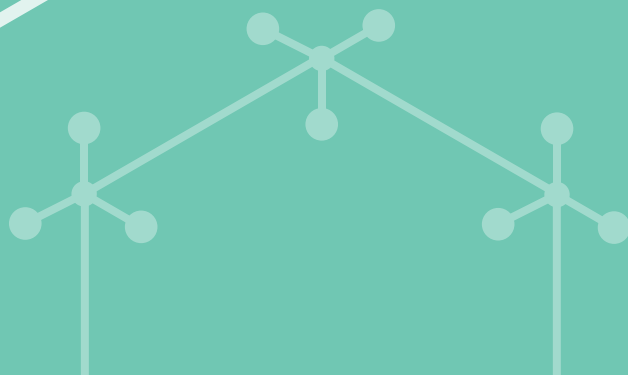
Facilitar al público, nacional e internacional, interesado en las expresiones artísticas de Guatemala, el acceso de información respecto a las actividades del CCMAA.

ESPECÍFICO DE DISEÑO GRÁFICO

Establecer la línea gráfica del CCMAA para posicionar visualmente en la mente de los potenciales usuarios, su publicidad impresa y digital mediante un manual de normas gráficas.

CAPÍTULO 2

Perfiles





PERFIL DE LA INSTITUCIÓN Y SERVICIOS QUE BRINDA

El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias se encuentra en un sector social de recreación, enfocado en la gestión y realización de programas y seminarios culturales y artísticos. Se declara patrimonio cultural de la Nación según el Acuerdo Ministerial 882-2012 y está protegido por las leyes patrimoniales nacionales e internacionales ratificadas por Guatemala, para su mejor conservación y utilización pertinente.

Es considerado como el principal centro cultural de la Nación. El corazón cultural del Ministerio de Cultura y Deportes, está dedicado a la producción, la promoción, el intercambio y la gestión de las manifestaciones culturales y artísticas de todos los tiempos, locales y universales. Abierto a todo el público es el espacio donde se llevan a cabo todas las manifestaciones artísticas que representan a los guatemaltecos y artistas reforzando así la cultural del país, logrando así, que los ciudadanos se encuentren, relacionen e identifiquen con el magnífico escenario patrimonial. Su existencia es orgullo de los guatemaltecos y admiración de quienes lo visitan.

Historia

Es un complejo arquitectónico, situado en la zona 4 de la ciudad de Guatemala y en el sector oriente del Centro Cívico de la misma, donde se encuentran el Teatro al Aire Libre, el Gran Teatro o Teatro Nacional de Guatemala, el Teatro de Cámara y el Fuerte San José de Buena Vista. Se inauguró el 16 de junio de 1978 y su creación estuvo a cargo de Efraín Recinos.

La colina se encuentra localizada en el sector oriente del Centro Cívico de la ciudad de Guatemala. Luego de que el Castillo de San José terminara en ruinas, destruido por la artillería revolucionaria del 20 de octubre de 1944, la colina fue escenario de eventos de boxeo, juegos infantiles y abandono, hasta que la visión de algunos ingenieros se manifestó en distintos planos para diseñar un complejo que reuniera los requisitos para la construcción de un Teatro Nacional.

Así, el arquitecto Marco Vinicio Asturias le presentó al presidente Miguel Ydígoras Fuentes el proyecto que se inició en 1961. De esta obra solo se pudieron construir los cimientos ya que, el 31 de marzo de 1963, un grupo de militares

derrocó al Presidente Ydígoras Fuentes y el proyecto quedó archivado. Asturias falleció poco después en un accidente automovilístico deteniéndose la construcción del teatro por más de cinco años.

En 1971 se le encargó al maestro Efraín Recinos presentar el proyecto de construcción de una obra con un concepto integral para su funcionamiento como un centro de cultura. La imaginación creadora del artista fundamentó su proyecto en las raíces de la cultura ancestral del país, de origen indígena, unido a elementos de la más avanzada arquitectura. Recinos integró, en una primera etapa, el Teatro al Aire Libre tanto al edificio del antiguo Fuerte de San José como a la conformación natural de la colina. Igualmente fue la integración final que logró cuando diseñó el resto de los edificios que conforman el actual Centro Cultural Miguel Ángel Asturias.

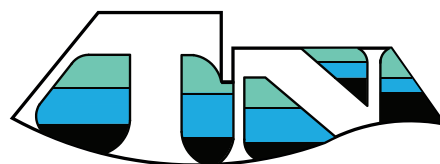
La construcción de este teatro, único en su género, duró alrededor de 16 años, desde noviembre de 1961 a junio de 1978, con algunas interrupciones. Se estrenó en un acto solemne utilizando para la transmisión del mandato del general Kjell Laugerud García el 16 de junio de 1978.

Esta obra contiene características del modernismo y del internacionalismo arquitectónicos, con el añadido de una interesante plástica escultórica, dotada de un profundo significado realista y mágico, en donde el lenguaje del arte de Recinos yace en la línea, la forma, el color y la textura. Ha sido considerado como “el más alto logro de integración plástica” alcanzado en Guatemala entre los años 1950 y 1980. Se inauguró en el Centro Cívico, un complejo que concentra edificios como el Banco de

Guatemala, el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, la Corte Suprema de Justicia, el Ministerio de Finanzas y el Instituto Guatemalteco de Turismo.

Recinos fue hasta el último minuto de su vida, un fiel guardián del Teatro Nacional, para que su majestuosidad no se perdiera. Él lo creó y lo mantuvo vivo. Cuando diseñó el edificio pensó en dos cosas: que fuera totalmente guatemalteco y que, en lugar de interrumpir el paisaje, este se fundiera en él. En esa época la moda era copiar las grandes edificaciones de Europa, tratar de acercarse París de este lado del océano, pero Recinos estaba demasiado orgulloso de sus raíces guatemaltecas como para perder la vista en el extranjero. Por eso creó un Teatro con escaleras por fuera como las pirámides mayas y con dos cabecitas de jaguar como balcones en los costados, ahí se puede hacer una cena romántica a la luz de las velas, bromeaba Recinos.

Antes de poner un solo ladrillo estudió a fondo el paisaje en donde iba a construir. Descubrió que había de telón de fondo dos volcanes y un cielo celeste límpido. Así que organizó todo para que el Teatro no opacara a la naturaleza, sino que la integrara. El techo de mosaicos azul y celeste se funde en el cielo.



TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS

Misión

El corazón cultural del Ministerio de Cultura y Deportes está dedicado a la producción, promoción, intercambio y gestión de manifestaciones culturales y artísticas de todos los tiempos, locales y universales.

Abierto a toda la sociedad, con espacios adecuados para cobijar cada una de estas manifestaciones. El equipo del centro cultural está a la vanguardia, tanto en los recursos humanos, técnicos, administrativos y espaciales, todos los recursos se enfocan en lograr la visión para el corazón cultural del MCD.

Visión

Es el lugar ideal para que la sociedad se encuentre, relacione e identifique con el magnífico escenario patrimonial, el cual siempre está a la vanguardia, una agenda cultural y artística variada le da sentido y contenido al espacio, el cual está vivo en todas sus dimensiones. El corazón cultural está abierto a la ciudad.

El lugar ideal para vivir el tiempo libre, para encontrarse de nuevo con nuestra condición humana.

PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias se enfoca en todos los ciudadanos guatemaltecos, y por otro lado, jóvenes hombres y mujeres entre 18 a 28 años con inclinaciones artísticas y que gustan en participar en actividades culturales.

La mayoría reside en la capital y poco de la minoría en el interior del país. Son trabajadores y universitarios, solteros, diseñadores, comunicadores o personas enfocadas en áreas artísticas, asisten a actividades culturales, teatro, exposiciones y actividades que apoyan su carrera

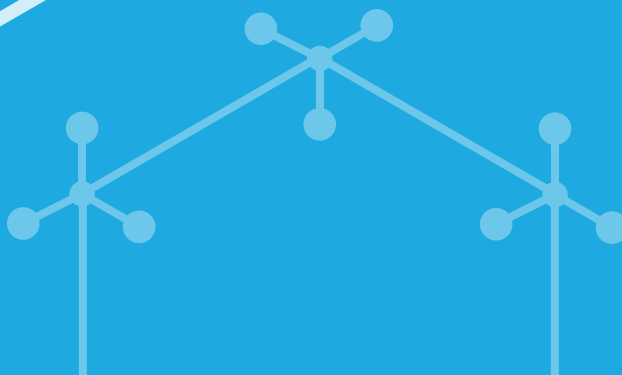
y explorar otros ámbitos artísticos, así como aportar experiencia en su preparación. Asisten a conciertos y festivales realizados dentro de la institución.

Su clase social es variante, baja y media D+, DM, D-, C+, CM, C-. Aún siendo un grupo objetivo muy amplio tienen las posibilidades de asistir a la institución y participar en sus eventos con ingresos entre Q3,000 y 8,000 mensuales.

Tienen un estilo de vida estable, trabajan en relación a su carrera y su nivel de ingresos les permite satisfacer sus necesidades y gustos como asistir a eventos culturales. Se mantienen actualizados mediante redes sociales, leen, se mantienen una buena condición física y vestimenta. Dominan el idioma inglés y estudian un tercero más.

CAPÍTULO 3

Definición creativa





DEFINICIÓN *creativa*

ESTRATEGIA DE APLICACIÓN DE LA PIEZA A DISEÑAR

Se analizaron las necesidades, antecedentes y fallas en el posicionamiento y comunicación de la institución y se evaluó cuál podía ser la pieza esencial para alcanzar los objetivos planteados. Fue esencial conocer con profundidad a la institución y evaluar correctamente al grupo objetivo para establecer la calidad de la pieza a diseñar en base a sus gustos y preferencia visual. Se realizó un esquema a partir de preguntas, que plantearon cuál es la necesidad, el por qué y cómo de la pieza a diseñar así como el proceso de elaboración.

¿Cuál es la necesidad?

El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias se percibe como un centro dedicado a la producción, promoción, intercambio y gestión de manifestaciones culturales .

Al realizar un análisis y diagnóstico de la problemática en la institución, se realizó una entrevista que permitió llegar a las conclusiones y definir a fondo una solución. En conclusión, el Centro Cultural no contaba con una línea gráfica que lo identificara como un centro cultural ni

lineamientos para el diseño de piezas gráficas que logran comunicarse con el grupo objetivo. Se veía en la necesidad de comunicarse tanto de manera impresa como digital.

¿Por qué?

El diseño del manual de normas gráficas permitió establecer los lineamientos para reproducir piezas gráficas impresas y digitales hacia el grupo objetivo, con el fin de comunicarse de manera eficiente y lograr posicionarse. Se esperaba aumentar el tráfico de comunicación en los medios digitales y lograr una interacción en el grupo objetivo.

¿Qué uso se le dará a la pieza a diseñar?

El manual de normas gráficas funcionó como una guía para el diseñador actual dentro del CCMAA. Permitted establecer una línea gráfica pertinente al grupo objetivo en las publicaciones y eso mejoró su comunicación e interacción en los medios digitales, aumentando su participación en las manifestaciones artísticas que se llevan a cabo actualmente dentro de la institución.

Esquema de definición creativa

ANTECEDENTES

No existen lineamientos de diseño para piezas impresas y digitales.

El diseñador actual no se basa en reglas de diseño para las piezas gráficas que realiza.

Los medios digitales (redes sociales) no están actualizados y las medidas de los diseños no son pertinentes a las reglas de cada red.

No cuentan con una línea gráfica que permita posicionar al CCMAA dentro del grupo objetivo.

PIEZA A DISEÑAR

Establecer lineamientos de diseño gráfico.

Establecer una línea gráfica en los medios digitales (redes sociales).

Permitir que la institución sea identificada por su grupo objetivo.

CONSECUENCIAS

Funciona como una guía para el diseñador gráfico actual del CCMAA.

Aumenta la comunicación e interacción con el grupo objetivo en los medios digitales (redes sociales).

Se imprime varias copias para ser utilizado en los distintos departamentos dentro de la institución.

Posicionar la institución dentro del grupo objetivo y que posteriormente, sea identificada fácilmente.

PROCESO PARA REALIZAR UN MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

El desarrollo de la pieza de diseño gráfico conllevó a la realización de un diagnóstico previo para identificar el problema y la necesidad institucional.

A partir del análisis diagnóstico, se procedió al proceso de diseño gráfico donde se tomó en cuenta cada lineamiento pertinente respecto al grupo objetivo, desde el concepto creativo, niveles de visualización, definición de la estructura de la pieza, los códigos visuales a utilizar y posteriormente la validación para su eficiencia o si pudiera ser editada aún y luego así ser reproducida para medio impreso y medio digital.

El proceso se dividió en tres fases que se mencionan a continuación:

1. Diagnóstico de la necesidad de diseño y comunicación

- Conocer a la institución
- Situación institucional
- Percepción y características visuales
- Investigación del grupo objetivo
- Análisis de analogías

2. Diseño

- Aplicación del concepto creativo
- Producción gráfica del diseño
- Análisis y aplicación de tipografías institucionales, paletas tipográficas, variantes de logotipo e isotopo, retícula, formatos, estilo de imágenes y comunicación digital.

3. Validación y reproducción

- Validación final con grupo objetivo
- Reproducción impresa (tangible) y digital (interactivo)

CONCEPTO CREATIVO DE DISEÑO

Al llegar al concepto creativo puede decirse que es el punto donde comenzó la esencia del proyecto, dándole sentido.

Un concepto creativo apoya la toma de decisiones en los criterios de diseño gráfico, ya que pueden existir muchas soluciones pero al aplicar distintas técnicas se puede llegar a una solución creativa, estableciendo los posibles códigos visuales pertinentes en la pieza gráfica y que puedan estar respaldadas..

El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias está ligado al concepto creativo “Corazón Cultural” que nació a partir de una estrategia de revitalización actual y así darle una connotación única al centro cultural reflejando su esencia. Siendo el lugar en donde se manifiesta y unifica la cultura. El tejido urbano se introduce para que cual venas y arterias, las calles y avenidas alimenten ese corazón dándole vida transformándose en un verdadero centro para el arte y la cultura.

Se sugirió, de parte de la institución, mantener el mismo concepto en el diseño de la pieza gráfica y que éste podía ser fusionado con otra idea siempre que respetara el sentido del concepto.

Las técnicas aplicadas para la búsqueda del concepto creativo fueron las siguientes:

- Técnica Moliere
- Técnica 4x4x4
- Técnica Da Vinci

TÉCNICA MOLIERE “OJOS ABIERTOS”

Consiste en consultar la opinión de otras personas que no tengan nada que ver con el problema. Puede ser un niño, un extranjero, una persona mayor, un profesional de otro campo. Se consultó a tres personajes ajenas:

Persona mayor

Al consultar con una persona mayor su opinión fue que la comunicación es un punto de partida donde nace la relación de una cosa con otra, y es lo que una institución como el CCMAA debe hacer: crear una comunicación con las personas que le interesan por medios que llamen su atención. Sugería que las redes sociales eran un medio de moda en los jóvenes y que podía ser una herramienta esencial para hacer contacto con ellos. Su único medio de enterarse de algún evento cultural era el periódico y que no era muy seguido.

Adolescente

La opinión de un adolescente de 16 años fue la más interesante, expresando que si tuviera la oportunidad de asistir y participar con sus amigos en las obras de teatro sería muy feliz, pero que en su colegio no realizaban ese tipo de actividades y tampoco tenía información de cómo verlas ni participar, por lo que le gustaría que los colegios estuvieran relacionados con los lugares donde realizan esas actividades culturales.

Ingeniero

Como persona totalmente ajena al tema, opinó que aunque no esté interesado en participar en alguna manifestación artística consideraba que para un país es importante y esencial que exista un lugar especial donde se realicen todas esas

actividades. Expresaba que el arte era algo a lo que no se le prestaba mucho interés en Guatemala y que al menos, en dos ocasiones había visitado el CCMAA y que no habían asistido muchas personas a dichos eventos.

Concepto obtenido

Se llegó al concepto **“el centro cultural, un corazón cultural”**, analizando las opiniones de las tres personas ajenas al tema se pudo concluir que la característica común fue el escaso conocimiento acerca del centro cultural, tanto en una persona mayor, un adolescente y un profesional. Comentaban la falta de interés al arte en el país y que era importante establecer un lugar permanente donde se llevaran a cabo eventos culturales y que si ya existía que debía darse a conocer, pues desconocían las actividades que actualmente se desarrollaban.

TÉCNICA 4X4X4

Es una técnica grupal en el cual un grupo produce ideas, primero individualmente y luego fusionarlas.

Ideas individuales

Renace la cultura
Conociendo Guatemala
Arte + Cultura
Un portal hacia la cultura

Ideas grupales

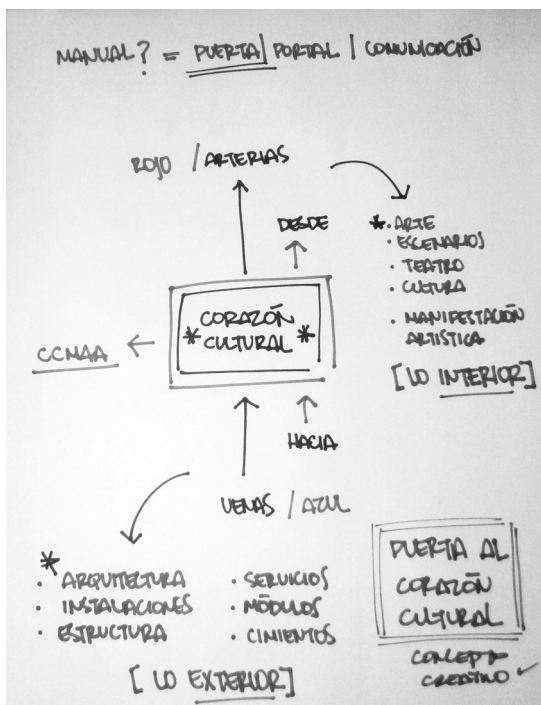
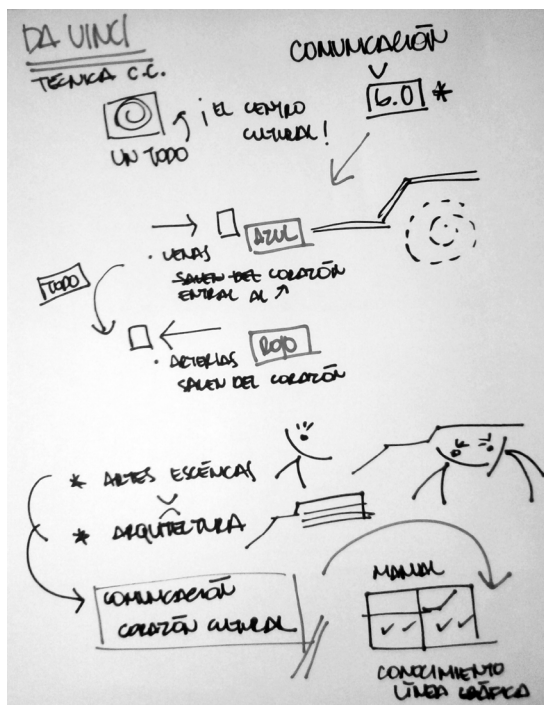
Más allá del arte, libertad de expresión
Comunicación cultural guatemalteca
Puertas al arte guatemalteco
Conociendo el corazón cultural
Portal hacia el corazón cultural

Concepto obtenido

Se concluyó **“portal del arte guatemalteco”** analizando la importancia de que exista algo que conecte el grupo objetivo con la institución. Se habló de libertad de expresión, de conocimiento y comunicación integral de la cultura siendo esencial establecer el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias como la entidad cultural en Guatemala, siendo el lugar en donde todos estos artistas puedan encontrarse y expresarse con por medio del arte.

TÉCNICA DA VINCI

Consiste en concentrarse durante unos minutos en el problema, hacer esquemas, conexión de palabras o dibujar lo que se venga a la mente, sin preocuparse por precisión. Luego analizar los dibujos y esquemas para encontrar información que tal vez no resulta fácil poner en palabras exactas.



Concepto obtenido

Con la técnica Da Vinci se llegó al concepto creativo **“una puerta hacia el corazón cultural”**, ya que un manual de normas gráficas funciona como la herramienta inicial que define lineamientos de diseño de una institución y que serán utilizados para comunicarse con el grupo objetivo al posicionar al Centro Cultural en una misma línea gráfica, que sea identificado y promovido, funcionando como una puerta que lleva al mercado meta a conocer la institución a partir de la elaboración de las piezas gráficas necesarias.



CONCEPTO
creativo

“Una puerta hacia
el Corazón Cultural.”

Una puerta es el acceso inmediato a un lugar específico que determina el primer paso al iniciar un camino, al igual que sucede con el manual de normas gráficas; es la herramienta inicial que define parámetros de diseño y comunicación para crear piezas gráficas que son utilizadas para que el Centro Cultural sea identificado y posicionado en el grupo objetivo como la entidad líder en la cultura guatemalteca.

PROPUESTA DE CÓDIGOS VISUALES

Al establecer el concepto creativo como inicio del proyecto y desarrollar una gráfica de diseño fue importante comenzar por definir códigos visuales que apoyarán en la unidad visual y llegar a la línea gráfica ideal de la pieza, representando la esencia de la institución.

Tipográfico

Gotham Font como tipografía primaria de familia palo seco o *sans serif*, busca simplicidad en el diseño y permite una lectura cómoda en títulos y párrafos. Utilizada en subtítulos sin alejarse de los límites de tamaño.

ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnnño
 pqrstuvwxyz
 1234567890i!¿?#

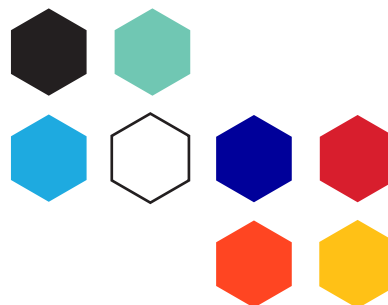
MF Queen Leela como tipografía secundaria de familia manuscrito para destacar subtítulos dentro del diseño de las piezas gráficas.

ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnnño
pqrstuvwxyz
 1234567890i!¿?#

Cromático

La paleta de color es pertinente a la identidad institucional del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, siendo los colores que lo identifican y que se han utilizado en distintas piezas gráficas

desde su existencia. Los paletas de color no pueden ser editados pero es posible generar una paleta de color secundaria que permita el dinamismo en el diseño.



Formato

Para formato digital e impreso es reproducido en orientación horizontal de 11x 8,5", a full color. Impreso en papel brillante con portada y contraportada con encuadernado especial.



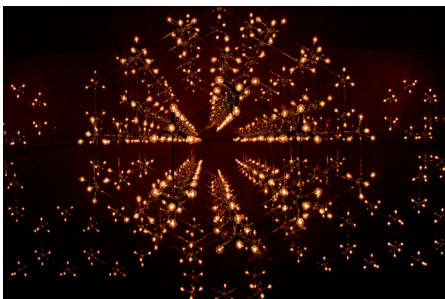
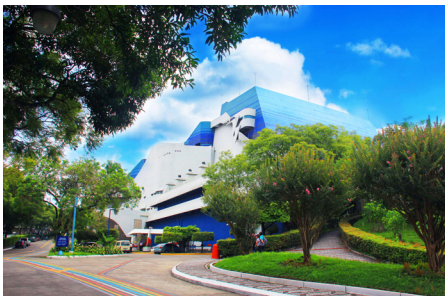
Lingüístico

Mantiene un peso considerable de redacción por secciones, acompañado de imágenes que compensan el texto y el dinamismo de la pieza gráfica.

Fotográfico

La pieza gráfica contiene fotografía institucional: desde los exteriores como su arquitectura, hermosos jardines, plazas y entornos del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias enfocados en sus detalles más importantes, así como el interior siendo los corredores, pasadizos,

gradas y demás ambientes con muchos detalles, manteniendo una combinación de ambas paletas cromáticas para encontrar el complemento en el diseño.

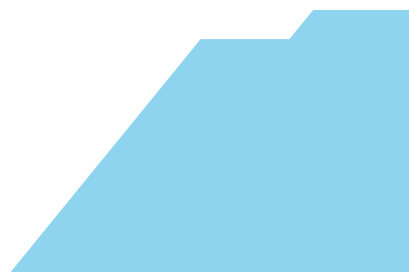


Se abstrajo el elemento principal de la lámpara de 1,000 luces ubicada en el Teatro Nacional. Utilizado como complemento en la diagramación de la pieza siendo un detalle característico.



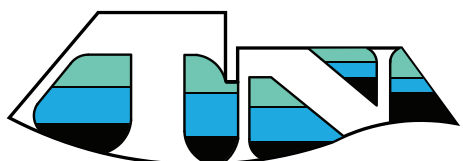
La inclinación de la arquitectura del Centro Cultural es un elemento muy llamativo y único del Centro Cultural, aplicado en la diagramación del manual para generar la presencia de marca en la pieza diseñada.

25



Íconos visuales

Logotipo institucional, siendo el elemento más importante y con el cual está posicionada la institución. Su aplicación correcta debe ir en cada una de las piezas a realizar.

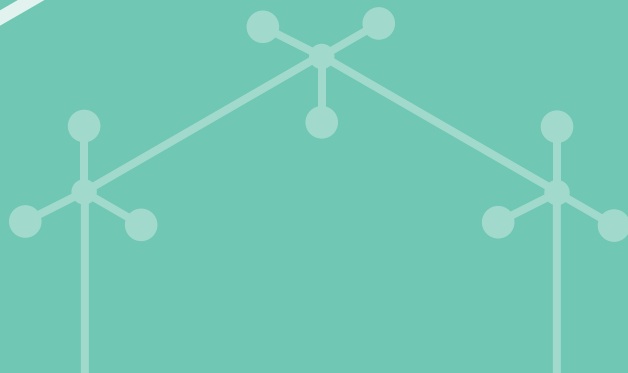


TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS

“El sacrificio de hoy,
es el éxito de mañana.”

CAPÍTULO 4

Planeación operativa





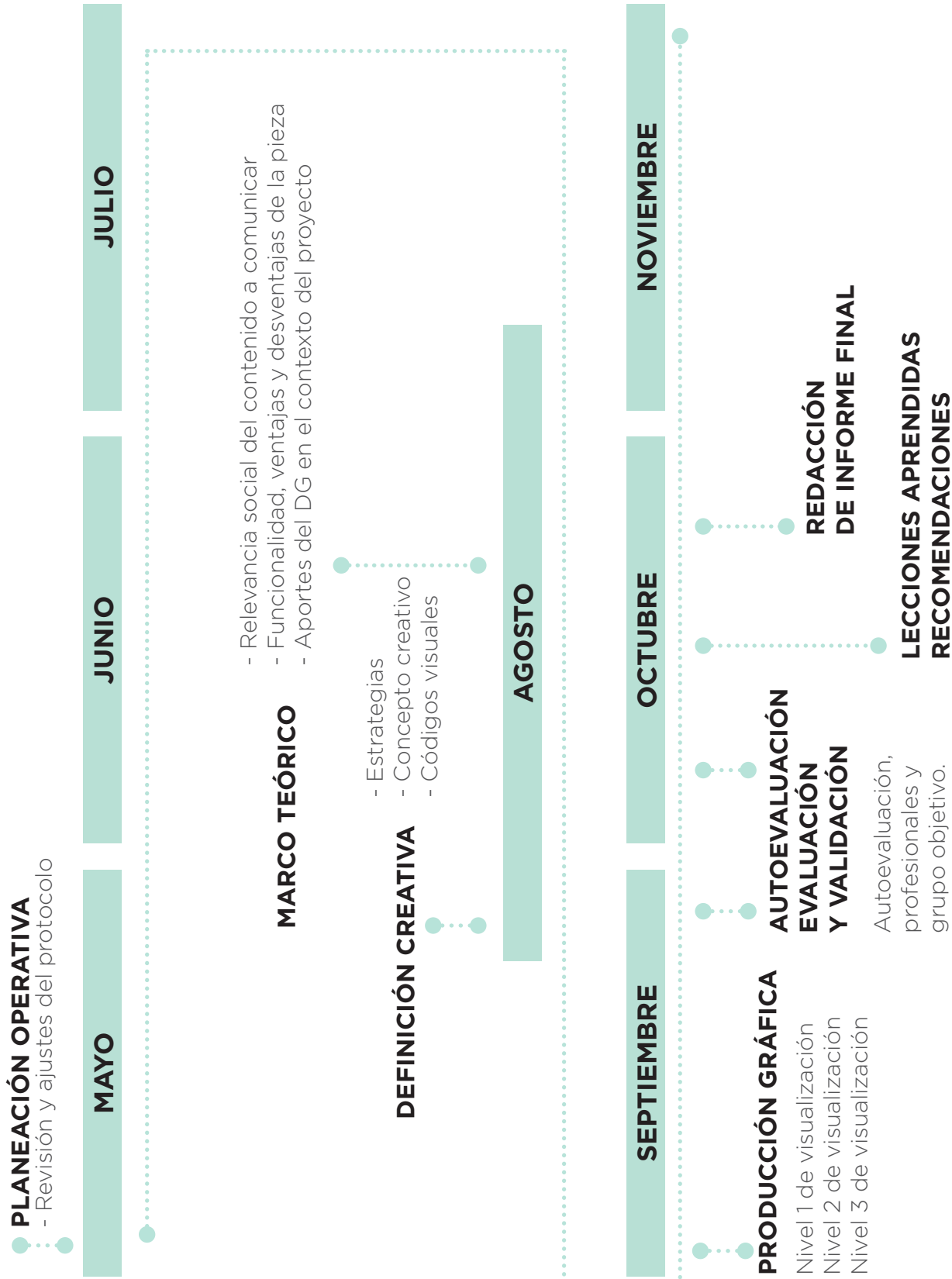
PLANEACIÓN *operativa*

FLUJORAMA

Cada etapa y actividad se conecta una con otra en base a los tiempos establecidos de forma lineal para el desarrollo del proyecto con el objetivo de organizar la producción visualizando el proceso de forma gráfica, respetando el tiempo establecido en cada fase y actividad completando el proceso del proyecto.

CRONOGRAMA

En complemento al flujograma se lleva una planificación de los meses de realización del proyecto para mantener organizadas las etapas y actividades específicas, estableciendo tiempos, los cuales deben cumplirse para finalizar el proyecto en el periodo definido.



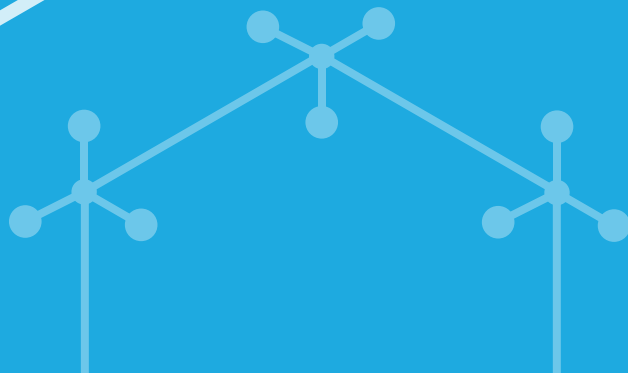
Cronograma

30

ACTIVIDAD	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
Reunión con sede				
Cronograma de actividades				
Conceptualización				
Concepto creativo				
Nivel de visualización 1				
Nivel de visualización 2				
Nivel de visualización 3				
Pieza final				
Validación				
Validación final				
Cambios finales				
Presentación a sedes				
Diagramación de informe final				
Entrega de informe final				
Clausura				
Solicitud de privado				

CAPÍTULO 5

Marco teórico





MARCO *teórica*

RELEVANCIA SOCIAL DEL CONTENIDO A COMUNICAR

Cuando se habla de cultura, en el ámbito del arte, se pueden enlistar muchísimas expresiones artísticas, muy representativas ya sea de un grupo de personas, organizaciones, entre otras. Pero, ¿en dónde se manifiestan? ¿en dónde se pueden disfrutar? Inmediatamente se piensa en un lugar enfocado a explotar y llevar a cabo todas estas expresiones que si bien son expuestas por artistas también pueden ser contempladas por los mismos y por todo un público tan extenso interesado en participar en ellas. Es por eso que en Guatemala existe el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, el principal centro cultural de la Nación.

Pensado desde hace muchísimos años, pausando su construcción varias temporadas y cuando su arquitectura comenzó a relucir en la colina, “hermoso está quedando el Teatro Nacional con su color de cielo con nubes que se confunde con las nubes y con el cielo” (Vela, 2007, p.10) fueron las palabras de Manuel José Arce en el año 1977 y finalmente fue inaugurado al año siguiente y desde entonces ha sido el lugar donde muchísimas personas importantes han expuesto sus talentos, donde se han

presentado conciertos, obras y muchos eventos culturales y es por eso que hoy en día es catalogado como Patrimonio Nacional por la Constitución Política de la República, está protegido por las leyes patrimoniales de la nación e internacionales ratificadas por Guatemala, para su conservación y utilización.

Y hoy, busca ser posicionado como el corazón cultural donde nacen todas las manifestaciones artísticas y culturales en Guatemala. Lastimosamente con el tiempo se han devaluado sus instalaciones y el mantenimiento ha sido escaso, algunas construcciones no fueron finalizadas y se usan parcialmente pues varios reportes hechos con anterioridad registran el estado de deterioro. El centro cultural ofrece un servicio de renta para su uso temporal y no asiste la cantidad del público para el cual se tenía pensado desde un principio siendo evidente que sobrevive únicamente como una sala o espacio en alquiler.

Es por eso que a principios del año 2015 se comenzó a implementar una estrategia de revitalización integral, analizando el estado actual y diagnosticando los problemas del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, en principio, desde la

perspectiva espacial, la necesidad de visualizarlo desde el punto de vista humano para un complejo que por reunir una serie de valores es Patrimonio Cultural de la Nación y de ahí nace la necesidad de establecer una plataforma metodológica.

Comenzando por su misión la cual hace mención de ser “el corazón cultural del Ministerio de Cultura y Deportes, dedicado a la producción, promoción, intercambio y gestión de manifestaciones culturales y artísticas de todos los tiempos, locales y universales” (CCMAA, 2015) está abierto a toda la sociedad, con espacios adecuados para cobijar cada una de esas manifestaciones, el equipo del centro cultural está a la vanguardia, tanto en lo respectivo a los recursos humanos, técnicos, administrativos y espaciales, todos los recursos se enfocan en lograr la visión para ser el corazón cultura de la Nación. A partir de eso nace la propuesta de planificación que busca alcanzar una visión: ser el principal centro cultural, el lugar ideal para que la sociedad se encuentre, se relacione y se identifique con el magnífico escenario patrimonial, vivo en todas sus dimensiones, como bien se menciona anteriormente, está abierto a la ciudad, el tejido urbano se introduce cual arteria al corazón a través de sus accesos, principalmente con sus vecinos más inmediatos pero conectado a la ciudad por medio de un servicio de transporte público y comodidades para otras alternativas de movilidad.

Revitalizar quiere decir que es necesario activar nuevamente la vida de este centro, es importante e ideal reinventar su razón de ser, con una visión a futuro ya que debe y será el corazón cultural de la Nación y para eso necesita ser un centro lleno de vida con la completa

disponibilidad a todos los ciudadanos y totalmente permeable a la trama urbana para que cual venas y arterias, calles y avenidas alimenten ese corazón con la vida que son los guatemaltecos y que pueda transformarse en un verdadero parque para el arte y la cultura que identifica a Guatemala en su esencia.

Una parte de la estrategia de revitalización integral del centro es comenzar a comunicarse con su grupo objetivo y comunicarse con esos artistas ansiosos por el arte y por explotar sus habilidades así como a todos los ciudadanos interesados en el ámbito cultural, pues el centro siempre está relacionado con la gente. Dar a conocerlo es parte de la estrategia que busca darle vida al corazón cultural, promoverlo como la principal entidad cultural de Guatemala y para eso se necesita un plan de diseño y comunicación que permite convocar al público comenzando por establecer lineamientos y parámetros para ser posicionado dentro de su público objetivo.

“El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias es el lugar ideal para vivir el tiempo libre, para encontrarnos de nuevo con nuestra condición humana” (Monterroso, Véliz y Ramírez, 2015).

CARACTERÍSTICAS, FUNCIONALIDAD, VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA PIEZA A DISEÑAR

Toda pieza gráfica está conformada por elementos diseñados detalladamente de manera que pueda representar a la organización o institución, pero, más que eso, su proceso de creación comienza desde una idea única: el concepto creativo. Todas las características de la pieza gráfica existen a partir de un concepto que nace del proceso de la investigación tanto del campo como del grupo objetivo y un análisis profundo, entre otros aspectos.

Como explica Luiggi Santa María (2013) que: “El concepto de una marca supone una operación minuciosa y por sí misma, altamente descriptiva. No solamente a nivel gráfico, sino también a nivel conceptual”.

Al momento de la creación de un manual de normas gráficas, en este caso, es importante tomar en cuenta puntos importantes como coordinar los elementos visuales y que éstos sean pertinentes en su aplicación, es decir, un espacio en donde se establecen reglamentos de aplicación de los elementos visuales de forma que se puedan controlar sus características y sus distintas formas de uso.

Los elementos visuales sobresalientes son el logotipo, sus variables y aplicaciones, el isotipo, la tipografía institucional, paletas de color y normas de diagramación. Haciendo un enfoque en lo que refiere al isotipo, es la parte icónica o más reconocible de una marca, en otras palabras, es el elemento constitutivo de la identidad y que al mismo tiempo delinea el mapa connotativo para el logotipo así como su aplicación

de diseño de un proyecto de identidad y su aplicación en papelería, uniformes, piezas de publicidad, etc.

Luego de definir las variables y aplicaciones del logotipo, las tipografías pertinentes, paletas de color, estilo de imágenes y demás elementos visuales, éstos en su fusión son normados y aplicados tanto para piezas impresas como digitales buscando siempre llevar el mismo ritmo de diseño tomando en cuenta los parámetros importantes, como Maximiliano Martín (2015) enfatiza: “En proyectos web es fundamental contar con definiciones claras para las distintas aplicaciones de la marca en plataformas digitales, ya que estas tienen características muy diferentes a las de los medios impresos”.

Pero, ¿cómo se norman esos elementos visuales y sus aplicaciones?, ¿cómo se define una diagramación pertinente para folletos y a la vez anuncios publicitarios digitales? La funcionalidad de un manual de normas gráficas es buscar la armonía de los elementos visuales en distintas piezas, desde impresos hasta publicaciones en medios digitales, en este caso también, redes sociales como medio de comunicación de alto tráfico del grupo objetivo. ChDesign (2013) afirma: “La imagen corporativa se proyecta para transmitir, aumentar y preservar el prestigio y carácter de la empresa, incrementar las operaciones por la preferencia de los servicios de la empresa y obtener una presencia permanente en la conciencia del público”.

Una de las ventajas del manual de normas gráficas de una empresa es que logra posicionar a la marca y a los servicios que ofrece, ya que utilizando una misma línea gráfica de forma constante, eventualmente ésta será posicionada en

la mente del consumidor o grupo objetivo y con el tiempo será reconocida muy rápido. Otra de las ventajas es, que dándose el caso que la institución opte por un nuevo diseñador gráfico, el manual puede guiarlo a aplicar los lineamientos gráficos en las piezas a realizar e ir familiarizándose con la institución. Por otro parte es importante hacer énfasis en una de las desventajas en el caso del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias es que existe la posibilidad, que al momento de cambiar la administración interna también puedan cambiar las vías de comunicación y al mismo tiempo la línea gráfica con la que se comunica con su grupo objetivo.

Por lo tanto es indispensable que las bases de diseño sean lo más adecuadas a la institución para que de esa manera pueda permanecer por un largo tiempo o en el mejor de los casos, que sean bases permanentes como lo es actualmente el logotipo, que no puede ser editado ni reemplazado por ser una pieza realizada por Efraín Recinos y que está catalogado como emblema permanente del Teatro Nacional.

APORTES DEL DISEÑO GRÁFICO EN EL CONTEXTO DEL PROYECTO

¿Por qué un manual de normas gráficas? ¿Es indispensable dentro de una organización? Estas son unas de las tantas preguntas que con frecuencia se hacen la mayoría de las empresas e instituciones. Independientemente de la funcionalidad de la empresa, ésta se ve en la necesidad, casi obligación, de identificarse dentro de la sociedad para ser posicionada y qué mejor que sea un diseñador quien establece los lineamientos de diseño y comunicación aplicando su capacidad y creatividad para que una empresa pueda llegar a su grupo objetivo de manera eficiente.

Lo interesante, es que en los últimos años la demanda de los servicios de diseño gráfico de parte de las instituciones aumentan en sobremanera buscando formas de posicionarse dentro de un mercado altamente competitivo y en constante cambio hoy en día, como Nicol Valenzuela (2013) comenta: “El diseño gráfico es una disciplina dúctil, que está constantemente predefiniéndose según las necesidades del medio en el cuál se desenvuelve nuestra sociedad”. Años atrás, el Diseño Gráfico en Guatemala no se veía en gran demanda no solo por el hecho de ser un trabajo desvalorizado sino también porque de cierta forma las instituciones desconocían lo eficiente que la creatividad de un diseñador podía generar un alto impacto en el mercado; por su capacidad de generar elementos visuales en base a estudios del grupo objetivo; jugar con la psicología y la percepción sobre alguna marca o producto y llegar fácilmente al mercado en base a conceptos creativos.

El posicionamiento dentro de una sociedad “se construye mediante la comunicación activa de los atributos, beneficios y valores distintivos, previamente seleccionados en base a la estrategia” (Espinoza, 2015) de la institución. Al diseñar el manual de normas gráficas para el Teatro Nacional se esperaba que pudiera ser posicionado como el principal centro cultural de la nación mediante lineamientos de diseño que llegaran a ser utilizados por un largo tiempo o, permanentemente.

Como se menciona anteriormente, los servicios del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias no han sido utilizados como se esperaba hace muchos años, algunas de sus instalaciones no fueron finalizadas y actualmente el centro es alquilado para llevar a cabo obras y manifestacio-

nes de las que el público muchas veces no se entera o que no logran un alto alcance de comunicación, en todo caso quien le hace más publicidad es la organización que alquila y que da a conocer su evento en sus propios medios, ya sea un concierto, una conferencia, entre otras.

El único medio que existe del centro cultural es una agenda subida en un portal en la web que no es muy frecuentado y también las redes sociales que no mantienen un alto tráfico de interacción ya que la información a veces es escasa y no mantiene una línea gráfica en sus publicaciones y esto confunde al público y desconoce que se trata de la misma institución.

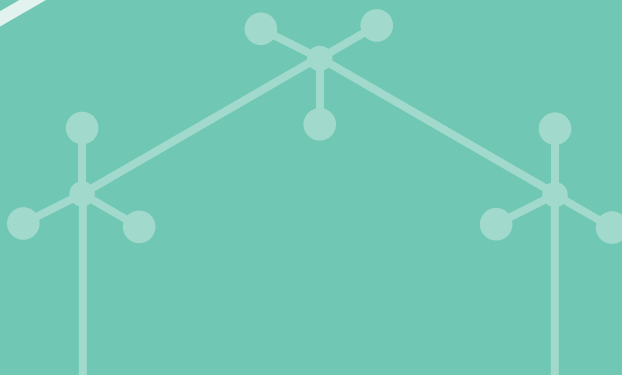
La comunicación que debe de tener el Centro Cultural hoy en día con su mercado objetivo debe ser constante, que se involucre con éste y que sea su prioridad obtener una retroalimentación, que las personas asistan a los eventos culturales y se enteren constantemente. Para eso es esencial analizar y “conocer las actitudes de un mercado objetivo frente a las campañas y los diferentes medios de comunicación” (DefiniciónABC, 2015) y, por mucho, ese análisis es parte del aporte de un diseñador gráfico hacia la institución al realizar las piezas gráficas. El manual no está elaborado

solamente para piezas impresas, también para medios digitales ya que son un medio para darse a conocer muy amplio y con muchas ventajas porque se tiene un contacto directo con el grupo objetivo y viceversa. Ambos medios de comunicación deben ser evaluados.

Es por eso que, al analizar esa ausencia de comunicación de una institución con su grupo objetivo es cuando el papel del diseñador gráfico sale a la luz para aportar mediante su capacidad y creatividad la funcionalidad de un manual de normas gráficas que permita lograr el objetivo principal: la comunicación.

CAPÍTULO 6

Producción gráfica



NIVEL 1

Producción gráfica

NIVEL #1 VISUALIZACIÓN Y AUTOEVALUACIÓN

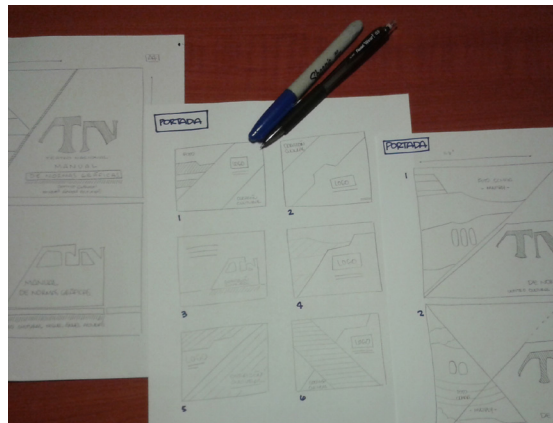
Luego de tener una previsualización de los códigos visuales se procedió a la fase de bocetaje, en la que se realizaron bocetos exhaustivos de partes relativas de la pieza a diseñar captando ideas, ángulos, composición, retículas, etc., y así obtener distintas propuestas de cada parte relevante de la pieza para proceder al siguiente nivel de visualización.

Categoría 1 Bocetos en roof

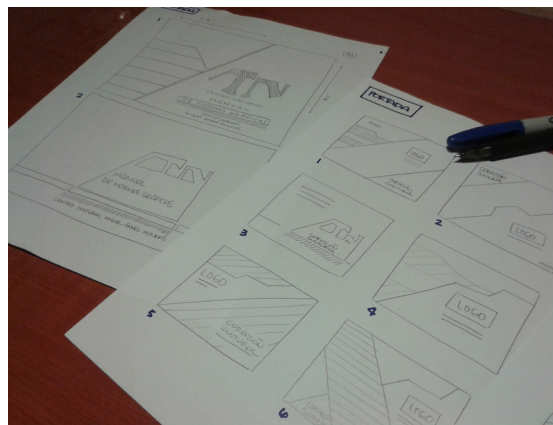
Se bocetaron 30 propuestas, divididas en 10 bocetos para portada, 10 bocetos para portadilla y 10 bocetos para páginas interiores, con el fin de obtener más opciones y variantes de cada una de las partes relevantes de la pieza gráfica diseñar.

Esta categoría permitió bocetar con toda la libertad para generar todos los bocetos a lápiz que fueran posibles sin tomar en cuenta una definición visual muy precisa, generando una alta cantidad de opciones que pudiera definir un diseño casi final de la línea gráfica para la siguiente categoría de bocetaje.

Bocetos de portada

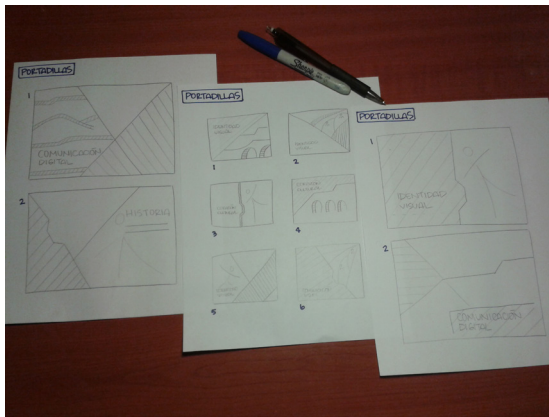


Visualización de las 10 propuestas para portada, siendo lo más próximo al concepto creativo, en donde debe ser mejor reflejado por ser la presentación de la pieza gráfica a diseñar.

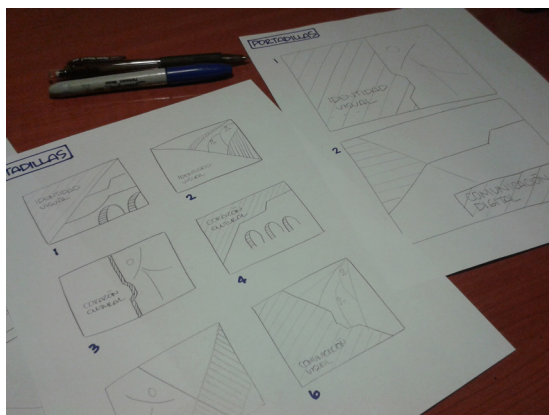
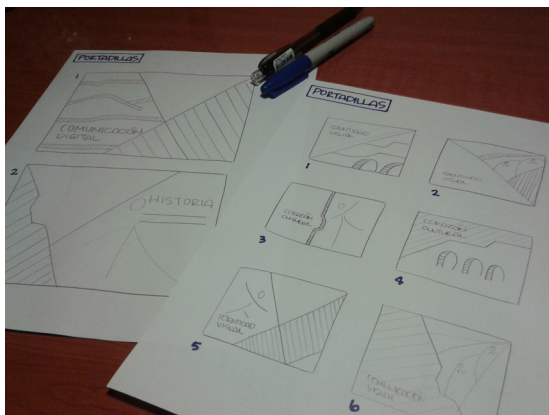


El bocetaje facilitó generar muchas variantes de diagramación.

Bocetos de portadilla

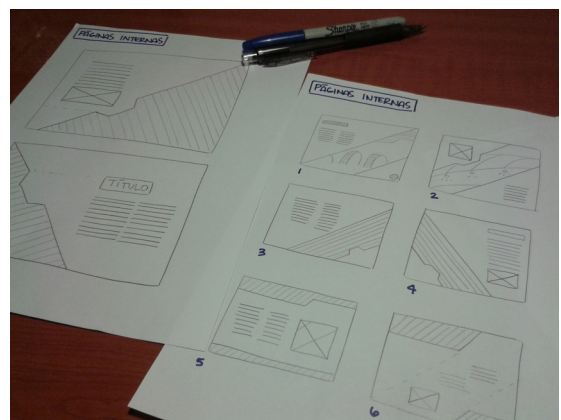
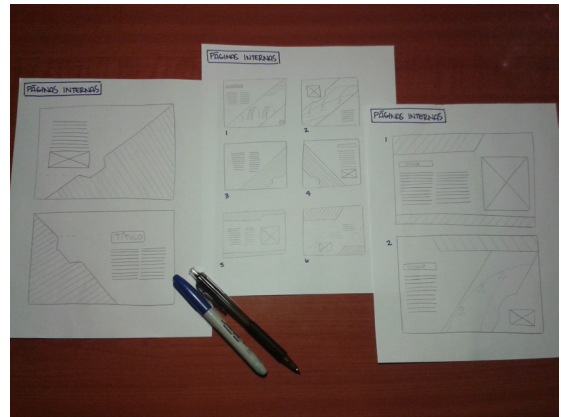


Visualización de las 10 propuestas para portadilla, una parte medianamente relevante pero no deja de ser importante en la cual se pretendía utilizar fotografía y titulares como elementos sobresalientes en la diagramación.

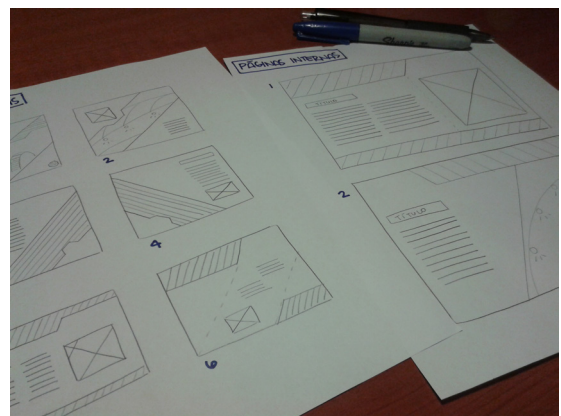


El bocetaje generó variantes estilizadas y limpias.

Bocetos de páginas internas



Visualización de las 10 propuestas para páginas interiores, siendo el cuerpo de la pieza donde se pretendía manejar un recorrido visual constante aplicando en su mayoría, líneas inclinadas haciendo referencia a la arquitectura del teatro.

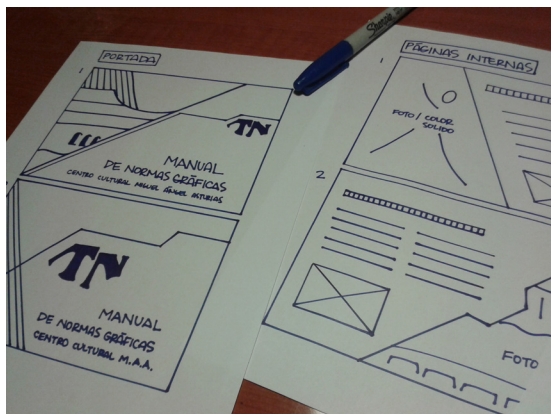
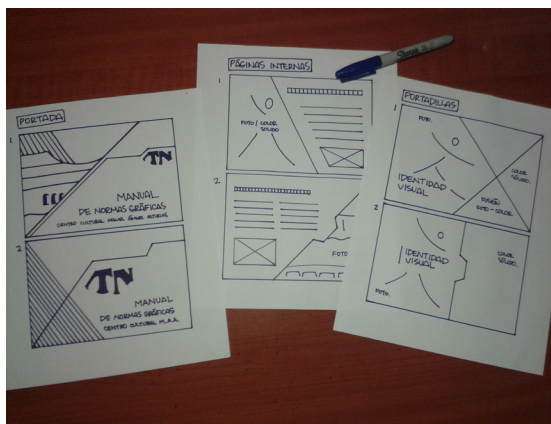


El bocetaje facilitó visualizar el recorrido visual y determinar detalles en los títulos.

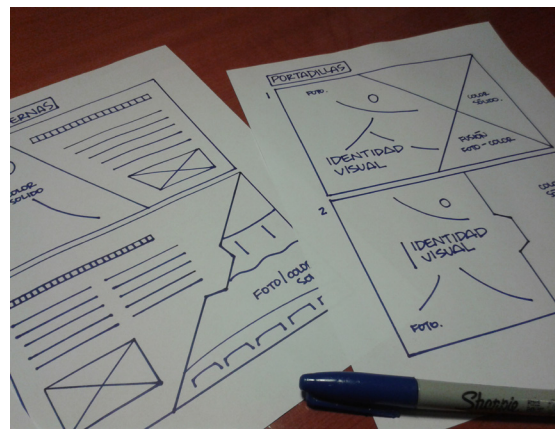
De la categoría #1 se optó por las dos opciones más pertinentes de cada parte relevante de la pieza (portada, portadilla y páginas interiores) para proceder a una visualización de delineado y mejor definición visual más cercana a una presentación final.

Categoría 2 Definición intermedia de formas y composición (delineado)

Las opciones seleccionadas de la categoría anterior se definieron con marcador, con más detalles visuales y desarrollándolas técnicamente de mejor forma facilitando delimitar los posibles códigos visuales a utilizar.



Visualización de los bocetos en delineado en los cuales se pudo obtener una posible retícula en la composición y diagramación de la pieza gráfica.



Al unir todas las partes relevantes de la pieza se obtuvo un resultado dinámico ya que todas llevan una secuencia en la diagramación.

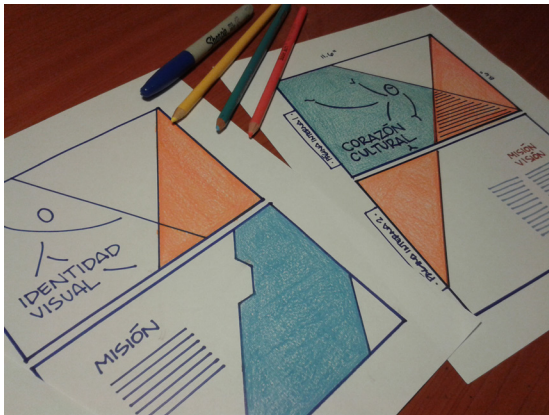
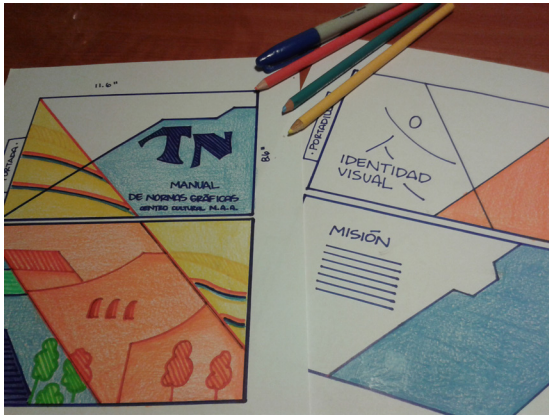
Esta categoría permitió definir la mejor opción de cada una de las partes relevantes del diseño, procediendo a la categoría final donde se definen mejor los detalles aplicando técnicas de expresión gráfica a prueba de color.

Categoría 3 Definición final

Se manejó una mayor definición en las partes seleccionadas y que se inclinaban más a la presentación final, mediante técnicas de expresión gráfica en donde pueden visualizarse mejor los códigos visuales a utilizar, manejo de color y detalles con mejor calidad visual.



Se pudieron visualizar las piezas relevantes seleccionadas en las cuales se aplicaron ambas paletas institucionales, combinando colores fríos y cálidos.



Las propuestas mantienen el concepto creativo, los códigos visuales son pertinentes y la retícula logra un recorrido visual.

Para finalizar, se optó por la mejor opción de cada una de las partes relevantes de la pieza gráfica a partir de la categoría anterior, las cuales prosiguen al siguiente nivel digital y a la autoevaluación del estudiante con los resultados obtenidos. **(Ver anexos 1)**

Terminando el nivel #1 de visualización se determina si el desarrollo de bocetaje del proyecto está encaminado hacia el cumplimiento de los objetivos, siendo así se prosiguió exitosamente al próximo nivel de visualización.

NIVEL 2

Producción gráfica

NIVEL #2 VISUALIZACIÓN Y COEVALUACIÓN

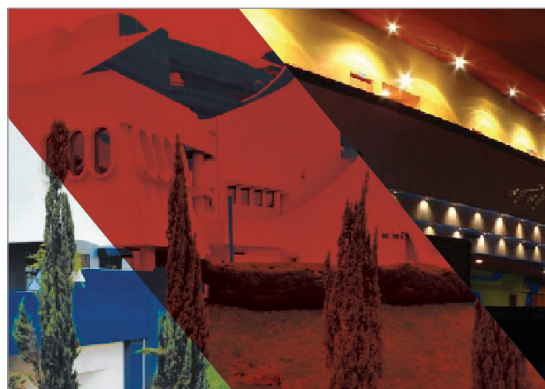
Próximo al finalizar el nivel #1 de visualización se comienza a dar forma a las piezas digitalmente.

Fue muy esencial y constructivo la evaluación del estudiante y al mismo tiempo la crítica de los asesores para determinar las mejoras en los detalles finales que posteriormente fueron evaluadas por profesionales en el área de diseño mostrando un diseño al tamaño en el cual sería reproducido, así como aplicación de fotografías, tipografías, color y demás códigos visuales ya establecidos.

Los resultados de la coevaluación con profesionales dio resultados positivos con cambios mínimos a realizar en la pieza gráfica a diseñar.

Digitalización de portada y contraportada

El diseño de portada y contraportada iba manteniendo el concepto creativo ya que se buscaba fusionar tanto la esencia de lo interno como externo del centro cultural, utilizando así una combinación de color, con transparencias en las fotografías y la inclinación del Teatro Nacional.



El color azul representa la arquitectura, su ambiente externo y el anaranjado representa su calidez interior: el corazón cultural.

Digitalización de portadilla acompañada de una página interior

En la portadilla se aplicó el mismo ritmo de diagramación que la portada, creando una fusión de la inclinación anaran-

jada, este color es representativo del interior del centro cultural y al mismo tiempo las artes escénicas siempre jugando con colores fríos y cálidos.



MISIÓN VISIÓN

Somos el corazón cultural del Ministerio de Cultura y Deportes, dedicado a la producción, promoción, intercambio y gestión de manifestaciones culturales y artísticas de todos los tiempos, locales y universales. Abierto a toda la sociedad, con espacios adecuados para cobijar cada una de esas manifestaciones.

El equipo del centro está a la vanguardia, tanto en lo respectivo a los recursos humanos, técnicos, administrativos y espaciales, todos los recursos se enfocan en lograr la visión

para ser el corazón cultural del Ministerio de Cultura y Deportes. Somos el corazón cultural del Ministerio de Cultura y Deportes, dedicado a la producción, promoción, intercambio y gestión de manifestaciones culturales y artísticas de todos los tiempos, locales y universales. Abierto a toda la sociedad, con espacios adecuados para cobijar cada una de esas manifestaciones.

Digitalización de páginas interiores

La secuencia de las páginas interiores refleja dinamismo en su diagramación combinando ambos colores complementarios manteniendo un recorrido visual que representa el corazón cultural.

CONTACTO

DIRECCIÓN
4 Calle 3-81,
Guatemala, Guatemala

TELEFONOS
+502 2232 4041
+502 2232 4041

www.teatronacional.com.gt
info@teatronacional.com.gt
http://mcd.gob.gt

MISIÓN Y VISIÓN

Somos el corazón cultural del Ministerio de Cultura y Deportes, dedicado a la producción, promoción, intercambio y gestión de manifestaciones culturales y artísticas de todos los tiempos, locales y universales. Abierto a toda la sociedad, con espacios adecuados para cobijar cada una de esas manifestaciones.

El equipo del centro está a la vanguardia, tanto en lo respectivo a los recursos humanos, técnicos, administrativos y espaciales, todos los recursos se enfocan en lograr la visión para ser el corazón cultural del Ministerio de Cultura y Deportes.

MISIÓN Y VISIÓN

Somos el corazón cultural del Ministerio de Cultura y Deportes, dedicado a la producción, promoción, intercambio y gestión de manifestaciones culturales y artísticas de todos los tiempos, locales y universales. Abierto a toda la sociedad, con espacios adecuados para cobijar cada una de esas manifestaciones.

El equipo del centro está a la vanguardia, tanto en lo respectivo a los recursos humanos, técnicos, administrativos y espaciales, todos los recursos se enfocan en lograr la visión para ser el corazón cultural del Ministerio de Cultura y Deportes.

Donde el color azul juega el papel de las venas siendo el exterior y su inigualable arquitectura y el anaranjado las arterias las artes escénicas y la esencia de su interior.

Todas las paginas siguientes fueron diseñadas siguiendo la misma línea gráfica manteniendo la misma diagramación secuencial, aplicando fotografía y variando con los colores institucionales.

Para finalizar este nivel de visualización se procedió a la coevaluación con profesionales en la cual los resultados fueron positivos como se mencionaba anteriormente, influyendo en la portada donde siendo la base de entrada de la pieza gráfica, debía generar un impacto visual. Aprovechando la fotografía se decidió colocar un elemento más representativo del centro cultural, tanto de su exterior como su interior. **(Ver anexos 2)**

NIVEL 3

Producción gráfica

NIVEL #3 VISUALIZACIÓN Y VALIDACIÓN

Luego de finalizar el nivel #2 de visualización habiendo aplicado los cambios sugeridos por los expertos y profesionales a partir de las críticas y opiniones objetivas, se llevó a cabo el siguiente nivel en el cual se procede a preparar la pieza gráfica lo más próxima al resultado

final con la que se realiza la validación de manera física; se realizaron impresiones al 100% de tamaño, carta horizontal (11*8.5”) así como un prototipo en tamaño mínimo que permitió visualizar el dinamismo y recorrido visual dentro de la diagramación permitiendo una mejor visualización por el grupo objetivo y con eso obtener un mejor resultado final.

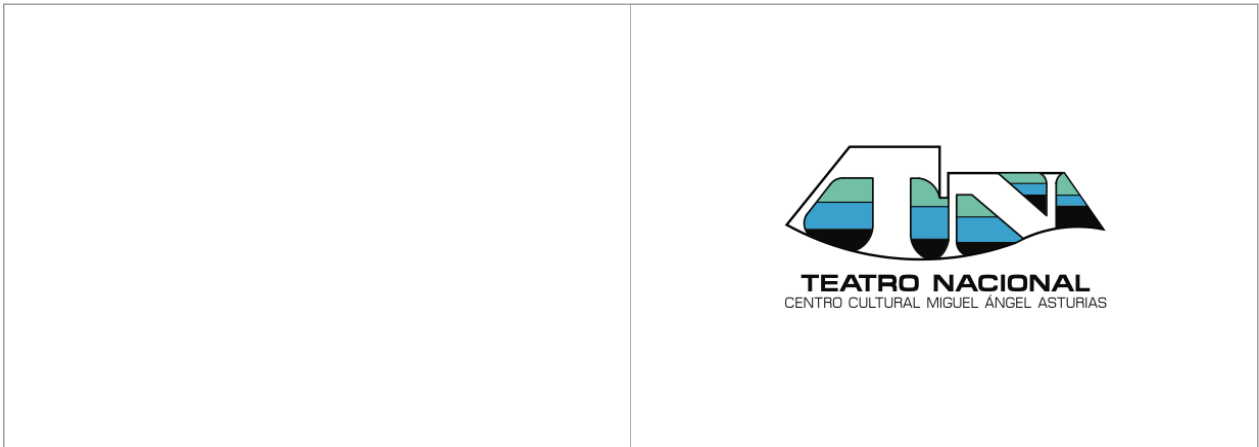
Pieza a validar

44



Portada y contraportada

En el diseño de portada y contraportada se puede visualizar la fusión del exterior con el interior del centro.



Portadilla secundaria
Como inicio del manual, se coloca el logotipo de la institución.



Portadillas y páginas interiores
Las páginas interiores mantienen un recorrido visual en la diagramación.

MISIÓN

Somos el corazón cultural del Ministerio de Cultura y Deportes dedicado a la producción, promoción, intercambio y gestión de manifestaciones culturales y artísticas de todos los tiempos, locales y universales. Abierto a toda la sociedad con espacios adecuados para cobijar cada una de estas manifestaciones artísticas.

El equipo del centro cultural está a la vanguardia, tanto en los recursos humanos, técnicos, administrativos y espaciales, todos los recursos se enfocan en lograr la visión para el corazón cultural del MCD.



VISIÓN

Somos el lugar ideal para que la sociedad se encuentre, relacione e identifique con el magnífico escenario patrimonial, el cual siempre está a la vanguardia, una agenda cultural y artística variada le da sentido y contenido al espacio, el cual está siempre vivo en todas sus dimensiones.

El corazón cultural está abierto a la ciudad. El lugar ideal para vivir el tiempo libre, para encontrarse de nuevo con nuestra condición humana.

Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

46



CORAZÓN CULTURAL

Página de respiro
La fotografía panorámica pretende hacer descansar al lector.



IDENTIDAD VISUAL

LOGOTIPO Y SLOGAN

LOGOTIPO

El logotipo diseñado por el Maestro Efraín Recinos es una pieza que representa en su máxima expresión al Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, hace referencia a la estructura de su arquitectura, el color del cielo no puede ser modificado o rediseñado. Solo es permitido ser utilizado en sus distintas aplicaciones de color.

SLOGAN

Nuestro concepto "Corazón cultural" es la representación de un centro en donde renace la cultura, tal como lo dice nuestra misión y nuestra visión.



TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS

Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

RETÍCULA



TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS

ISOTIPO

El isotipo del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias está conformado por dos letras, T y N, que hacen referencia a "Teatro Nacional".
Diseñado por el maestro Efraín Recinos, anónimamente en un principio, aplicando un concepto bastante contemporáneo, éste denota la fachada del centro cultural de manera que ambas letras juegan formando su silueta y finalmente unidas con una onda dándole dinamismo y equilibrio en su composición. Puede ser aplicado en piezas gráficas sin los textos inferiores, pero manteniendo siempre el equilibrio en ambas letras sin modificar su composición.





Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

TIPOGRAFÍA

Gotham Font como tipografía primaria de familia palo seco o sans serif, busca simplicidad en el diseño y permite una lectura cómoda en títulos y párrafos.

MF Queen Leela como tipografía secundaria de familia manuscrita para destacar subtítulos dentro del diseño de las piezas gráficas.

GOTHAM FONT

ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmknño
pqrstuvwxyz
1234567890!@?#

MF QUEEN LEELA

ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmknño
pqrstuvwxyz
1234567890!@?

COLOR

La paleta primaria es abstraída de nuestra identidad institucional, haciendo referencia a los colores del cielo en distintas tonalidades de azules. Deben ser las piezas gráficas. Puede ser acompañada de nuestra paleta secundaria.

Abstraída de las paredes del interior del Teatro Nacional, nuestra paleta secundaria está definida de manera que pueda ser complementada con la paleta primaria buscando una complementación.

PALETA PRIMARIA

- C02-M01-Y03-B00 / R03-G0-B00 #000000
- C02-M01-Y03-B10 / R04-G0-B10 #0070C0
- C02-M01-Y03-B20 / R05-G0-B20 #00AEEF
- C02-M01-Y03-B30 / R05-G0-B30 #00C0FF

PALETA SECUNDARIA

- C00-M00-Y00-B11 / R05-G0-B11 #0000FF
- C04-M07-Y02-B11 / R05-G0-B11 #0000FF
- C04-M07-Y02-B11 / R05-G0-B11 #FF0000
- C04-M07-Y02-B11 / R05-G0-B11 #FF0000
- C04-M07-Y02-B11 / R05-G0-B11 #FF0000



Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

TAMAÑOS Y ÁREAS DE RESPETO







APLICACIÓN EN COLORES



TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS
Full color



TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS
Blanco y negro



TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS
Un color



TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS
Sobre color sólido



TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS
A color sobre imagen



TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS
Isotipo sobre fotografía



Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

APLICACIÓN SOBRE FORMATOS

Vertical

Horizontal

Circular

Rectangular

GUÍA BREVE DE APLICACIÓN

1. Definir formato
2. Aplicar imagen y ubicación de topografía
3. Definir topografía
4. Aplicar lógica de color

Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

ENCUADRES ACERCAMIENTOS

En encuadres panorámicos se debe buscar el equilibrio en la composición de la fotografía, los acercamientos deben permitir visualizar el objeto o la persona lo más detallado posible. La importancia de la fotografía para nuestra institución es transmitir la esencia y no divorciarse del concepto.

MODELOS LENGUAJE CORPORAL

Nuestro público, todos los artistas, ciudadanos guatemaltecos quienes asisten a nuestro centro cultural son parte de nuestros modelos, lo son, tanto quienes se expresan en las manifestaciones artísticas como quienes vienen a disfrutarlas. Su lenguaje corporal y los gestos naturales que los caracterizan.

Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

TIPOS DE TOMAS PERSPECTIVAS

Los tipos de tomas y distintas perspectivas preferiblemente debe ser: panorámicas, plano general y tomas a detalle. Es importante visualizar los detalles, captar ángulos de los ambientes y personas, transmitir la esencia del Teatro Nacional, un centro cultural y artístico.

LÓGICA DE COLOR

Todo entra por nuestros ojos, y gran parte de nuestro grupo objetivo son artistas por lo que mantener una línea gráfica vivida y que llame su atención es lo que buscamos mediante la fotografía, desde full color, duotono, blanco y negro, etc. Siempre transmitiendo la esencia del centro cultural.

Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

PRODUCTOS INSTITUCIONALES

Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

COMUNICACIÓN DIGITAL

REDES SOCIALES

PÁGINA WEB
La página web nos permite comunicarnos con nuestro grupo objetivo de manera constante, actualizando la información de nuestros eventos.

Se puede encontrar nuestra historia, información institucional, datos importantes, información de contacto, enlaces hacia nuestras redes sociales, compartir fotografías.

FACEBOOK
Es la red social de comunicación más utilizada hoy en día, permite generar interacción con los usuarios o seguidores,

mediante una fanpage se puede dar a conocer una marca y que ésta pueda posicionarse mediante una segmentación generada por la misma red.

TWITTER
Es una plataforma que permite el envío público de mensajes de hasta 140 caracteres, utilizando hashtags se puede interactuar con usuarios o seguidores de un tema en específico.

Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

PÁGINA WEB

Permite la actualización de eventos y recolección de material institucional e informativo. Las reglas efectivas de la web son las siguientes:

REGLAS EFECTIVAS

1. La composición de las fuentes deben ser legibles
2. Espacios y organización de bloques
3. Colores contrastantes en imágenes
4. El título deberá ser grande y llamativo
5. Subtítulos grandes y artísticos
6. Los resúmenes cortos y preciso
7. Títulos y textos auxiliares deben resaltar
8. Considerar que las líneas de texto deberían ser de 35 a 80 caracteres
9. Para el espaciado, es muy común la utilización de cajas
10. Al usar opacidad no debe de bajar del 70%

DISEÑOS Y PARÁMETROS

LOGOTIPO
Deberá estar colocado en un espacio focal, donde pueda visualizarse en otra la navegación del sitio web manteniendo la jerarquía visual.

IMÁGENES
Tomar en cuenta una alta calidad entre 100 a 150 px por imagen ya que que a más resolución, la página tardará más tiempo en actualizarse.

RETÍCULA
Mantener el área de respeto en la retícula y lineamientos de diseño establecido.

NAVEGACIÓN
Dinámica navegación, debe de facilitar el acceso a la información para el usuario.

MULTIMEDIA
Los elementos multimedia como videos, animaciones o música debe estar preferiblemente en la página principal como base de entrada.

Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

BASES DE DISEÑO

Las bases de diseño que se deben tomar en cuenta al momento de la edición de la página web son:

ORGANIZACIÓN DEL CONTENIDO

Se debe visualizar la estructura de la página, aquí se definen los temas principales, subtemas y la información persistente en todo el sitio.

JERARQUÍA Y RETÍCULA

A partir de la página principal se va desglosando la información, dependiendo de su orden de importancia organizando la información.


FUENTES Y ESPACIOS

Para la composición se suelen utilizar 2 familias de fuente. En la composición se deben tener la orientación a utilizar y la legibilidad de los textos.

Considerar que las líneas de texto deberán ser entre 35 a 80 caracteres.

COLOR Y CONTRASTE

Para el aspecto es recomendable un color oscuro, otro medio y otro claro a escoger entre los cálidos (rojo, naranjas, amarillos, marrones) o los fríos (azules o púrpuras).



Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

FACEBOOK

Se une a la interacción, la emoción y la información que el grupo objetivo necesita. Por lo que es importante tener en cuenta algunas de las reglas efectivas para la red social:

REGLAS EFECTIVAS

1. Definir metas y objetivos para la red social
2. Escuchar de qué quieren hablar
3. Identificar los valores que comparten
4. Estimular el compromiso dentro de la red
5. Siempre celebrar a los fans e interactuar
6. Hablar como un amigo y no como una institución
7. Proponer encuestas y dinámicas
8. Generar discusiones con el grupo objetivo
9. No borrar comentarios ni editarios
10. Invertir para construir una gran comunidad

No olvidar las dimensiones de las publicaciones para Facebook, son medidas que no se pueden alterar, únicamente si la red las cambia.

AVATAR

En la fotografía de perfil, mejor conocida como avatar el logotipo deberá ocupar del 80% al 90% de espacio, preferiblemente sobre un color sólido buscando que coincida con el diseño de la portada.

Dimensión: 180x180 px.

PORTADA

La portada no debe incluir el logotipo, mantener un diseño sencillo. Preferiblemente que predomine la imagen.

Dimensión: 851x315 px.

PUBLICACIONES O POST

Los post publicados deben ser lo más limpios posibles, con un texto breve predominando la imagen. Se deben publicar de 1 a 2 post por día. Es importante adaptar el diseño al canal de comunicación, conceptualizando el diseño con la información. No olvidar hablar al grupo objetivo como un amigo y no como una marca.

Dimensión: 592x520 px.

La comunicación deberá ser clara y precisa aplicar lo emocional en el diseño y la información en el texto.



Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

BASES DE DISEÑO

Las bases de diseño que se deben tomar en cuenta al momento de elaborar un post de Facebook son:

JERARQUÍA VISUAL

El orden de lectura de un post, debe iniciar la lectura del lado superior izquierdo y termina en el lado inferior derecho.

ACEPTABILIDAD DE CONTENIDO

Mostrar una adecuada cantidad de elementos gráficos. Debe contener titular, texto e imagen. El texto de publicación o copy debe ser breve y preciso para una lectura rápida.

ESPACIOS ABIERTOS

Debe de existir un espacio o áreas vacías que permitan desahogar la carga de información e de imagen.


GAMA DE COLORES

Utilizar de forma considerada las paletas de colores institucionales establecidas.

RESOLUCIÓN Y CALIDAD


Utilizar elementos gráficos de alta resolución, las imágenes deben estar preferiblemente a resolución de 150 px.

RECORRIDO VISUAL



Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

Foto de perfil y portada



Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

TWITTER

Permite una comunicación de manera rápida y eficiente. Es atractivo para los usuarios y efectivo para los buscadores.

REGLAS EFECTIVAS

1. Se deben utilizar 140 caracteres
2. Utilizar *hashtags* para viralizar en búsquedas
3. Utilizar *tweets* atractivos para atraer la atención
4. Investigar de los *hashtags* más utilizados y aplicarlos
5. No dejar de seguir a los nuevos usuarios
6. No enviar mensajes privados
7. No olvidar que Twitter es para conversar
8. Utilizar el *Retweet* de forma constante
9. Saludar a los usuarios, general o personalmente
10. No agradecer mediante mensaje, sino seguir

No olvidar las dimensiones de las publicaciones para Twitter, son medidas que no se pueden alterar, solo si la red las cambia.

DISEÑOS Y PARÁMETROS

AVATAR

En la fotografía de perfil, mejor conocida como *avatar* el logotipo deberá ocupar del 80% al 90% de espacio, preferiblemente sobre un color sólido buscando que coincida con el diseño de la portada.

Dimensión: 400x400 px.

PUBLICACIONES O TWEETS

Breves y precisos buscando la interacción de los seguidores.

Imagen: 480x253 px.

Imágenes de y textos de 140 caracteres máx.

PORTADA

La portada no debe incluir el logotipo, mantener un diseño sencillo. Preferiblemente que predomine la imagen.

Dimensión: 1500x500 px.

FONDO

La imagen que llevará de fondo, se puede ubicar tanto en el lado derecho como izquierdo.

Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias
Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

BASES DE DISEÑO

Las bases de diseño que se deben tomar en cuenta al momento de elaborar una publicación o tweet en Twitter son las siguientes:

COMUNICACIÓN BREVE

Las publicaciones deben ser breves y precisas, invitando al usuario a conversar e interactuar con preguntas.

TWEETS CON IMAGEN

Mostrar una adecuada cantidad de elementos en la imagen, ésta debe ser acompañada de un texto relacionado.

GAMA DE COLORES

Utilizar de forma considerada las paletas de colores institucionales establecidas.

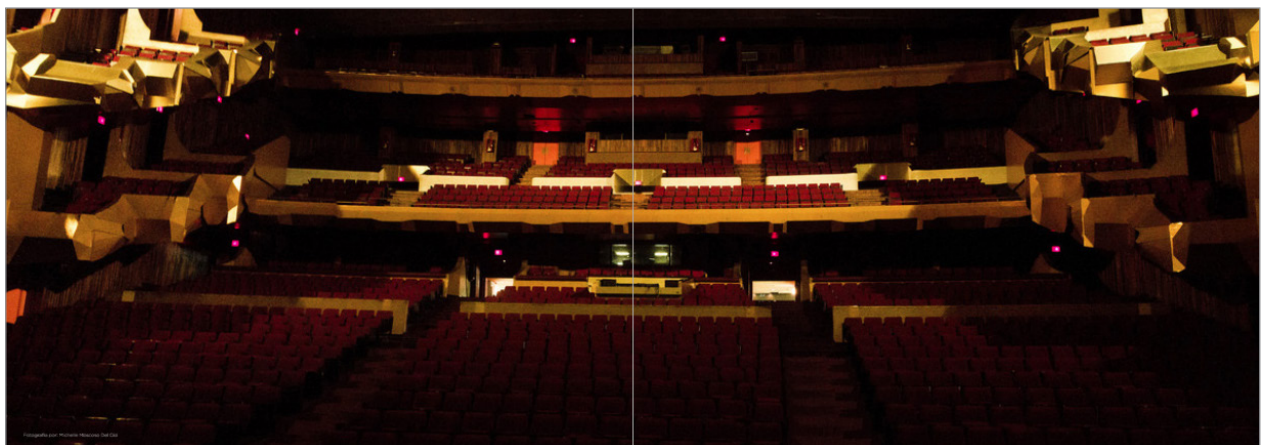
RESOLUCIÓN Y CALIDAD



Utilizar elementos gráficos de alta resolución, las imágenes deben estar preferiblemente a resolución de 150 px.

Recorrido visual

Foto de perfil y portada

Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias
Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias



<h2>GLOSARIO</h2> <p>MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS Documento en el que se definen las líneas maestras de la imagen de una compañía.</p> <p>TIPOGRAFÍA Se considera como el estudio, diseño y clasificación de las letras y las fuentes con características comunes. Comunicado ideal por medio de palabras escritas.</p> <p>CONCEPTO CREATIVO Es el conjunto de información para sintetizar elementos que permiten transmitir y comuni-</p>	<p>car al público objetivo el mensaje elegido de manera visual y creativa pertinente.</p> <p>PERTINENCIA Hace referencia a lo perteneciente a algo o a aquello que viene a propósito.</p> <p>ENCUADRE Límites de la imagen determinados por la posición de la cámara y su distancia.</p> <p>RETÍCULA Herramienta que permite asegurar con mayor equilibrio la composición de un elemento.</p>	<h2>CRÉDITOS</h2> <p>La creatividad, diseño, diagramación y proceso metodológico para la realización de esta publicación fue realizada por la estudiante Carmen Andrea Giará Maldonado como parte de los cursos de Proyecto de Graduación y Ejercicio Profesional Supervisado del décimo ciclo del año 2015 de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala para el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias.</p> <p>ASESORES RESPONSABLES Lic. Marco Morales Asesor Metodológico Lda. Larisa Méndez Asesora Gráfica Dr. Arq. Raúl Monterroso Tercer Asesor Director CCMAA</p> <p> </p>
--	--	--

<h2>NOTA</h2> <p>El diseño del Manual de Normas Gráficas para el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias pretende definir parámetros de diseño como una institución individual, respetando los lineamientos gráficos del Gobierno.</p> <p>Los lineamientos definidos en este manual están abiertos a ser acompañados por cualquier institución ligada al centro esperando que se respete lo establecido respecto al diseño gráfico y comunicación.</p>	
--	---

VALIDACIÓN

Para esta etapa fue necesario diseñar un instrumento de validación que permitiera la recaudación de datos e información.

Para llevar a cabo la validación se elaboró una encuesta que fue realizada al grupo objetivo dividido en dos grupos: el departamento de diseño y comunicación del Teatro Nacional y por otro lado, estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico. El diseño de la encuesta consta de una introducción en la que explica la

razón de la encuesta y el concepto creativo con su respectiva fundamentación. Consta de tres series de 4 a 5 preguntas cada una, entre preguntas abiertas, de selección múltiple o cerradas y dicotómicas, dejando un espacio al final para comentarios opcionales. El instrumento fue evaluado por el docente de Proyecto de Graduación. **(Ver anexos 3 y 4)**

Se reprodujo un prototipo a tamaño real del manual de normas gráficas para que el grupo objetivo pudiera interactuar con él y visualizar detalladamente su estructura.



CONCLUSIONES A PARTIR DEL ANÁLISIS DE RESULTADOS

El análisis de respuestas y gráficas de la validación con el grupo objetivo ayudó a llegar a una mejor toma de decisiones en los cambios en la pieza gráfica.

(Ver anexos 5)

Se obtuvo un resultado positivo en la etapa de validación y utilización del instrumento. Entre muchos de los comentarios finales de los encuestados, prin-

cipalmente del departamento de diseño y comunicación del CCMAA, dieron a conocer puntos de vista interesantes y entre ellos mencionaban que en la portada debe sobresalir una fotografía del centro cultural y una manifestación artística ya que la portada es la primera visualización de la pieza gráfica, el punto de entrada para llamar la atención.

Otro de los comentarios fue que el color anaranjado podría ser reemplazado por rojo para hacer más referencia a las arterias pero al ser validado con el arquitecto Raúl Monterroso, su opinión fue que debía permanecer el anaranjado porque es un color muy acogedor del interior del teatro, el color que representa las artes escénicas, complementa con el azul y lo más importante, era un color muy utilizado por el maestro Efraín Recinos.

Comprobación de la eficiencia

El material está listo para ser utilizado, luego de ser aplicados los mínimos cambios y detalles podrá ser reproducido y utilizado por la institución. Con esta etapa se comprueba la eficiencia de la pieza gráfica, su diseño y contenido cumpliendo los objetivos.

A partir del análisis de resultados y las críticas constructivas se procedió la aplicación de los cambios considerables en la pieza gráfica.

CAMBIOS *Linales*

Los cambios fueron aplicados en la portada y contraportada, entre las distintas opiniones sugerían que sobresaliera el centro cultural y que éste fuera acompañado por alguna de las manifestaciones artísticas, se colocó una fotografía acorde y luego de una crítica muy constructiva, analizando el antes y

el después se pudo visualizar un cambio muy satisfactorio, siendo en la portada y contraportada, porque es esencial transmitir lo que es el Centro Cultural, tanto en su exterior como su interior basándose en el concepto creativo.

54



ANTES



DESPUÉS

DESCRIPCIÓN Y FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Justificación

Diseñar un manual de normas gráficas solucionó la necesidad de la institución, logrando cumplir con los objetivos luego de un proceso de investigación y de diagnóstico para concluir que es la pieza gráfica cuya función establece los lineamientos gráficos para identificar y promover al centro cultural. Elaborado tomando en cuenta las características del grupo objetivo y al mismo tiempo de la institución, el manual orientará al diseñador gráfico de la institución, logrando la creación de piezas gráficas según los parámetros pertinentes y así posicionarse como la principal identidad cultural del país.



Concepto de diseño

El concepto creativo utilizado fue “Una puerta hacia el corazón cultural”, como se menciona anteriormente, una puerta es el acceso inmediato a un lugar específico que determina el primer paso al iniciar un camino, al igual que sucede con el manual de normas gráficas; es la herramienta inicial que define parámetros de diseño y comunicación para crear piezas gráficas que son utilizadas para que el Centro Cultural sea identificado y posicionado en el grupo objetivo como entidad líder en la cultura de Guatemala.

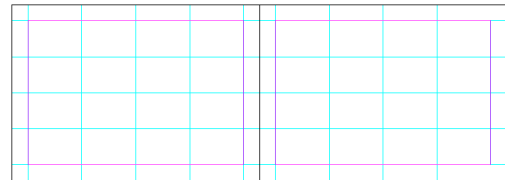
Formato

Diseñado en un formato horizontal estándar, tamaño carta, siendo de 11”x8.5”. Permite su fácil reproducción y corte, así como una lectura cómoda.



Retícula

Tomando en cuenta el formato de la pieza gráfica fue necesario utilizar una retícula con mucho dinamismo por lo que se trabajó sobre 4 columnas y 4 filas con el fin de jugar con la posición de los titulares y los textos de arriba hacia abajo sin interferir en la imagen central que mantiene un recorrido visual dentro de la diagramación.



Código lingüístico

Completamente escrito, su información es verídica y confiable. Maneja títulos y párrafos cortos que son apoyados con imágenes para una mejor comprensión lectora y visual.

La redacción es pertinente al grupo objetivo sin utilizar un lenguaje muy técnico. Puede ser leído por cualquier persona ajena a la institución.

Código tipográfico

Utilizando la tipografía institucional y sus variantes, Gotham Font ofreció grosores entre negrita, mediana y delgada para jerarquizar los textos de los títulos y subtítulos en mayúsculas y los textos cortos y párrafos en minúsculas.



Lo mejor de utilizar tipografías “palo seco” o “sans serif” es mantener una lectura cómoda y constante, legible en textos muy pequeños.

Código cromático

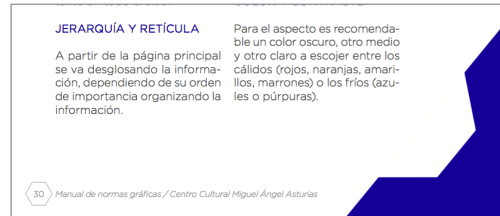
Las paletas de color son completamente institucionales, logrado en todo momento representar al centro cultural, por lo que uno de los mandatorios de la institución era que ésta fuera reflejada en la composición.



Combinando las distintas paletas de color se pudo complementar el azul con el anaranjado. Jugando un papel armónico que fue muy bien aceptado en la validación de la pieza final.

Código icónico

El objetivo de los íconos es que por medio de abstracciones se puedan definir elementos adicionales para el diseño. Uno de los íconos representativos fue la abstracción del hexágono de la lámpara de 1,000 luces, una obra muy característica del centro cultural ubicada en el centro del lobby del Teatro Nacional.



Y por otro lado, el ángulo de la arquitectura inigualable del Teatro Nacional, muy alejada de lo común y muy identificada por los guatemaltecos.



Fotografía

La fotografía dentro de la pieza gráfica tiene un papel enriquecedor reflejando el exterior del centro cultural y al mismo tiempo las manifestaciones artísticas.



Pieza final



INTRODUCCIÓN

El Centro Cultural se declara patrimonio cultural de la Nación según el Acuerdo Ministerial 882-2012, está protegido por las leyes patrimoniales nacionales e internacionales ratificadas por Guatemala, para su mejor conservación y utilización pertinente.

El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias es considerado como el principal centro cultural de la Nación. El corazón cultural del Ministerio de Cultura y Deportes, está dedicado a la producción, la promoción, el intercambio y la gestión de las manifestaciones culturales y artísticas de todos los tiempos, locales y universales.

Abierto a todo el público esperamos que sea el espacio donde se llevan a cabo todas las manifestaciones artísticas que nos representan como guatemaltecos y artistas reforzando así la cultura de nuestro país, buscando que los ciudadanos se encuentren, relacionen e identifiquen con el magnífico escenario patrimonial.

Su existencia es orgullo de los guatemaltecos y admiración de quienes nos visitan.

2

Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias



UN POCO DE HISTORIA

En el año 1859, durante la administración del presidente Rafael Carrera, se construyó el teatro llamado Teatro Rafael Carrera al cual posteriormente el 1892 se le cambió el nombre por Teatro Colón. Dañado por los terremotos de 1917-1918, fue demolido quedando desde entonces la ciudad de Guatemala sin un teatro que albergara espectáculos importantes.

Posteriormente, en el sur de la Ciudad de Guatemala, en una colina que dominaba con amplitud el panorama de la ciudad, se inauguró en 1846 el Fuerte de San José que tenía una función defensiva pero también servía como prisión

del Estado. El 20 de octubre de 1944, un disparo realizado por la artillería revolucionaria proveniente de la Guardia de Honor impactó en el polvorín de la Santa Bárbara del Fuerte causando daño de modo que éste dejó de ser una instalación militar y quedó en abandono.

Tiempo después, algunos guatemaltecos visionarios consideraron que el espacio de la colina sería ideal para la construcción de un teatro que llenara el vacío dejado por el anterior Teatro Colón.



CONTACTO

DIRECCIÓN

4 Calle 3-81, Zona 1
Guatemala, Guatemala

TELÉFONOS

+502 2232 4041 al 45
+502 2232 0611

teatronacional@mcd.com.gt
<http://mcd.gob.gt>

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 3

Contacto 4
Misión 6
Visión 7

IDENTIDAD VISUAL 10

Logotipo 11
Slogan 11
Réticula 12
Isotipo 13
Tipografías 14
Color 15
Tamaños y área de respeto 16
Aplicación en colores 17
Aplicación sobre formatos 18
Guía breve de aplicación 19
Encuadres y acercamientos 20
Modelos y lenguaje corporal 21
Tipos de tomas/perspectivas 22
Lógica de color 4
Productos institucionales 24

COMUNICACIÓN DIGITAL 26

Página web 28
Facebook 36
Twitter 40

Glosario 46
Créditos 47
Nota 48

MISIÓN

Somos el corazón cultural del Ministerio de Cultura y Deportes dedicado a la producción, promoción, intercambio y gestión de manifestaciones culturales y artísticas de todos los tiempos, locales y universales. Abierto a toda la sociedad, con espacios adecuados para cobijar cada una de estas manifestaciones artísticas.

El equipo del centro cultural está a la vanguardia, tanto en los recursos humanos, técnicos, administrativos y espaciales, todos los recursos se enfocan en lograr la visión para el corazón cultural del MCD.



VISIÓN

Somos el lugar ideal para que la sociedad se encuentre, relacione e identifique con el magnífico escenario patrimonial, el cual siempre está a la vanguardia, una agenda cultural y artística variada le da sentido y contenido al espacio, el cual está siempre vivo en todas sus dimensiones.

El corazón cultural está abierto a la ciudad. El lugar ideal para vivir el tiempo libre, para encontrarse de nuevo con nuestra condición humana.







LOGOTIPO Y SLOGAN

LOGOTIPO

El logotipo diseñado por el Maestro Efraín Recinos es una pieza que representa en su máxima expresión al Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, hace referencia a la estructura de su arquitectura, el color del cielo no puede ser modificado o rediseñado. Solo es permitido ser utilizado en sus distintas aplicaciones de color.



somos el lugar ideal para que la sociedad se encuentre, se relacione e se identifique con el magnífico escenario patrimonial por tanto, cada pieza gráfica realizada debe estar inclinada a nuestro concepto, de manera que nuestro público pueda percibir al Centro Cultural Miguel Ángel Asturias como el principal centro cultural de Guatemala.

SLOGAN

Nuestro concepto "Corazón cultural" es la representación de un centro en donde renace la cultura, tal como lo dice nuestra misión y nuestra visión,

RETÍCULA



ISOTIPO

El isotipo del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias está conformado por dos letras, T y N, que hacen referencia a "Teatro Nacional".

Diseñado por el maestro Efraín Recinos, anónimamente en un principio, aplicando un concepto bastante contemporáneo, éste denota la fachada

del centro cultural de manera que ambas letras juegan formando su silueta y finalmente unidas con una onda dándole dinamismo y equilibrio en su composición. Puede ser aplicado en piezas gráficas sin los textos inferiores, pero manteniendo siempre el equilibrio en ambas letras sin modificar su composición.



TIPOGRAFÍA

Gotham Font como tipografía primaria de familia palo seco o *sans serif*, busca simplicidad en el diseño y permite una lectura cómoda en títulos y párrafos.

MF Queen Leela como tipografía secundaria de familia manuscrita para destacar subtítulos dentro del diseño de las piezas gráficas.

GOTHAM FONT

ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopnño
pqrstuvwxyz
1234567890!¿?#

MF QUEEN LEELA

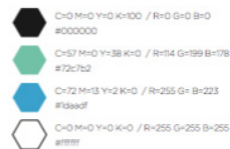
ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopnño
pqrstuvwxyz
1234567890!¿?#

COLOR

La paleta primaria es abstraída de nuestra identidad institucional, haciendo referencia a los colores del cielo en distintas tonalidades de azules. Deben ser los colores predominantes en las piezas gráficas. Puede ser acompañada de nuestra paleta secundaria.

Abstraída de las paredes del interior del Teatro Nacional, nuestra paleta secundaria está definida de manera que pueda ser complementada con la paleta primaria buscando una complementación.

PALETA PRIMARIA



PALETA SECUNDARIA



TAMAÑOS Y ÁREAS DE RESPETO



APLICACIÓN EN COLORES



TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS

Full color



TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS

Blanco y negro



TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS

Un color



TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS

Sobre color sólido



TEATRO NACIONAL
CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS

A color sobre imagen



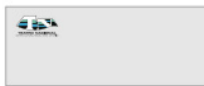
Isotipo sobre fotografía

APLICACIÓN SOBRE FORMATOS

1.5 cm.

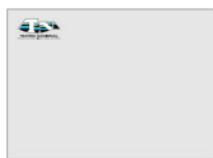


Vertical



Rectángular

La medida permitida para la aplicación del logotipo sobre los distintos formatos puede ser entre 1 a 2 centímetros sobre el área de respeto establecida.



Horizontal



Circular

GUÍA BREVE DE APLICACIÓN



1. Definir formato



2. Aplicar imagen y ubicación de logotipo



3. Definir tipografía



4. Aplicar lógica de color

ENCUADRES ACERCAMIENTOS

En encuadres panorámicos se debe de buscar el equilibrio en la composición de la fotografía, los acercamientos deben permitir visualizar el objeto o la persona lo más detallado posible. La importancia de la fotografía para nuestra institución es transmitir la esencia y no divorciarse del concepto.



20 Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

MODELOS LENGUAJE CORPORAL

Nuestro público, todo los artistas, ciudadanos guatemaltecos quienes asistan a nuestro centro cultural son parte de nuestros modelos, lo son, tanto quienes se expresan en las manifestaciones artísticas como quienes vienen a disfrutarlas. Su lenguaje corporal y los gestos naturales que los caracterizan.



Manual de normas gráficas / Centro Cultural Miguel Ángel Asturias 21

TIPOS DE TOMAS PERSPECTIVAS

Los tipos de tomas y distintas perspectivas preferiblemente debe ser: panorámicas, plano general y tomas a detalle. Es importante visualizar los detalles, captar ángulos de los ambientes y personas, transmitir la esencia del Teatro Nacional, un centro cultural y artístico.



LÓGICA DE COLOR

Todo entra por nuestros ojos, y gran parte de nuestro grupo objetivo son artistas por lo que mantener una línea gráfica vivida y que llame su atención es lo que buscamos mediante la fotografía, desde full color, duotono, blanco y negro, etc. Siempre transmitiendo la esencia del centro cultural.



PRODUCTOS INSTITUCIONALES

El tamaño de letra permitido para carta membretada es de 12 puntos.



El tamaño de letra permitido para tarjeta de presentación es de 10 puntos para nombre/apellido y 8 puntos para la información.





COMUNICACIÓN DIGITAL

REDES SOCIALES

PÁGINA WEB

La página web nos permite comunicarnos con nuestro grupo objetivo de manera constante, actualizando la información de nuestros eventos.

Se puede encontrar nuestra historia, información institucional, datos importantes, información de contacto, enlaces hacia nuestras redes sociales, compartir fotografías,

FACEBOOK

Es la red social de comunicación más utilizada hoy en día, permite generar interacción con los usuarios o seguidores,

mediante una *fanpage* se puede dar a conocer una marca y que ésta pueda posicionarse mediante una segmentación generada por la misma red.

TWITTER

Es una plataforma que permite el envío público de mensajes de hasta 140 caracteres, utilizando *hashtags* se puede interactuar con usuarios o seguidores de un tema en específico.

PÁGINA WEB

Permite la actualización de eventos y recolección de material institucional e informativo. Las reglas efectivas de la web son las siguientes:

REGLAS EFECTIVAS

1. La composición de las fuentes deben ser legibles
2. Espacios y organización de bloques
3. Colores contrastantes en imágenes
4. El título deberá ser grande y llamativo
5. Subtítulos grandes y artísticos
6. Los resúmenes cortos y preciso
7. Títulos y textos auxiliares

8. deben resaltar
8. Considerar que las líneas de texto deberían ser de 35 a 80 caracteres
9. Para el espaciado, es muy común la utilización de cajas
10. Al usar opacidad no debe de bajar del 70%

DISEÑOS Y PARÁMETROS

LOGOTIPO

Deberá estar colocado en un espacio focal, donde pueda visualizarse en otra la navegación del sitio web manteniendo la jerarquía visual.

IMÁGENES

Tomar en cuenta una alta calidad entre 100 a 150 px por imagen ya que a más resolución, la página tardará más tiempo en actualizarse.

RETÍCULA

Mantener el área de respeto en la retícula y lineamientos de diseño establecido.

NAVEGACIÓN

Dinámica navegación, debe de facilitar el acceso a la información para el usuario.

MULTIMEDIA

Los elementos multimedia como videos, animaciones o música debe estar preferiblemente en la página principal como base de entrada.

BASES DE DISEÑO

Las bases de diseño que se deben tomar en cuenta al momento de la edición de la página web son:

ORGANIZACIÓN DEL CONTENIDO

Se debe visualizar la estructura de la página, aquí se definen los temas principales, subtemas y la información persistente en todo el sitio.

JERARQUÍA Y RETÍCULA

A partir de la página principal se va desglosando la información, dependiendo de su orden de importancia organizando la información.

FUENTES Y ESPACIOS

Para la composición se suelen utilizar 2 familias de fuente. En la composición se deben de tener la orientación a utilizar y la legibilidad de los textos.

Considerar que las líneas de texto deberán ser entre 35 a 80 caracteres.

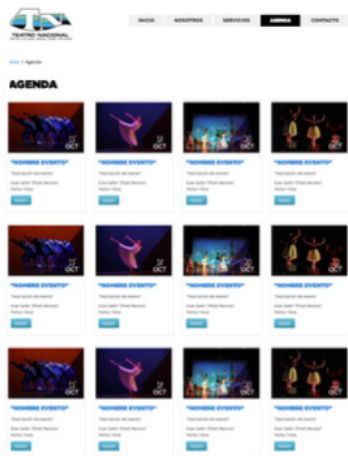
COLOR Y CONTRASTE

Para el aspecto es recomendable un color oscuro, otro medio y otro claro a escoger entre los cálidos (rojos, naranjas, amarillos, marrones) o los fríos (azules o púrpuras).

PÁGINA DE INICIO



PÁGINA AGENDA



PÁGINA CONTACTO



INICIO NOSOTROS SERVICIOS AGENDA **CONTACTO**

Inicio / Contacto

DIRECCIÓN

Av. Caba, 3-81 Zona 1
Guatemala, Guatemala
Centro América

TELÉFONOS

+502 2332 4027 ext. 45
+502 2332 9611

EMAIL

www.teatronacional.gg
teatronacional@gg

¡ESCRÍBENOS!

Nombre

Correo

Comentarios

FACEBOOK

Se une la interacción, la emoción y la información que el grupo objetivo necesita. Por lo que es importante tener en cuenta algunas de las reglas efectivas para la red social:

REGLAS EFECTIVAS

1. Definir metas y objetivos para la red social
2. Escuchar de qué quieren hablar
3. Identificar los valores que comparten
4. Estimular el compromiso dentro de la red
5. Siempre celebrar a los fans e interactuar
6. Hablar como un amigo y no como una institución

7. Proponer encuestas y dinámicas
8. Generar discusiones con el grupo objetivo
9. No borrar comentarios ni editarlos
10. Invertir para construir una gran comunidad

No olvidar las dimensiones de las publicaciones para Facebook, son medidas que no se pueden alterar, únicamente si la red las cambia.

DISEÑOS Y PARÁMETROS

AVATAR

En la fotografía de perfil, mejor conocida como *avatar* el logotipo deberá ocupar del 80% al 90% de espacio, preferiblemente sobre un color sólido buscando que coincida con el diseño de la portada.

Dimensión: 180x180 px.

PORTADA

La portada no debe incluir el logotipo, mantener un diseño sencillo. Preferiblemente que predomine la imagen.

Dimensión: 851x315 px.

PUBLICACIONES O POST

Los post publicados deben ser lo más limpios posible, con un texto breve predominando la imagen. Se deben publicar de 1 a 2 post por día. Es importante adaptar el diseño al canal de comunicación, conceptualizando el diseño con la información. No olvidar hablar al grupo objetivo como un amigo y no como una marca.

Dimensión: 592x520 px.

La comunicación deberá ser clara y precisa aplicar lo emocional en el diseño y la información en el texto.

BASES DE DISEÑO

Las bases de diseño que se deben tomar en cuenta al momento de elaborar un post de Facebook son:

JERARQUÍA VISUAL

El orden de lectura de un post, debe iniciar la lectura del lado superior izquierdo y termina en el lado inferior derecho.

ACEPTABILIDAD DE CONTENIDO

Mostrar una adecuada cantidad de elementos gráficos. Debe contener titular, texto e imagen. El texto de publicación o *copy* debe ser breve y preciso para una lectura rápida.

ESPACIOS ABIERTOS

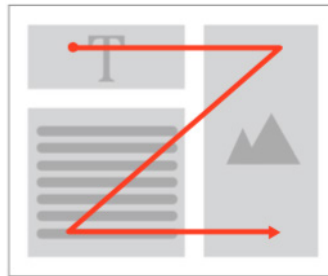
Debe de existir un espacio o áreas vacías que permitan desahogar la carga de información e de imagen.

GAMA DE COLORES

Utilizar de forma considerada las paletas de colores institucionales establecidas.

RESOLUCIÓN Y CALIDAD

Utilizar elementos gráficos de alta resolución, las imágenes deben estar preferiblemente a resolución de 150 px.



Recorrido visual



Foto de perfil y portada

TWITTER

Permite una comunicación de manera rápida y eficiente. Es atractivo para los usuarios y efectivo para los buscadores.

REGLAS EFECTIVAS

1. Se deben utilizar 140 caracteres
2. Utilizar *hashtags* para viralizar en búsquedas
3. Utilizar *tweets* atractivos para atraer la atención
4. Investigar de los *hashtags* más utilizados y aplicarlos
5. No dejar de seguir a los nuevos usuarios
6. No enviar mensajes privados
7. No olvidar que Twitter es para conversar

8. Utilizar el *Retweet* de forma constante
9. Saludar a los usuarios, general o personalmente
10. No agradecer mediante mensaje, sino seguir

No olvidar las dimensiones de las publicaciones para Twitter, son medidas que no se pueden alterar, solo si la red las cambia.

DISEÑOS Y PARÁMETROS

AVATAR

En la fotografía de perfil, mejor conocida como *avatar* el logotipo deberá ocupar del 80% al 90% de espacio, preferiblemente sobre un color sólido buscando que coincida con el diseño de la portada.

Dimensión: 400x400 px.

PORTADA

La portada no debe incluir el logotipo, mantener un diseño sencillo. Preferiblemente que predomine la imagen.

Dimensión: 1500x500 px.

PUBLICACIONES O TWEETS

Breves y precisos buscando la interacción de los seguidores.

Imagen: 480x353 px.

Imágenes de y textos de 140 caracteres máx.

FONDO

La imagen que llevará de fondo, se puede ubicar tanto en el lado derecho como izquierdo.

BASES DE DISEÑO

Las bases de diseño que se deben tomar en cuenta al momento de elaborar una publicación o tweet en Twitter son las siguientes:

COMUNICACIÓN BREVE

Las publicaciones deben ser breves y precisas, invitando al usuario a conversar e interactuar con preguntas.

TWEETS CON IMAGEN

Mostrar una adecuada cantidad de elementos en la imagen, ésta debe ser acompañada de un texto relacionado.

GAMA DE COLORES

Utilizar de forma considerada las paletas de colores institucionales establecidas.

RESOLUCIÓN Y CALIDAD

Utilizar elementos gráficos de alta resolución, las imágenes deben estar preferiblemente a resolución de 150 px.



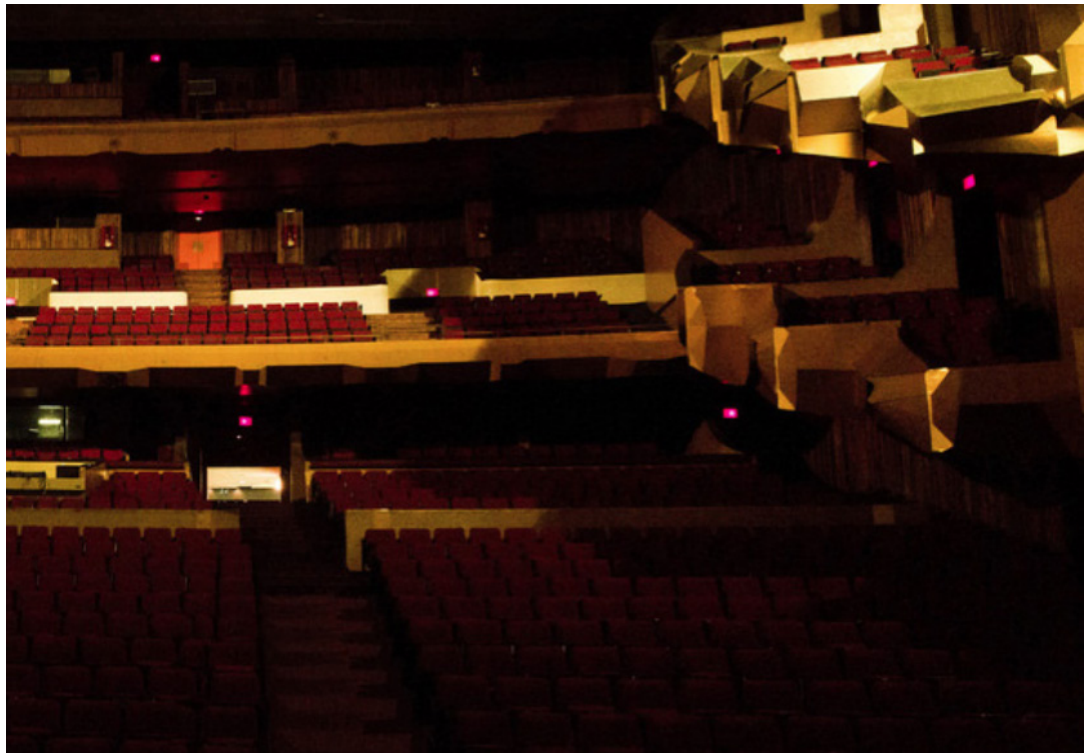
Recorrido visual



Foto de perfil y portada



Fotografia por: Michele Mascoso Del Oid



GLOSARIO

MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

Documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de una compañía.

TIPOGRAFÍA

Se considera como el estudio, diseño y clasificación de las letras y las fuentes con características comunes. Comunicado ideas por medio de palabras escritas.

CONCEPTO CREATIVO

Es el conjunto de información para sintetizar elementos que permiten transmitir y comuni-

car al público objetivo el mensaje elegido de manera visual y creativa pertinente.

PERTINENCIA

Hace referencia a lo pertinente a algo o a aquello que viene a propósito.

ENCUADRE

Límites de la imagen determinados por la posición de la cámara y su distancia.

RETÍCULA

Herramienta que permite asegurar con mayor equilibrio la composición de un elemento.

CRÉDITOS

La creatividad, diseño, diagramación y proceso metodológico para la realización de esta publicación fue realizada por la estudiante Carmen Andrea Gilardi Maldonado como parte de los cursos de Proyecto de Graduación y Ejercicio Profesional Supervisado del décimo ciclo del año 2015 de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala para el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias.

ASESORES RESPONSABLES

Lic. Marco Morales
Asesor Metodológico

Lda. Larisa Mendóza
Asesora Gráfica

Dr. Arq. Raúl Monterroso
Tercer Asesor
Director CCMAA



NOTA

El diseño del Manual de Normas Gráficas para el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias pretende definir parámetros de diseño como una institución individual, respetando los lineamientos gráficos del Gobierno.

Los lineamientos definidos en este manual están abiertos a ser acompañados por cualquier institución ligada al centro esperando que se respete lo establecido respecto al diseño gráfico y comunicación.



Piezas adicionales



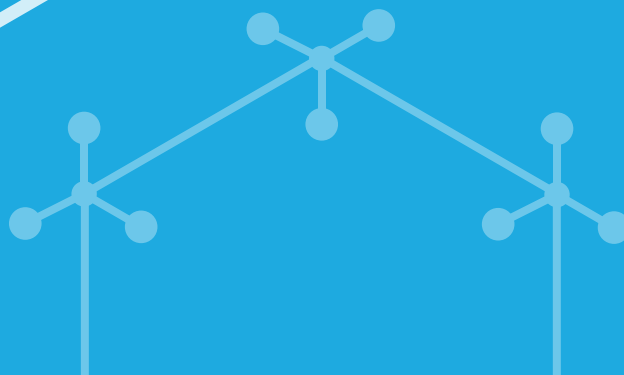
PÁGINA WEB



BIFOLIARES INFORMATIVOS

CAPÍTULO 7

Lecciones aprendidas





LECCIONES *aprendidas*

DURANTE EL PROCESO DE GESTIÓN Y PRODUCCIÓN

Capítulo 1 Introducción

1. Diagnosticar el problema del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias fue un proceso largo ya que no tenía lineamientos para comunicarse con su grupo objetivo por lo que llevó a realizar un análisis interno y externo: cómo era percibida por su personal interno y por otro lado, cómo era percibida por el grupo objetivo en la actualidad y así hasta llegar a una solución y establecer los objetivos del proyecto.
2. La capacidad de justificar el por qué del proyecto, darle una razón de ser y definir estrategias para su trascendencia mediante la incidencia del diseño gráfico para que fuera un proyecto factible y beneficioso para solucionar el problema y satisfacer la necesidad de comunicación del centro cultural con su grupo objetivo.
3. El aprendizaje del proceso de desarrollo de un protocolo y que a partir del diagnóstico del problema se pudieran establecer objetivos y plan-

tear una estrategia para una respuesta positiva en el cumplimiento de éstos permitirá en un futuro llevar el mismo proceso en otros proyectos de instituciones y que se cumplan con éxito sus objetivos como lo fue con el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias.

Capítulo 2 Perfiles

1. Aprender a definir el perfil de la institución conllevó a un estudio de sus antecedentes, su situación actual y la que se esperaba alcanzar. La ventaja que se tuvo al construir una relación con el centro cultural es conocerlo a profundidad facilitando el desarrollo del proyecto.
2. Un buen estudio del grupo objetivo me permitió conocer sus preferencias y gustos, el comportamiento con la institución, entre otros factores con los que me sentí identificada y esto facilitó el desarrollo del proyecto desde el principio.
3. La segmentación del público objetivo permitió establecer parámetros que pudieran funcionar en varios grupos segmentados aún siendo una misma

línea gráfica para que la pieza gráfica pudiera ser utilizada por personas de distintas edades.

4. Cuando se realizó el estudio del grupo objetivo, conocerlo personalmente, el hecho de interactuar con ellos construyó una mejora en la confianza al momento de diseñar, pues de esa manera podemos asegurar que el diseño será eficiente.
5. La idea fue relacionarse con el grupo objetivo e inclinarse en su perspectiva de la institución, una de las lecciones mejor aprendidas y aprovechadas durante el proyecto.

Capítulo 3 Definición creativa

1. La etapa de definición creativa fue la fase de racionalización, donde se plantearon los objetivos específicos y cómo se llegarían a cumplir. Siendo esencial el diagnóstico profundo del problema para la toma de decisiones y definición de la pieza gráfica necesaria para la institución.
2. Un aspecto muy enriquecedor de esta etapa fue la utilización de nuevas técnicas para llegar a varias opciones o propuestas del concepto creativo para así poder definir códigos visuales suficientemente pertinentes a éste para que el concepto creativo funcionara como una llave de diseño para definir las posibles soluciones del proyecto en la pieza gráfica a diseñar.
3. La definición del concepto creativo permitió plantear códigos visuales pertinentes para el diseño de la pieza gráfica. Establecer los códigos desde esta etapa facilitó llegar a un diseño conceptual.

Capítulo 4 Planeación operativa

1. Para asegurar la gestión eficiente del proyecto fue necesario e importante plantear la ejecución de manera organizada realizando un flujograma en el cual se hizo una representación gráfica para llevar a cabo las actividades principales y los recursos que implicaba el desarrollo del proyecto.
2. El cronograma permitió llevar orden de las distintas etapas del proceso de proyecto, asesorías y entregas, la autoevaluación, evaluación con profesionales y la validación con el grupo objetivo. Haber cumplido con las fechas establecidas llevó a realizar el proyecto en el tiempo aproximado.
3. Fue indispensable mantener la calendarización de las actividades y así poder estipular una fecha casi exacta para finalizar el proyecto. La fecha debió ser aproximada porque a veces sucedía que se atrasaba por situaciones ajenas al proyecto como feriados, de tiempo, entre otras.

Capítulo 5 Marco teórico

1. Todo el proyecto se respaldó teóricamente a partir estudios y recaudación de información para abordar el problema y fundamentar la toma de decisiones para el desarrollo del proyecto.
2. El aprendizaje más importante de esta etapa fue mejorar la capacidad de redacción de ensayos, llevando una secuencia en la coherencia de la lectura, aplicando citas que aportaron y enriquecer la teoría. Desde la investigación de conceptos y a partir de éstos desarrollar los temas.

3. Fundamentar el proyecto, respaldado por una investigación profunda de los temas relacionados funcionó como sostén en la toma de decisiones siempre apegado a los objetivos a cumplir.

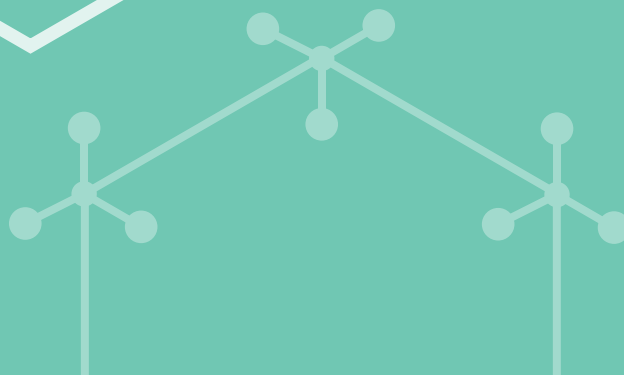
Capítulo 6

Proceso de producción gráfica y validación

1. Llevar la ejecución del proyecto en distintos niveles de visualización permitió obtener resultados eficientes en la evolución del diseño. Fue un proceso largo pero que al finalizarlo fue enriquecedor, mejorando la calidad y eficiencia de la pieza gráfica.
2. En su conjunto, esta etapa del desarrollo del proyecto llevó conocer la importancia del bocetaje en el proceso de creación porque se obtuvo mayor libertad de expresión para llegar a un diseño conceptual plasmando los códigos de comunicación visual que permitieron transmitir el concepto creativo en la pieza gráfica.
3. Fue esencial analizar los resultados objetiva constructivamente tanto en la autoevaluación, como en la evaluación con asesores académicos y validación con el grupo objetivo y mejorar la eficiencia de la pieza.

CAPÍTULO 8

Conclusiones



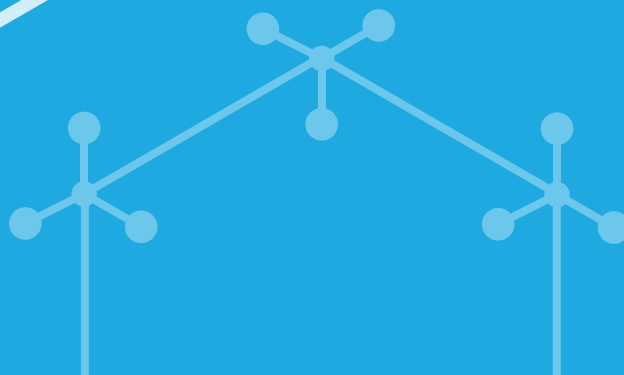


CONCLU- siones

1. Se cumple con el objetivo general al desarrollar una pieza gráfica pertinente para identificar y promover al Centro Cultural Miguel Ángel Asturias como la institución que desarrolla y difunde cultura, la cual contribuye a que los guatemaltecos y guatemaltecas identifiquen el corazón cultural.
2. Se obtuvo un resultado positivo al desarrollar una pieza gráfica eficiente que facilitó la comunicación con el público interesado en las manifestaciones artísticas, el acceso de información respecto a las actividades que realiza el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. Cumpliendo con el objetivo de comunicación visual en la institución.
3. Diseñar una pieza gráfica lleva un proceso disciplinado, permite generar un concepto creativo, retícula funcional, fotografías enriquecedoras, entre otros aspectos que se vinculan con el grupo objetivo es cuando cumple su función. No fue necesario elaborar un diseño saturado mientras se pudo optar por un diseño limpio y preciso que cumpliera con el objetivo el cual establece una línea gráfica que posiciona visualmente a la institución en sus potenciales usuarios.
4. Conocer profundamente a la institución y relacionarse con ella, crear una conexión única que permitió realizar una pieza con más compromiso y pasión, más allá de estudiarla es cuestión de familiarizarse completamente, como sucede con el grupo objetivo; pensar como institución y al mismo tiempo como grupo objetivo fue, por mucho, un factor esencial del desarrollo del proyecto porque permite al diseñador identificarse con el proyecto.
5. Cuando el diseño está basado en un concepto creativo tiene un valor agregado pues el concepto será la esencia en la que el diseñador debe enfocarse y desarrollar visualmente aunque éste no sea percibido directamente.
6. El proceso de bocetaje en sus distintos niveles de visualización fue una manera eficiente para ver la evolución de la pieza gráfica en determinado tiempo apoyado por la evaluación con el estudiante, profesionales y grupo objetivo. Permitiendo definir la implementación de los códigos visuales a partir de críticas constructivas y lo suficientemente objetivas.

CAPÍTULO 9

Recomendaciones





RECO- mendaciones

A la institución que se apoya para la reproducción, difusión y aplicación de las piezas diseñadas

1. Se recomienda para la reproducción de la pieza gráfica se mantenga a su formato original y parámetros de color tomando en cuenta que para medios impresos deberá ir en modelo CMYK y para digital en modelo RGB. Para su impresión utilizar papel brillante y preferiblemente un empastado de calidad para mantenerlo en buen estado en el tiempo de su utilización.
2. Para su difusión se recomienda como primera instancia introducirla en el departamento de Diseño y Comunicación de la institución, debiendo ser el grupo inicial a utilizarla. Deberá conocerla y estudiarla previamente a la aplicación de los lineamientos de diseño.
3. En su edición, lo más recomendable es mantener y proteger un solo folder de los archivos necesarios: tipografías, imágenes y editable en Adobe Indesign, por lo tanto deberá ser un diseñador gráfico quien realice las modificaciones conociendo el programa a profundidad.

4. Evaluar los costos de su reproducción en base a la totalidad del proyecto siendo Q16,000 aproximadamente.

A futuros estudiantes del curso de Proyecto de Graduación

1. Confiar plenamente en sus capacidades para el desarrollo de piezas gráficas funcionales. Al principio es complicado saber por donde comenzar pero es importante tomar en cuenta que un buen diagnóstico a la institución permite llegar a la pieza que será realmente necesaria y que cumpla con los objetivos.
2. Al elegir la pieza gráfica se debe asegurar que ésta cumplirá con los objetivos y que solucionará el problema institucional. Debe ser elegida a partir de la principal necesidad de comunicación que se encuentre.
3. Aprovechar de la mejor manera posible toda la información que la institución pueda aportar, desde los antecedentes, los perfiles, el estudio del grupo objetivo y el proceso de diagnóstico para realizar un proyecto completo.

A la Escuela de Diseño Gráfico

1. Evaluar profundamente a las instituciones a las que los estudiantes acuden para la gestión del proyecto y verificar que ésta pueda beneficiarlo con la creación de piezas gráficas de alta calidad y nivel, que sean realmente necesarias para la solución de comunicación visual.
2. Orientar el proceso de diseño de piezas gráficas mediante la guía metodológica como herramienta esencial de lineamientos para el desarrollo del proyecto ya que apoya en todos los detalles de cada una de sus etapas.
3. Evaluar los proyectos de diseño gráfico, asegurando que cumplen con el control de calidad y nivel profesional, tanto para el beneficio del estudiante como para la institución.
3. Luego del proceso de validación será necesario evaluar y analizar de manera objetiva cada una de las respuestas, tabularlas y realizar gráficas que permitan analizar los resultados visualmente.
4. En la toma de decisiones para realizar cambios en la pieza gráfica, se debe de evaluar la mejor crítica, de forma objetiva como se señala anteriormente, pues muchas veces sucede que el cambio es innecesario pero al evaluarlo con profundidad es posible resolverlo y obtener un mejor resultado en la pieza.
5. Lo recomendable respecto a costos es cotizar en distintas imprentas y verificar la calidad en cada una manteniendo un presupuesto regulado que permita la reproducción del material gráfico.

Para la pieza a diseñar

1. Para realizar la validación con el grupo objetivo es importante diseñar un instrumento que permita recaudar los datos e información necesaria para obtener mejores resultados. Debe contar al menos con tres series de 4 - 5 preguntas cada una, desde preguntas abiertas, cerradas y dicotómicas, dejando un espacio en donde el encuestado puede responder libremente y detallar su crítica.
2. Dependiendo de la pieza gráfica que se va a validar es necesario encuestar la cantidad ideal de personas para un resultado razonable, tener una conversación con el encuestado y que libremente pueda dar una opinión. Es indispensable evidenciar cada paso de la validación.

COSTO DEL *proyecto*

Se resumen los costos durante el proceso del proyecto en donde se incluye el tiempo y trabajo así como el transporte, uso de computadora y electricidad, impresiones, entre otros.

Es indispensable establecer un presupuesto previo a comenzar a desarrollar el proyecto, puede suceder que éste sea menor o al contrario, sea mayor ya que existen gastos que no se toman en cuenta. Lo recomendable es realizar el proyecto al tiempo previsto y que el presupuesto sea aproximado dejando un gasto extra como margen de error. Para ver los costos detallados ver la sección de anexos. **(Ver anexos 6)**

Servicios

Electricidad, internet y teléfono.
Q1,900

Equipo

Depreciación de equipo y transporte.
Q3,430

Gasolina

Visitas, reuniones en sede y asesorías.
Q1,500

Tiempo

Visitas, investigación de campo, recaudación de información, reuniones en sede y asesorías.
Q15,000

Proceso Metodológico

Investigación y análisis de información.
Q20,000

Creatividad de diseño y diagramación

Costo de diseño, creatividad y diagramación de piezas.
Q59,900

Impresiones

Para validación, encuestas, prototipo, fotocopias, impresiones extras.
Q425

Reproducción de pieza final

Producto final, con impresión y empastado especial.
Q350

SUMA TOTAL: Q102,505



Libros

VELA, J. Teatro Nacional. Guatemala: Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. 2007.

Web

Las 8 técnicas creativas para encontrar buenas ideas. (Recuperado de: <http://www.buenosnegocios.com/notas/149-8-tecnicas-creativas-encontrar-buenas-ideas>)

Técnicas de creatividad. (Recuperado de: <http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad>)

CCMAA. Misión. 2015. (Recuperado de: <https://www.facebook.com/Centro-Cultural-Miguel-Ángel-Asturias>)

SANTA MARÍA, Luiggi. Manual de Marca, todo lo que debes saber. 2013. (Recuperado de: <http://www.staff-creativa.pe/blog/manual-marca>)

MARTÍN, Maximiliano. ¿Para qué sirve un manual de normas gráficas? 2015. (Recuperado de: <http://www.staff-creativa.pe/blog/manual-marca>)

CH DESIGN. Diseño e imagen Corporativa. 2013. (Recuperado de: <http://www.casdesign.co/servicios/diseño-e-imagen-corporativa>)

VALENZUELA, N. El rol del diseñador gráfico en la sociedad actual. 2013. (Recuperado de: <http://wiki.ead.pucv.cl/index>)

ESPINOZA, R. Posicionamiento de marca, la batalla por tu mente. 2015. (Recuperado de: <http://robertoespinoza.es/posicionamiento-de-marca-batalla-por-mente>)

DEFINICIÓN ABC. Público objetivo. 2015. (Recuperado de: <http://www.definicionabc.com/comunicacion/publico-objetivo>)

Documentos digitales

MONTERROSO, R., VÉLIZ, A., RAMÍREZ, N. Estrategia de revitalización integral del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias: diagnóstico y primeras acciones. 1ª. Edición. Guatemala, p.5. 2015.



Manual de normas gráficas

Documento en el cual se diseñan y definen las líneas maestras de la imagen de una compañía o servicio.

Bocetaje

Apuntar o dibujar vagamente algo simulando un borrador.

Grupo objetivo

En el ámbito de la publicidad, los anglicismos target, target group y target market, se utilizan como sinónimos para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio.

Concepto creativo

Conjunto de información para sintetizar elementos que permiten transmitir y comunicar al público objetivo el mensaje elegido de manera visual y creativa.

Tipografía

Estudio, diseño y clasificación de las letras y las fuentes con características comunes. Comunicado ideas por medio de palabras escritas.

Retícula

Herramienta que permite asegurar con mayor equilibrio la composición de un elemento.

Diagramación

Realización del diagrama de las páginas de un libro, revista o periódico.

Pertinencia

Hace referencia a lo perteneciente a algo o a aquello que viene a propósito.

Validación

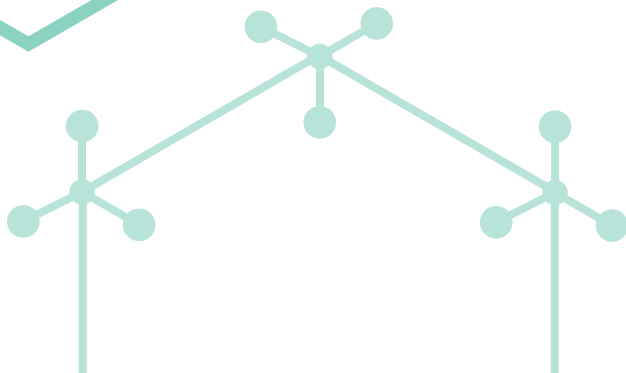
Dar fuerza o firmeza a algo específico y luego hacerlo válido.

Visualización

Formar en la mente una imagen visual de un concepto abstracto.



ANEXOS
del informe





ANEXOS 1 TABLA DE AUTOEVALUACIÓN DEL ESTUDIANTE

Para realizar la autoevaluación se utilizó una tabla donde se evaluaron distintos aspectos en la pieza gráfica en un rango entre 0 a 10, donde 0 representa una baja ponderación y 10 representa una alta ponderación. La importancia de realizar la autoevaluación es definir

las partes relevantes de la pieza a diseñar desde la perspectiva personal de estudiantes y evaluar objetivamente los resultados para la toma de decisiones para proceder a la siguiente categoría del nivel de visualización y así aproximarse a un diseño lo más cercado a la propuesta final de la pieza gráfica.

Pieza a evaluar	Evidencia de concepto	Interés e impacto visual	Pertenencia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad y fluidez en la lectura	Composición	Estilización	Diseño Tipográfico	Uso de color	TOTAL
Portada	10/10	9/10	9/10	9/10	9/10	9/10	8/10	9/10	8/10	9/10	89/100
Portadilla	10/10	8/10	8/10	8/10	7/10	9/10	8/10	9/10	8/10	8/10	83/100
Páginas interiores	10/10	7/10	7/10	9/10	9/10	9/10	8/10	8/10	7/10	6/10	80/100

ANEXOS 2 INSTRUMENTO DE COEVALUACIÓN CON PROFESIONALES

La coevaluación con profesionales permitió obtener criterios constructivos desde la perspectiva de personas que ya se encuentran en el ámbito del diseño gráfico en un medio profesional. Se elaboró una encuesta que fue realizada

a varios profesionales del área de diseño gráfico y comunicación digital con el fin de asegurar que el concepto creativo era pertinente al manual de normas gráficas y cuáles aspectos podrían ser cambiados o mejorados para lograr un diseño eficiente y acercarse a la producción final.

Coevaluación con profesionales

La siguiente encuesta es realizada a profesionales dentro del área del Diseño Gráfico, para la coevaluación de diseño y pertinencia al concepto creativo del Manual de Normas Gráficas para el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. Los datos ingresados serán confidenciales.

***Obligatorio**

Nombre: *

Profesión: *

Universidad: *

La pieza gráfica:

Concepto creativo: "Una puerta hacia el Corazón Cultural"

Una puerta es el acceso inmediato a un lugar específico que determina el primer paso al iniciar un camino, al igual que sucede con el manual de normas gráficas; es la herramienta inicial que define parámetros de diseño y comunicación para crear piezas gráficas que son utilizadas para que el Centro Cultural sea identificado y posicionado en el grupo objetivo como entidad líder en la cultura guatemalteca.

En el diseño de la portada del manual hace referencia al Corazón Cultural, fusionando el interior con el exterior del teatro mediante transparencias y fotografía. La secuencia de las páginas interiores refleja dinamismo en su diagramación combinando ambos colores complementarios manteniendo un recorrido visual que representa el corazón cultural; donde el color azul juega el papel de las venas siendo el exterior y su inigualable arquitectura y el anaranjado las arterias las artes escénicas y la esencia de su interior.

Grupo objetivo: Departamento de Diseño y Comunicación del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. Hombres y mujeres en el rango de 20 - 35 años.

PIEZA GRÁFICA: http://issuu.com/andreagilardi/docs/manual_ccmaa

ENCUESTA:

1. ¿Puede identificar el concepto dentro de la composición?

- Sí
 No

2. ¿Considera que cada elemento, tanto la diagramación, tipografía y color, está integrado el uno del otro?

- Sí
 No

3. ¿Qué le transmite la combinación de azul y anaranjado?

- Ruido
 Armonía
 Ninguna de las anteriores

4. ¿Considera que la tipografía es pertinente al diseño?

- Sí
 No

5. ¿Qué elemento cree que puede modificarse para mejorar el diseño?

6. ¿Existe un recorrido visual en la diagramación del diseño?

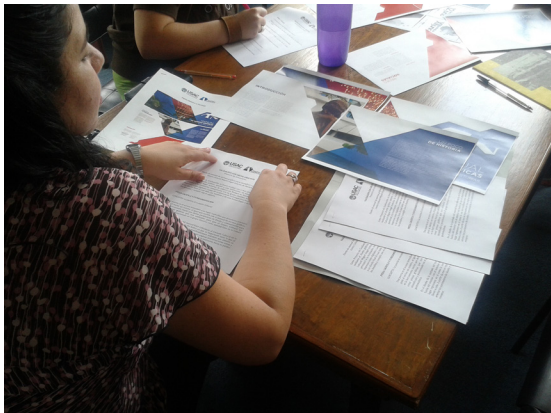
- Sí
 No

COMENTARIO:

ANEXOS 3 EVIDENCIA DE VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO

Grupo #1 Equipo de diseño y comunicación del CCMAA

El primer grupo encuestado fue el equipo de diseño y comunicación del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias, ubicados en la biblioteca del centro.



Grupo #2 Estudiantes de Diseño Gráfico

El segundo grupo encuestado fueron estudiantes de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



ANEXOS 4 INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO

El diseño del instrumento para la validación con el grupo objetivo estuvo conformada por una fase introductoria donde se redactó la razón de la encuesta y la funcionalidad que tendría dentro del proyecto. La segunda fase, confor-

mada por tres series de 4 a 5 preguntas tocando puntos importantes como el concepto creativo, elementos visuales y otros aspectos importantes a validar. La encuesta fue previamente evaluada por el asesor y aprobada para su realización con el grupo objetivo. Se le realizó a aproximadamente 10 personas quienes estuvieron participando positivamente.



VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO Proyecto de Graduación

*Diseño de manual de normas gráficas para identificar y promover al
Centro Cultural Miguel Ángel Asturias de Guatemala*

Como Proyecto de Graduación, se busca realizar una o más piezas gráficas que, mediante el diseño gráfico, apoyen a una institución, en este caso, el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. Se elaboró un Manual de Normas Gráficas que permitirá a la institución comunicarse con su grupo objetivo, tanto en medios impresos como digitales.

Luego de un proceso de investigación y bocetaje se llegó a un diseño final el cual debe ser validado y de esta forma llegar a definir mejor los detalles y cumplir con el objetivo.

PIEZA GRÁFICA Y FUNDAMENTACIÓN

CONCEPTO: Una puerta hacia el Corazón Cultural

Una puerta es el acceso inmediato a un lugar específico que determina el primer paso al iniciar un camino, al igual que sucede con el manual de normas gráficas; es la herramienta inicial que define parámetros de diseño y comunicación para crear piezas gráficas que son utilizadas para que el Centro Cultural sea identificado y posicionado en el grupo objetivo como entidad líder en la cultura guatemalteca.

En el diseño de la portada del manual hace referencia al Corazón Cultural, fusionando el interior con el exterior del teatro mediante transparencias y fotografía. La secuencia de las páginas interiores refleja dinamismo en su diagramación combinando ambos colores complementarios manteniendo un recorrido visual que representa el corazón cultural; donde el color azul juega el papel de las venas siendo el exterior y su inigualable arquitectura y el anaranjado las arterias las artes escénicas y la esencia de su interior.

SERIE I / Concepto

1. ¿Qué significa para usted, "Una puerta hacia el Corazón Cultural"?

2. ¿Puede relacionar "corazón cultural" con un centro cultural? Especifique.

Sí__ No__ ¿Por qué?

3. ¿A partir de la fundamentación, identifica el concepto en la pieza gráfica?

Sí__ No__

4. ¿Qué características del CCMAA puede identificar en el diseño?

5. ¿El concepto y diseño genera un impacto visual, despertando su interés?

Sí__ No__

SERIE II / Elementos visuales

1. Eliminando títulos y textos, ¿qué le transmite el diseño?

2. ¿Qué le transmite la complementación del color azul con anaranjado?

Ruido__ Armonía de color__ Ninguno__

3. ¿La tipografía es legible en la composición del Manual?

Sí__ No__

4. ¿Qué elemento considera que puede ser mejorado?

Color__ Títulos y textos__ Foto__ Otro:_____ (especifique)

5. ¿Puede mantener un recorrido visual en la diagramación?

Sí__ No__

SERIE III / Otras

1. ¿Qué lineamientos de diseño considera que son los más importantes a definir en un manual de normas gráficas, o cuáles podría incluir?

2. ¿En qué medio considera que puede ser mejor utilizado un manual de normas gráficas?

Digital__ Impreso__ Los dos anteriores__

3. ¿Qué red social considera que funciona mejor como medio de comunicación para un centro cultural que se busca posicionar con artistas y ciudadanos interesados en las manifestaciones artísticas?

Facebook__ Twitter__ Instagram__ Otro:_____ (especifique)

COMENTARIOS:

ANEXOS 5 GRÁFICAS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE VALIDACIÓN CON GRUPO OBJETIVO

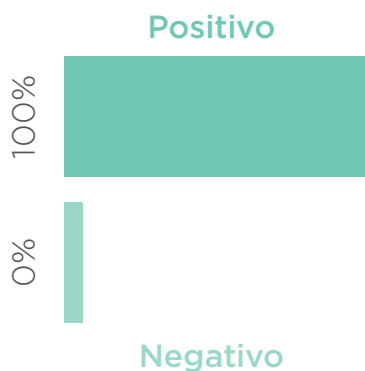
Para la toma de decisiones se evaluaron los resultados gráficamente para analizarlos más detalladamente.

Pudiéndose observar un resultado positivo en la mayoría de las gráficas presentadas, los cambios fueron mínimos que siendo ya realizados se procede al proceso de reproducción de la pieza gráfica. Fue de gran importancia analizar las gráficas de forma objetiva y considerar hacer los cambios o las mejoras que realmente eran necesarias y aún así, ser evaluadas detenidamente para asegurar que será una pieza funcional.

Serie I Concepto

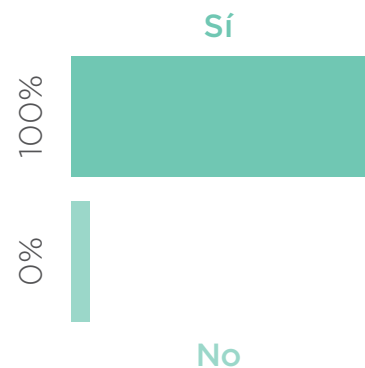
1. ¿Qué significa para usted, “Una puerta hacia el Corazón Cultural?”

Para los encuestados significa la entrada a la esencia de la cultura, el acceso a las manifestaciones artísticas e infraestructura del centro cultural. Hacen énfasis en que es un acceso a un lugar donde converge la cultura.



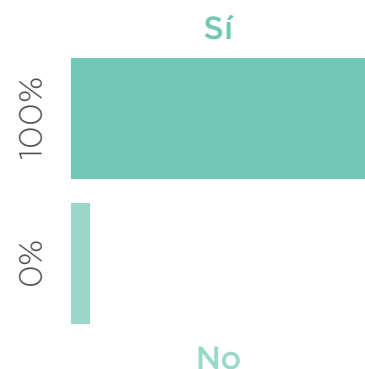
2. ¿Puede relacionar “corazón cultural” con un centro cultural? Especifique.

El 100% respondió sí, opinando que un país no puede ‘vivir’ sin un centro cultural que reúne muchas manifestaciones artísticas al igual que un corazón que contiene muchos elementos, corazón y centro aluden a centralidades y esencias.



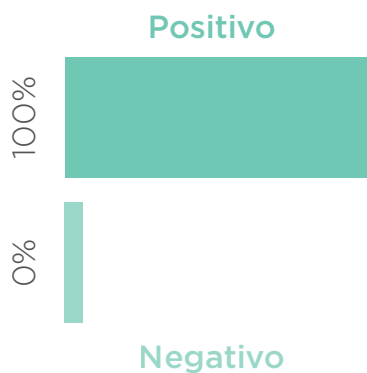
3. ¿A partir de la fundamentación, identifica el concepto en la pieza gráfica?

El 100% identificó el concepto creativo dentro de la pieza gráfica. Entre los comentarios señalaban lo interesante que está enfocado el concepto y la idea de manejarlo como algo vivo, un corazón.



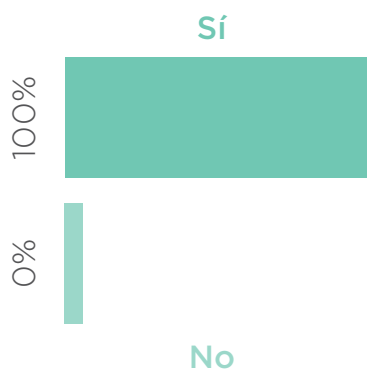
4. ¿Qué características del CCMAA puede identificar en el diseño?

Entre las características que se pudieron visualizar, en su mayoría señaló el color de la arquitectura y del interior del centro cultural así como la abstracción de la lámpara.



5. ¿El concepto y diseño genera un impacto visual, despertando su interés?

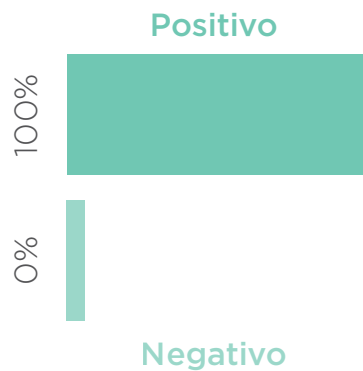
El 100% respondió positivamente, haciendo mención que es un diseño bastante apegado al centro cultural en el conjunto de sus elementos.



Serie II Elementos visuales

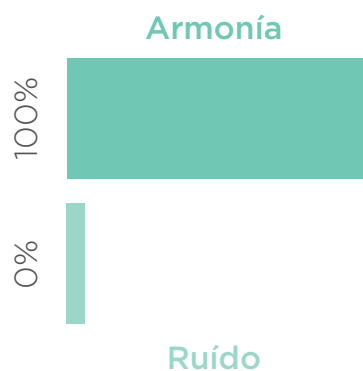
1. Eliminando títulos y textos, ¿qué le transmite el diseño?

Entre la mayoría de los resultados respondieron estética, armonía, la buena aplicación de color: frío y cálido = exterior e interior. Funcionalidad y diseño limpio. Una línea actualizada del centro cultural.



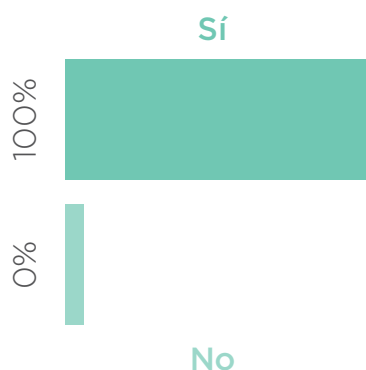
2. ¿Qué le transmite la complementación del color azul con anaranjado?

El 100% respondió que le transmitía una armonía de color, ya que son colores complementarios.



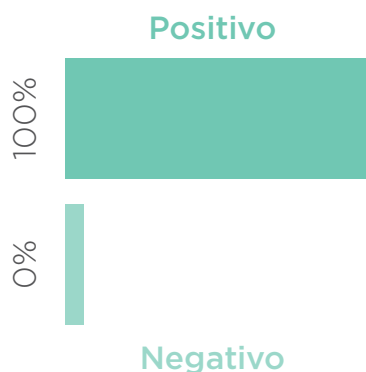
3. ¿La tipografía es legible en la composición del manual?

La tipografía fue legible para todos los encuestados. Siendo un aspecto importante ya que la selección de tipografías es una etapa del diseño en la que se debe profundizar.



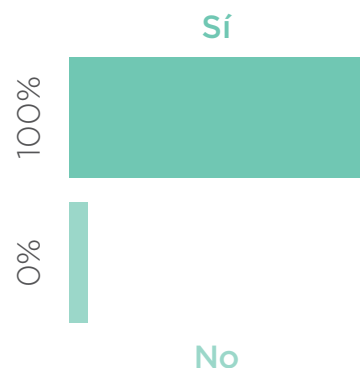
4. ¿Qué elemento considera que puede ser mejorado?

Más de la mitad de los encuestado respondió que el color debía ser más intenso, una persona sugería el color rojo como reemplazo del anaranjado pero al ser mostrado al asesor de la institución consideró que la aplicación del anaranjado debía permanecer ya que es un color que caracteriza por al interior del centro cultural y era un color que el maestro Efraín Recinos utilizaba mucho en sus diseños.



5. ¿Puede mantener un recorrido visual en la diagramación?

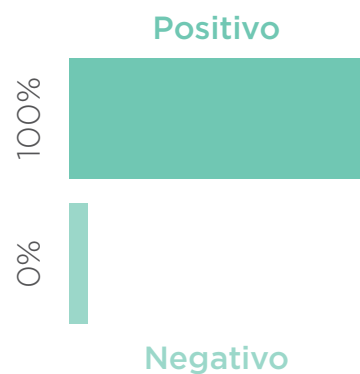
Positivamente, el 100% respondió que podía mantener un recorrido visual permitido por el dinamismo de las páginas interiores.



Serie III Otras

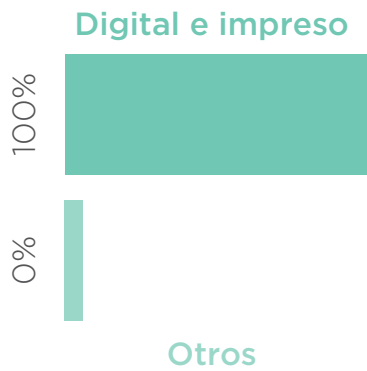
1. ¿Qué lineamientos de diseño considera que son los más importantes a definir en un manual de normas gráficas o cuáles podría incluir?

Logotipo y sus variantes, tipografía y color fueron los dos lineamientos que consideraban más importantes a tomar en cuenta dentro de un manual de normas gráficas.



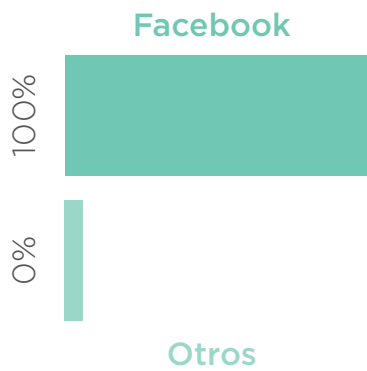
2. ¿En qué medio considera que puede ser mejor utilizado un manual de normas gráficas?

El 100% respondió que tanto impreso como digital podía ser utilizado y aprovechado.



3. ¿Qué red social considera que funciona mejor como medio de comunicación para un centro cultural que se busca posicionar con artistas y ciudadanos interesados en las manifestaciones artísticas?

El 100% respondió Facebook como medio de comunicación digital.



ANEXOS 6 RESUMEN DE COSTOS DEL PROYECTO

Servicios

Electricidad
Uso de 5 - 6 meses
 $Q150 \times \text{mes} = Q900 - Q1,000$

Internet
Uso de 5 - 6 meses
 $Q100 \times \text{mes} = Q600$

Teléfono
Uso de 5 - 6 meses
Llamadas al asesor e institución,
programación de reuniones
 $Q50 \times \text{mes} = Q300$

TOTAL: Q1,900

Equipo

Macbook Pro
Uso de 6 meses 60%
 $Q10,000 \times 0.10 = Q1,000 \times 0.60$
Depreciación: Q600

Volvo S40 2003
Uso de 6 meses 60%
 $Q45,000 \times 0.10 = Q4,500 \times 0.60$
Depreciación: Q2,700

Cámara Canon EOS 60D
Uso de 1 mes 10%
 $Q13,000 \times 0.10 = Q1,300 \times 0.10$
Depreciación: Q130

TOTAL: Q3,430

Gasolina

Visitas a la institución, reuniones para
asesorías y otros
Institución: $15 \times Q50 = Q750$
Reuniones: $15 \times Q50 = Q750$

TOTAL: Q1,500

Tiempo

Visitas a la institución y reuniones
Institución: $15 \times Q100 = Q1,500$
Reuniones: $15 \times Q50 = Q750$
Investigación de campo = Q6,375
Recaudación de información = Q6,375

TOTAL: Q15,000

Proceso Metodológico

Investigación y análisis de
información = Q5,000
Proceso metodológico teórico de
diseño = Q15,000

TOTAL: Q20,000

Creatividad de diseño y diagramación

Creatividad y diseño = Q40,500
Diagramación y diseño de piezas
gráficas = Q19,400

TOTAL: Q59,900

Impresiones

Impresiones para validación
y prototipo:
 $Q6 \times \text{hoja} = 10 \text{ hojas} = Q60$
Impresión de encuestas:
 $Q0.50 \times \text{hoja} = 30 \text{ hojas} = Q15$

TOTAL: Q425

Reproducción de pieza final

Impresión de 45 páginas 80 gramos
Full color + Pasta/Tiro y retiro
Q320

Engrapado y encuadernado
Q30

TOTAL: Q350

SUMA TOTAL: Q102,505

“Al final, tu éxito
hablará por sí mismo.”

MSc. Arquitecto
Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he leído y revisado el Proyecto de Graduación **“DISEÑO DE MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS PARA IDENTIFICAR Y PROMOVER AL CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS DE GUATEMALA”**, de la estudiante **CARMEN ANDREA GILARDI MALDONADO** de la Facultad de Arquitectura, carne universitario No. **201122719**, al conferírsele el título de **Licenciada en Diseño Gráfico**.


Dicho trabajo ha sido revisado en el aspecto ortográfico, sintáctico y estilo académico; por lo anterior, la Facultad tiene la potestad de disponer del documento como considere pertinente.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los veintiséis días de julio de dos mil dieciséis.

Agradeciendo su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,

Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
COL. No. 4509
COLEGIO DE HUMANIDADES



Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
Profesor Titular No. de Personal 16861
Colegiado Activo 4,509


**Diseño de manual de normas gráficas para identificar y promover al
Centro Cultural Miguel Ángel Asturias de Guatemala**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

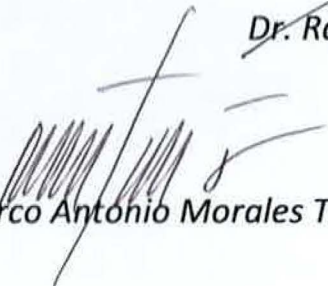


Carmen Andrea Gilardi Maldonado

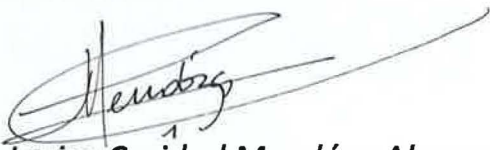
Asesorado por:



Dr. Raúl Estuardo Monterroso Juárez



Lic. Marco Antonio Morales Tomas



Licda. Larisa Caridad Mendóza Alvarado

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

