

***Diseño y Realización de Campaña
de divulgación y señalización
de Biotopo El Refugio del
Departamento de San Marcos,
Guatemala***

**Previo a optar el Título de Licenciada en Diseño Gráfico con
Énfasis Creativo en Publicidad**





***Diseño y Realización de Campaña
de divulgación y señalización
de Biotopo El Refugio del
Departamento de San Marcos,
Guatemala***

Trabajo realizado en el Municipio de San Rafael
Pie de la Cuesta, San Marcos Guatemala,
en el período de Julio a Noviembre del año 2008.





EL BIOTOPPO
Refugio



JUNTA DIRECTIVA FACULTAD DE ARQUITECTURA

DECANO:

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo.

VOCAL I:

Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz.

VOCAL II:

Arq. Efraín de Jesús Amaya Caravantes.

VOCAL III:

Arq. Carlos Enrique Martini Herrera.

VOCAL IV:

Br. Carlos Alberto Mancilla Estrada.

VOCAL V:

Secretaria Liliam Rosana Santizo Alva.

SECRETARIO:

Arq. Alejandro Muñoz Calderón.

DIRECTORA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO:

Licda. Emperatriz Pérez

TRIBUNAL EXAMINADOR

DECANO:

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo.

SECRETARIO:

Arq. Alejandro Muñoz Calderón.

ASESORES

Lic. Luis Alejandro Urizar

Lic. Víctor Pacheco.

Lic. Rualdo Anzueto.



UNIVERSIDAD SAN CARLOS
DE GUATEMALA



arquitectura

FACULTAD DE ARQUITECTURA



diseño gráfico
U S A C

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Diseño y Realización de Campaña de divulgación y señalización de Biotopo El Refugio, Departamento de San Marcos, Guatemala

Ligia Marcela Meoño Ocampo
Carné 2004-10654

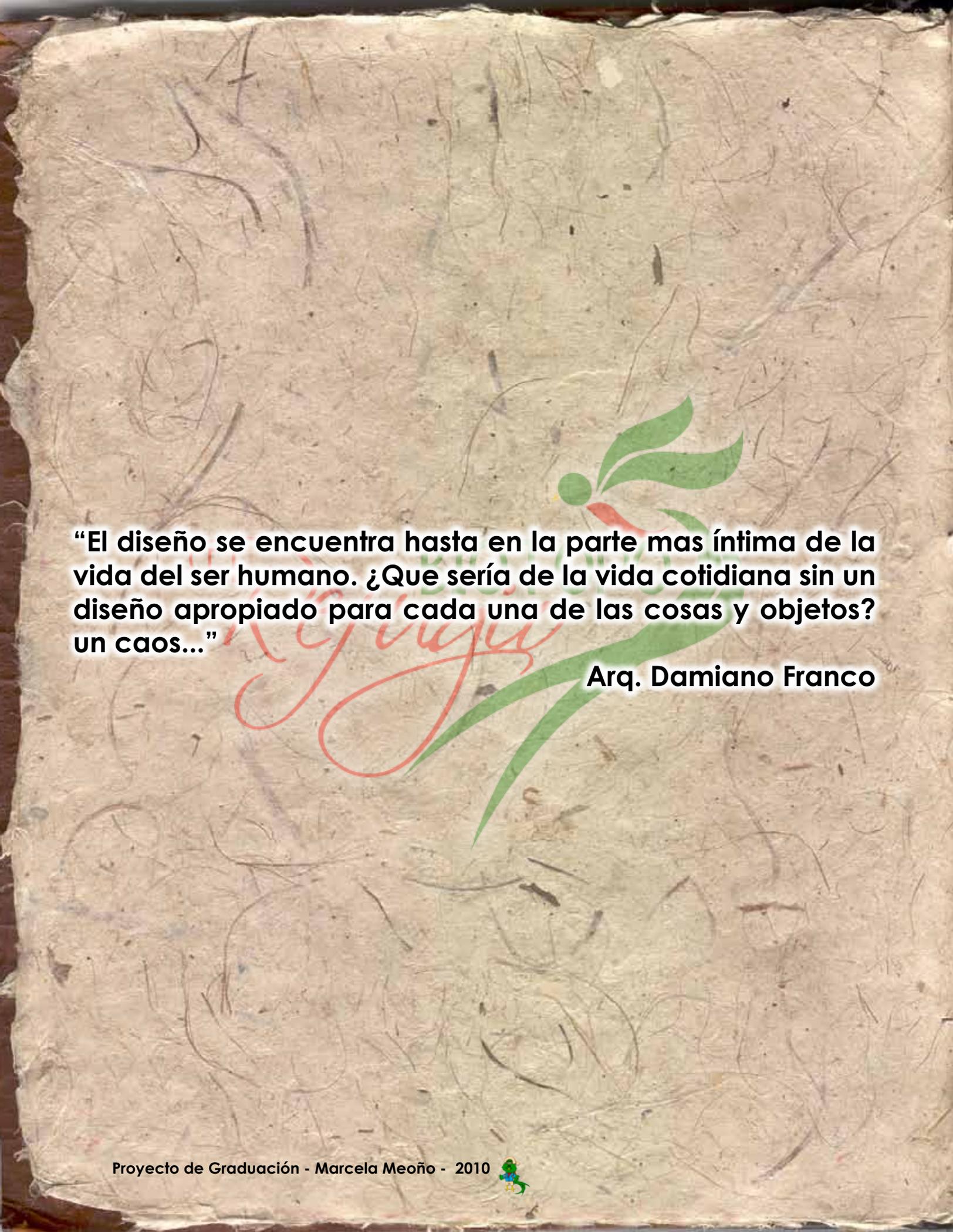
Licenciatura en Diseño Gráfico
con Énfasis Publicitario

Guatemala, mayo de 2010

1a. Edición - Ejemplar Impreso - Guatemala 2010



2010 - Marcela Meoño - Proyecto de Graduación



“El diseño se encuentra hasta en la parte mas íntima de la vida del ser humano. ¿Que sería de la vida cotidiana sin un diseño apropiado para cada una de las cosas y objetos? un caos...”

Arq. Damiano Franco



Índice

PORTADA	
TÍTULO	
NÓMINA DE AUTORIDADES	
ÍNDICE	
DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS	
PRESENTACIÓN	
INTRODUCCIÓN	
1. CAPÍTULO I: Notas Introdutorias.....	7
1.1 Perfil del Cliente.....	9
1.2 Tema y/o Problema.....	11
1.3 Justificación.....	11
1.4 Objetivos.....	13
2. CAPÍTULO II: Marco Referencial.....	15
2.1 Marco Contextual.....	17
2.2 Marco Conceptual.....	19
2.3 Conceptos Fundamentales.....	23
2.4 Concepto Creativo.....	42
2.5 Estrategia de Comunicación.....	42
3. CAPÍTULO III: Propuesta Gráfica.....	43
3.1 Proceso de Bocetaje.....	45
3.2 Criterios de Jerarquización.....	47
3.3 Fundamentación.....	49
3.4 Propuesta Gráfica Final.....	50
3.5 Especificaciones Técnicas.....	53
4. CAPÍTULO IV.....	55
4.1 Validación.....	57
5. CAPÍTULO V: Propuesta Operativa.....	63
5.1 Plan Estratégico de Medios.....	65
5.2 Presupuesto de la Propuesta.....	66
CONCLUSIONES.....	67
RECOMENDACIONES.....	67
BIBLIOGRAFÍA.....	69
GLOSARIO.....	71
ANEXOS.....	75





EL BIOTOPPO
Refugio



Dedicatoria

El presente trabajo es dedicado primeramente a Dios, por darme el don de la vida y la sabiduría para poder realizar este proyecto sin inconveniente alguno, a la Santísima Virgen María nuestra madre eterna.

A mis padres: Ligia y Juan, a mi hermano: Alex, por darme el apoyo incondicional, las fuerzas y los ánimos a seguir adelante en los momentos de angustias.

A mis abuelitos, por darme su cariño y amor cuando más lo necesitaba, aquí en la tierra y desde el cielo, muchas gracias por las fuerzas dadas en la realización de este proyecto.

A mis seres queridos y especiales, que en estos momentos no están físicamente: mis abuelitas Concha y Tere, mi madrina: María Luisa de De León, ahora sé son una flor hermosa en el Jardín Celestial y una estrella más que iluminan mi camino.

A mis asesores, Lic. Rualdo Anzueto, Lic. Víctor Pacheco y Lic. Luis Urizar; por el apoyo y la asesoría incondicional para poder realizar cada una de las etapas durante la investigación, realización y finalización de este proyecto, al Licenciado en Letras Julio Avendaño, por su valioso apoyo en la revisión de redacción y estilo, estaré eternamente agradecida.

A la Municipalidad de San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos, por la oportunidad brindada para la realización de este proyecto en el Biotopo El Refugio, muy especialmente al Sr. Alcalde Carlos Mazarriegos, que este proyecto sea el inicio del cumplimiento de sus objetivos por el desarrollo de este bello Municipio.

Por último pero no menos importante, a mis amigos, que en todo momento me dieron el apoyo incondicional, bien dice una frase "La persona que encontró un amigo, ha encontrado un gran tesoro". Por mis nuevas amistades conocidas por este proyecto.

Gracias...





EL BIOTOPO
Refugio



Presentación

En el siguiente trabajo se recopila todo el proceso de creación del Diseño y Realización de la Campaña de Divulgación y Señalética para el Biotopo El Refugio, San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos, Guatemala; realizada durante Julio – Noviembre del año 2008.

Como primera etapa se investigaron las posibilidades y necesidades de diseños en Instituciones no Gubernamentales, se visitó al cliente para identificar la necesidad más próxima de diseño y el proceso de toma de decisiones para el mismo.

Todo el proceso fue siempre supervisado por el Licenciado Rualdo Anzuetto y el Licenciado Víctor Pacheco y asesorado por los mismos, el proceso de la campaña incluye la realización de piezas gráficas para el lugar, las cuales son:

- Logo
- Nomenclaturas de Señalización
- Valla Publicitaria
- Minivallas
- Afiche
- Trifoliar
- Banner
- Direccional
- Croquis
- Volante
- Mascota

Dichas piezas tuvieron el proceso de bocetaje – cambios – evaluación – validación – finalización.

Para poder conocer al grupo objetivo se llevaron a cabo investigaciones previas a fin de identificarlo y así interpretar los elementos de diseño y tener una respuesta positiva del mismo.





EL BIOTOPPO
Refugio



Introducción

A continuación se presenta la Campaña de Divulgación y Señalización para el Biotopo El Refugio ubicado en el Municipio de San Rafael Pie de la Cuesta, del departamento de San Marcos, Guatemala.

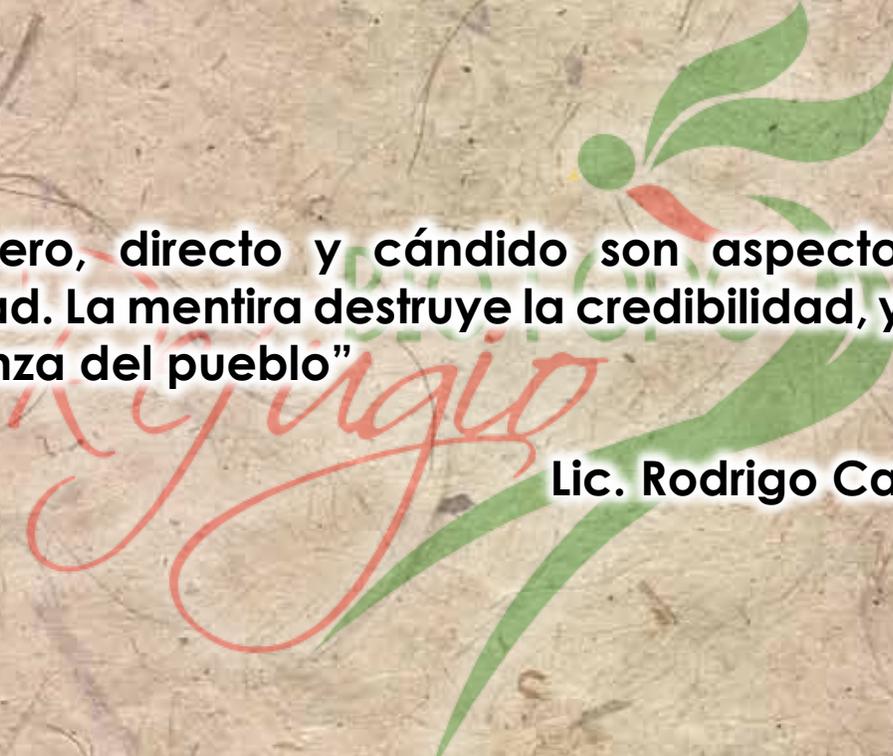
Al visitar el Biotopo se estableció que el mismo no cuenta con la debida información para que visitantes y turistas conozcan el lugar y las señales que identifiquen las áreas de interés que componen e identifican el Biotopo.

En dicho documento se podrá encontrar el proceso de investigación y realización del mismo, el cual está dividido en capítulos para mantener secuencia de éste.

Se podrá ver el proceso de recopilación de investigación a fin de llegar a un producto físico como lo son las piezas gráficas del Biotopo.

Para la validación de las piezas gráficas se hicieron encuestas a varios grupos objetivos, para saber y hacer valer el propósito de las piezas gráficas.





“Ser sincero, directo y cándido son aspectos de la honestidad. La mentira destruye la credibilidad, y debilita la confianza del pueblo”

Lic. Rodrigo Castañeda



Capítulo

I

Notas Introdutorias





EL BIOTOPO
Refugio



1.1 Perfil del Cliente

DESCRIPCIÓN DE LA INSTITUCIÓN

La Municipalidad de San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos es la encargada de velar por los derechos y el orden de las personas habitantes de este Municipio, cuenta con actividades motivacionales y folklóricas según las costumbres del lugar. El municipio se creó por el acuerdo gubernativo del 4 de enero de 1850.

Dirección: Calle Principal Cantón Concepción, San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos.

Alcalde: Carlos Mazariegos.

Telefax: 7770-7124.

Categoría de la Municipalidad: Es de tercer categoría, según acuerdo del 27 de julio de 1957.

Extensión: Cuenta con una extensión territorial de 60 kilómetros cuadrados. Clima: Templado, ligeramente frío en la época lluviosa (invierno).

Topografía: La mayor parte del territorio es montañoso, con pendientes onduladas y gran cantidad de cerros. Su suelo es arcilloso en la parte alta y franco arcilloso en la parte baja.

MISIÓN

A través de una institución sólida, para promover la identidad cultural e institucional, con valores éticos y morales, fortaleciendo capacidades y habilidades para el trabajo, por medio de la cooperación de autoridades de la institución como personas y grupos para el desarrollo del Municipio.

VISIÓN

Una moderna Municipalidad que brinde un eficaz y eficiente servicio, transparente y solidario promoviendo el desarrollo del Municipio valiendo el respeto ajeno y la armonía con el medio ambiente.



Capítulo I

FILOSOFÍA

La filosofía de la Municipalidad de San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos, es la unión, la solidaridad para el desarrollo y bienestar del ciudadano.

ACTIVIDADES PRINCIPALES

Las actividades principales que realiza la municipalidad son:

- Feria Patronal: del 19 al 26 de Octubre, Patrono San Rafael Arcángel.
- Procesiones: sobresaliendo la del 23 de Octubre en honor al Patrono.
- Representación del Via Crucis (altares).
- Convites.
- Grupo Folklórico.
- Representación Pasión de Cristo (inicia el día Jueves Santo y culmina el día Viernes Santo).
- Alfombras procesionales.
- Posadas Navideñas.
- Desfile Hípico.

SECTORES

La Municipalidad de San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos, atiende a las aldeas, caseríos y cantones del Municipio, entre ellos personas de la tercera edad, adultos, jóvenes, adolescentes y niños.

EXPECTATIVAS DEL CLIENTE EN DISEÑO GRÁFICO

El cliente requiere la atención de un diseñador gráfico para poder satisfacer la necesidad de comunicación visual y por el avance tecnológico que ha tenido esta rama, está conciente que la ayuda audio-visual genera una respuesta del grupo objetivo.

NECESIDAD DE COMUNICACIÓN VISUAL

La necesidad de comunicación visual que presenta el cliente es la elaboración de una Campaña de Señalética para dar a conocer y promover el Biotopo El Refugio.



1.2 Tema y/o Problema

ANTECEDENTES

El Biotopo El Refugio ubicado en el Departamento de San Marcos, Guatemala; no cuenta con una imagen corporativa que lo pueda identificar, ni con las debidas señalizaciones correspondientes que puedan brindar ayuda al visitante y al mismo tiempo proteger el hábitat del Quetzal.

La expectativa para el presente proyecto es la realización de una campaña de divulgación y señalización, utilizando los recursos gráficos, tecnológicos y el conocimiento adecuado para lograr resultados positivos en el crecimiento de afluencia turística al lugar.

1.3 Justificación

Magnitud

Con base en lo expresado por el alcalde municipal y lo observado por la diseñadora gráfica, se considera importante la necesidad de conocimiento acerca del lugar por parte de las personas que visitan el Biotopo El Refugio, además de la necesidad de señalización que permita tener una referencia exacta de la ubicación de los lugares de interés.

La falta de información hacia el exterior del municipio ha sido muy fuerte en cuestión de falta de interés, ya que según datos no oficiales recogidos en la Municipalidad de San Rafael Pie de la Cuesta, la población es de 13,072 habitantes. La cantidad aproximada de visitantes es de 600 personas anualmente y el 65% de esta cantidad está conformada por visitantes de municipios o departamentos vecinos.

En el Refugio del Quetzal, la cantidad anual llega a ser de 300 visitantes. El 60% de esta cantidad está constituido por personas especialistas que realizan un estudio de flora o fauna en el lugar, en especial del Quetzal. Solo un 40 % de habitantes del municipio de San Rafael Pie de la Cuesta conoce el Refugio del Quetzal u otros atractivos naturales como las catarata o fincas ubicados en el municipio.

Los lugares de mayor visita turística con los que cuenta San Marcos son el Volcán Tajumulco, el Tacaná y el Biotopo El Refugio.



Capítulo I

Debido a estos datos es importante la señalización del Biotopo para la identificación de las áreas de interés que posee este centro turístico.

Trascendencia

Es importante dar a conocer y señalar el Biotopo El Refugio para que turistas nacionales y extranjeros puedan identificar las áreas del hábitat del Quetzal, así como la naturaleza que le rodea y ayudar a la conservación del mismo.

Vulnerabilidad

A través de la campaña de señalización se reducirá el problema de falta de ubicación en el Biotopo y se darán a conocer las áreas de interés a través de íconos. Entre dichas áreas hay campamentos, servicios, lugares de observación del Quetzal. El aporte del diseñador es de gran importancia, ya que por medio de él se dará a conocer el Biotopo gracias a instrumentos como logotipo, afiche, etc.

Factibilidad

Este proyecto se llevará a cabo con ayuda de patrocinadores, fondos privados de la Municipalidad y PROBOSQUES, una entidad encargada de la conservación y protección de la naturaleza.

PROBLEMA

El Biotopo El Refugio, lugar reconocido como hábitat del Quetzal, no cuenta con una imagen que lo identifique, generando confusión y desorientación en los visitantes. Físicamente, el Biotopo no cuenta con señalizaciones adecuadas para poder orientar al turista en las áreas de interés existentes, siendo este problema un riesgo tanto para el turista, como para la protección del Quetzal y la naturaleza que le rodea.

A través de la realización de la campaña de señalética y divulgación, se espera dar a conocer el Biotopo, identificando las áreas de mayor interés que posee e indicando los cuidados que el Quetzal necesita para vivir.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Los límites del problema inciden en el cuidado y uso adecuados del hábitat del quetzal, ya que la falta de conocimiento hace que las personas muchas



veces no sepan que se encuentran en el hogar del quetzal, esto lleva a tirar basura, quemar materiales dañinos no solo para el quetzal sino para el medio ambiente y otras actividades que afectan el ambiente natural. Por lo tanto, es indispensable la señalización del biotopo para promover su protección y darlo a conocer ante el turismo.

1.4 Objetivos

1.3.1 Objetivo General:

- Diseñar y realizar una campaña de divulgación y señalización para identificar y ubicar las áreas de interés del Biotopo El Refugio del Departamento de San Marcos, Guatemala.

1.3.2 Objetivos Específicos:

- Elaborar el logotipo del Biotopo El Refugio para que visitantes nacionales y extranjeros puedan identificarlo y diferenciarlo de otros Biotopos existentes.
- Facilitar el recorrido del Biotopo mediante la ubicación de señalizaciones.
- Dar a conocer con mayor amplitud las áreas a través de materiales impresos.
- Crear una mascota con la finalidad de incentivar la visita del turista.





EL BIOTOPO
Refugio

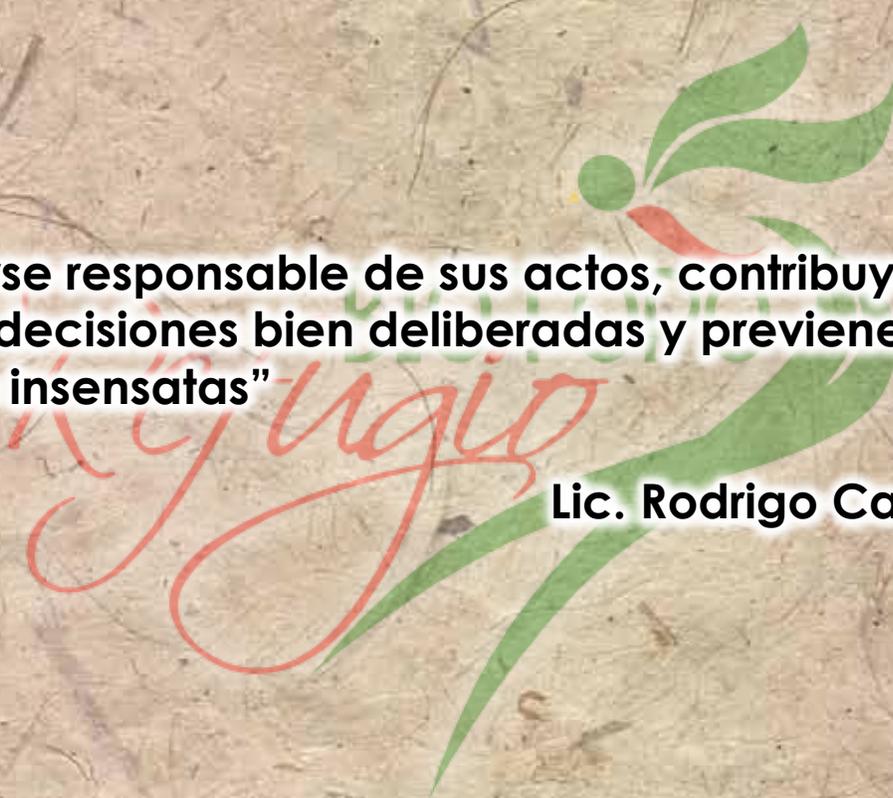


Capítulo

II

Marco Referencial





“Al hacerse responsable de sus actos, contribuye a la toma de decisiones bien deliberadas y previene las acciones insensatas”

Lic. Rodrigo Castañeda



2.1 Marco Contextual

Variables Físicas:

Las variables físicas de este proyecto están constituidas por la necesidad de mantenimiento del Biotopo, razón por la cual es necesario darlo a conocer para que tanto las personas que viven en el área y los visitantes sepan conservar el lugar y poder mantener a nuestra Ave Nacional sana.

Variables sociales:

Entre variables sociales, se encuentra que en los alrededores del Biotopo tanto entre personas habitantes y turistas, todos tienen diferentes clases sociales, por lo cual la señalización debe de ser de fácil manejo y entendimiento para poder llegar su mensaje sin inconveniente alguno.

Variables Económicas:

Las variables económicas para la realización de este proyecto dependen de organizaciones no gubernamentales de protección del medio ambiente para llevar a cabo la realización del mantenimiento del Biotopo.

Variables Culturales:

Dentro de las variables culturales que afectan este proyecto se encuentran las costumbres y tradiciones de las personas habitantes del Departamento y las visitantes, así como las nacionalidades múltiples; es un departamento basado en mucho folklore siendo fundamental para la sobrevivencia del Quetzal.

2.1.1 SOBRE EL GRUPO OBJETIVO

Perfil Demográfico:

Edad: Familiar y niños 5 – 60 años.

Sexo: Masculino y femenino.

Tamaño de la familia: Grupo de 5 integrantes promedio, y padres solteros.

Ciclo de vida familiar: Joven soltero sin hijos, casado sin hijos, joven casado con hijo menor a 5 años, otros.

Ocupación: Estudiantes, profesionales, amas de casa, desempleados.

Educación: Escuela primaria en adelante, universitarios, titulados, jubilados.

Raza: Indígena, Blanca, Negra, Hispánica.

Nacionalidad: Guatemalteco/ extranjero.



Capítulo II

Perfil Psicológico:

Clase Social: Nivel bajo, medio, medio alto, alto.

Personalidad: Aventurera, extrovertida, alegre, paciente, concedora, sana, con emoción, alegría y deseo de convivir con la naturaleza y el medio que le rodea.

Perfil Geográfico:

Región: Nor-Occidente, San Marcos, Guatemala, C.A./ aledañas a Guatemala / internacionales.

Tamaño de ciudad: Aldea Fraternidad, 13,072 habitantes.

Tamaño del área: 60km cuadrados.

Densidad: Rural, Sub-Urbana / Urbano.

Clima: Húmedo – templado / variado 8° / 20° C.

Tasa de uso: Ocasional, medio y temporal.

Status de lealtad: Por conocerse.

Beneficios buscados: Aventura.

Actitud hacia el producto: Positiva y entusiasta.



2.2 Marco Conceptual

Dimensión conceptual

"Biotopo es el espacio físico, natural y limitado donde se desarrolla la biocenosis o Comunidad, que son conjuntos de seres vivos de distintas especies que conviven en un mismo lugar. En cuanto a su extensión, puede ser tan amplio como el mar, en el que viven comunidades animales, vegetales y microorganismos; o tan reducido como un pequeño lago, un arrecife de coral, o los diferentes desniveles de un río, en los cuales existen residencias ecológicas con distintas comunidades animales y vegetales."

Anónimo

Biotopo es una comunidad que guarda y protege de manera natural a las distintas especies de animales que conviven en ella. Un Biotopo de Quetzal cumple las mismas funciones de protección, solo que necesita mucha ayuda, ya que el quetzal es un ave que ya está declarada en peligro de extinción a causa de su bello plumaje utilizado por los humanos.

Dimensión Ética:

Honestidad:

"Ser sincero, directo y cándido son aspectos de la honestidad. La mentira destruye la credibilidad, y debilita la confianza del pueblo."

Lic. Rodrigo Castañeda

Es importante conocer como diseñadores y personas humanas, que la honestidad siempre en todo camino y lugar nos abrirá puertas, no es posible mentir diciendo que se hizo un logotipo, y luego descubrir que lo único que se hizo fue buscar en Internet logos, va en contra de la ética profesional del diseñador.

Responsabilidad:

"Al hacerse responsable de sus actos, contribuye a la toma de decisiones bien deliberadas, y previene las acciones insensatas."

Lic. Rodrigo Castañeda

La responsabilidad es un acto sumamente trascendental, la acción de este valor ético tiene una reacción profunda en todos los seres humanos, si no se cumple se llega a resultados negativos.



Capítulo II

Respeto

“El tratar a las personas con dignidad, respetar su privacidad y permitir su libre determinación son esenciales en un gobierno conformado por una diversidad de personas.”

Lic. Rodrigo Castañeda

Todas las personas merecemos ser tratadas por igualdad, no importando género, raza, nacionalidad; en la actualidad las mujeres están teniendo ya mucho respeto en el campo laboral, acto que en un pasado no se llevaba a cabo. Esto nos lleva al respeto que tanto turistas extranjeros y nacionales merecen cuando visitan nuestro país o lugares de interés y recreación.

Ciudadanos responsables:

“Se espera que todo servidor público ejerza su propio criterio en el desempeño de los deberes oficiales que están en el marco de su autoridad para que los deseos del pueblo se vean respetados, conforme a los principios democráticos. Se deberá buscar justicia con ahínco y desafiar las injusticias a través de los medios aceptados.”

Lic. Rodrigo Castañeda

Como se había dicho anteriormente debemos ser responsables, pero este valor “Ciudadanos responsables” me llamó mucha la atención, ya que cambia radicalmente el concepto anterior, podemos ver que ser un ciudadano responsable, implica poder ejercer criterios y deberes que no solo tengan beneficio propio, sino para la sociedad, es importante conocer que luego de nosotros vienen generaciones y qué mejor que dejarles como herencia una ciudad llena de valores y tradiciones, así como sentido de conservación.

<http://www.incep.org/dip-nl/doc-etica.html>

Los valores Morales

*“Una **sonrisa** cuesta menos que la corriente eléctrica y da más luz a la vida.”*

J. A. RAZO

En nuestra vida de Diseñadores, es importante conocer esta acción moral, es increíble como un acto tan sencillo que es sonreír pueda llevar a resultados tan sorprendentes.

“El nacer con amigos es casualidad, conservarlos es un logro.”

J. A. RAZO

El respeto a la naturaleza es primordial para la realización de este proyecto, es necesario no interferir en sus ciclos de vida para no afectar así el desarrollo de la misma.



Capítulo II

“Sembremos en el corazón del hombre la semilla de la reciprocidad y el aprecio, así cosecharemos los frutos de la amistad.”

L. G. LEGUZ

La amistad es un valor que todos debemos de tener y conservar una vez encontrado, ya que bien dicen, que los amigos son un tesoro y en el momento menos esperado recibimos ayuda y una mano amiga.

“Solo hay una manera de encontrar la vida dichosa y es buscando el bien y la verdad. Para estar contento en la vida hay que hacer uso de ella.”

RENAN

El bien y la verdad son hechos que día a día a mi criterio se están perdiendo, es posible ver en el diario vivir cómo la falta de estos valores morales hace que las personas no sean confiables, cómo diseñadores es necesario proyectar una imagen que sea incluso como una marca, y que por medio del bien y la verdad sea posible crear confianza en nuestros clientes.

Dimensión Funcional:

Por medio de la utilización de medios masivos de comunicación visuales, se dará a conocer el Biotopo y a la vez incentivar a la conservación del mismo, por medio de señalizaciones que guíen al turista en su recorrido y en su actitud.

Se realizarán de vallas, minivallas, señalización, afiches, trifoliales, anuncio de revista y volantes, para que la información que esté recopilada en estos productos sean de utilidad a los visitantes y a la vez de promover una bonita experiencia en el lugar, proporcionen el conocimiento y el instinto protector para poder conservar este Biotopo en buenas condiciones, así como proteger el hábitat y la vida del quetzal y los otros animales que se encuentran en este lugar.

Dimensión Estética:

Diseño:

“El diseño se encuentra hasta en la parte más ínfima de la vida del ser humano. ¿Qué sería de la vida cotidiana sin un diseño apropiado para cada una de las cosas y objetos? Un caos...”

Arq. Damiano Franco

El diseño es la parte fundamental de la realización de este proyecto, es un



Capítulo II

diseño que cumple los requisitos estéticos dando a conocer el Biotopo y a la vez transmitiendo el mensaje de conservación del mismo.

Forma

“Es la representación gráfica de un objeto. La forma es cualquier cosa si se modifica no pasa nada porque aun sigue siendo una forma.

Se dice que cuando una forma se descompone en sus partes, pierde su configuración y se percibe como no configurada. Se dice que ‘la forma es un todo’, es algo más que la suma de sus partes. Si se alteran los elementos que la conforman, pierde significación.”

es.wikipedia.org

La forma es un elemento que nos ayudará en el diseño a transmitir mensajes con más facilidad, nos permite poder hacer íconos de objetos simplificados para que puedan tener una retención en la mente mucho más fácil y así poder tener más trascendencia sobre el grupo objetivo.

Color

“Es una sensación que es percibida por los órganos visuales; está producida por los rayos luminosos y depende de su longitud de onda y de las características del órgano receptor.”

es.wikipedia.org

Los colores que se utilizarán en el diseño de este proyecto serán colores complementarios para que tengan un mayor contraste y sean llamativos. También serán colores que simbolicen la naturaleza del Biotopo.

Tipografía:

“Arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto.”

Stanley Morison,
Principios fundamentales de la tipografía (1929)

La tipografía utilizada será miscelánea, para que tenga una buena visibilidad y entendimiento y no dificulte a los turistas poder leer. El tamaño y espacios serán a convenir dependiendo del producto en que se esté aplicando.



2.3 Conceptos Fundamentales

CONCEPTOS FUNDAMENTALES

RELACIONADOS CON EL TEMA

Biotopo:

Es el espacio físico, natural y limitado donde se desarrolla la biocenosis o Comunidad, conjuntos de seres vivos de distintas especies que conviven en un mismo lugar. En cuanto a su extensión, puede ser tan amplio como el mar, en el que viven comunidades animales, vegetales y microorganismos; o tan reducido como un pequeño lago, un arrecife de coral, o los diferentes desniveles de un río, en los cuales existen residencias ecológicas con distintas comunidades animales y vegetales. El Biotopo en San Marcos es el refugio y hábitat del quetzal.

Municipalidad:

Las municipalidades son órganos de gobierno local que se ejercen en las circunscripciones provinciales y distritales de cada una de las regiones del país, con las atribuciones, competencias y funciones que les asigna la Constitución Política, la Ley Orgánica de Municipalidades. En los centros poblados funcionan municipalidades conforme a ley. La Municipalidad el Municipio de San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos, cumple con las leyes para el servicio de la comunidad, ayudando y promoviendo actividades para el beneficio de cada uno de los integrantes de las familias.

Municipio San Rafael Pie de la Cuesta:

El nombre de este municipio se originó por su posición geográfica, AL PIE DE LA CUESTA, porque cuando pasaban los comerciantes y viajeros que iban hacia la zona costera o hacia el altiplano, pastaban sus animales en los grandes zacateros que existían en ese entonces y comentaban estar AL PIE DE LA CUESTA. Los ancianos de esa época decidieron buscar a un Santo para Patrono del municipio, fue así como denominaron a San Rafael como tal, llamando finalmente al municipio San Rafael Pie de la Cuesta.

El municipio de San Rafael Pie de la Cuesta fue creado el 5 de Enero de 1850 por medio del Acuerdo emitido por el Gobierno con fecha 29 de Febrero del mismo año.

Este municipio se encuentra localizado a 275 kilómetros de la ciudad capital Vía Tierra Fría y a 300 kilómetros vía Costa Sur. San Rafael Pie de la Cuesta se encuentra a 24 kilómetros de la Cabecera Departamental.



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

Aldea:

Una aldea es un asentamiento humano comúnmente encontrado en áreas rurales. Es generalmente menor que una ciudad. Las aldeas han sido una unidad de comunidades en la mayoría de las áreas del mundo a lo largo de la historia, hasta después de la Revolución Industrial y del proceso actual de urbanización. En muchos estados estadounidenses, una aldea es un tipo de gobierno municipal. En Guatemala, las aldeas son supervisadas por los alcaldes municipales.

Quetzal:

El quetzal es reconocido como ave nacional de Guatemala, simboliza la libertad, autonomía e independencia, da nombre a la moneda, es la máxima condecoración nacional. Purulhá (Baja Verapaz), Guatemala.- Declarado símbolo nacional de Guatemala en 1871, el quetzal, que da nombre a la moneda del país y es conocido también como “pájaro serpiente”, maravilla natural y atracción para el que recorre las reservas naturales de la Baja Verapaz, en el norte guatemalteco.

Los incrédulos quedaron asombrados durante una gira organizada por el Consejo Nacional de Áreas Protegidas (CONAP) a la reserva “Ranchitos del Quetzal”, situada 160 kilómetros al norte de la ciudad, cuando cinco de estas llamativas aves también conocidas como “serpientes emplumadas”, surcaron el tupido bosque.

Nadie daba fe a las versiones del propietario de la reserva, Julio Álvarez, de que el *Pharomachrus mocinno* (nombre científico del quetzal), llegaba a comer y a posarse hasta el patio de su casa, cuando el ave, de pecho rojo, plumaje verde e inmensas colas, llegó a unos árboles que producen sus frutas predilectas.

Álvarez les ha creado en su rancho, en los últimos 40 años, un entorno de árboles como el guarumo, que produce una especie de bananillo de agua, y otros de guayabillo, aguacatillo, pimientillo y nogal, que son la alimentación del “pájaro serpiente”.

San Marcos:

“Conocido por estar en una de las principales fronteras de Guatemala, San Marcos es un centro comercial de gran importancia. Es la puerta hacia México y por ende el paso de muchos emigrantes que van hacia el norte. Cuando nos referimos a San Marcos, usualmente pensamos en el altiplano, pero en este mismo departamento encontramos desde el volcán más alto



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

de Centroamérica, hasta las cálidas playas bañadas por el Océano Pacífico. De un extremo a otro las características del terreno varían considerablemente y por lo mismo, los atractivos que se encuentran en este departamento son muy diversos”

www.viajeaguatemala.com.

Alcalde:

Es un funcionario o cargo público que se encuentra al frente de la administración local básica de un país o parte de ella. En el mundo existe una amplia variedad de regulaciones legales o consuetudinarias, tanto en lo relativo a las competencias y responsabilidades del alcalde como en la forma en que es elegido.

Históricamente, un alcalde ejercía, además, funciones de juez. Los poblados que ostentaban ese privilegio tenían título de villa (o de ciudad). La administración municipal de las otras poblaciones estaba en manos de un corregidor. Por esta razón, las villas tenían derecho a erigir un rollo, lugar de ajusticiamiento. Existió además, en el Reino de Castilla, el cargo de Alcalde de Casa y Corte de Su Majestad, funcionario judicial que impartía justicia en la Sala de Alcaldes de Casa y Corte.

El cargo de alcalde tiene una duración normalmente de 4 a 6 años y puede ser reelegido en la mayoría de los países. Habitualmente está a cargo de velar por los intereses de sus conciudadanos, representándolos ante la autoridad jerárquica mayor, además de impulsar políticas locales para mejorar su calidad de vida, como programas de salud o deporte, y combatir contra la delincuencia, entre otras tareas. El alcalde del Municipio de San Rafael Pie de la Cuesta San Marcos, es Carlos Mazariegos y su período es de 2008 – 2012, siendo éste su segundo período de autoridad.

Feria Patronal:

Es un evento social, económico y cultural —establecido, temporáneo o ambulante, periódico o anual— que se lleva a cabo en una sede y que llega a abarcar generalmente un tema o propósito común.

Puede tener por objetivo primordial la promoción de la cultura, alguna causa o estilo de vida, generalmente en una forma divertida y variada; más comúnmente el objetivo es la estimulación comercial, pues tiene la finalidad de lucro o de generar ganancias para las localidades anfitrionas, personas u organizaciones patrocinadoras, y participantes hospitalarios, a



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

cambio de un tiempo grato que incluye diversión y entretenimiento, participación en juegos de azar y de destreza, alimentos, manjares y golosinas, objetos, o juguetes, etc., para los participantes visitantes y negociantes, ya sean estos menores o mayores de edad, dependiendo del evento, consignas, características, costumbres locales y leyes que rigen el lugar.

Procesión:

Es un acto de carácter religioso y solemne en que un conjunto de personas siguen un recorrido trazado. Las procesiones en el Dpto. de San Marcos, son en honor a los patronos e imágenes de cada lugar. El día de la procesión principal es el día en que se celebra al Patrono del lugar, se realiza una feria en su honor.

Patrón:

El Patrón es el Santo que cada ciudad, departamento, municipio y aldea celebra en una fecha específica al año. Celebrándolo por medio de Ferias Patronales, Procesiones y distintas actividades propicias de las costumbres de cada lugar.

Alfombra:

Las muy conocidas alfombras de Guatemala, se conocen por su gran colorido y su significado, así como con los materiales que se utilizan para la realización de la misma. Cada lugar tiene sus distintas costumbres, y varía de acuerdo a la estación del año. Es una tradición transmitida de generación en generación y el tiempo de elaboración puede variar de 3 hasta 20 horas.

Cantón:

Un cantón es lo que muchas veces conocemos como "Colonias", en los municipios es muy común escuchar esta palabra. Los cantones están seccionados y dependiendo del cantón en que se encuentre se hacen distintas actividades ya sean individuales o en familia. Variando de las costumbres de cada lugar, un cantón puede tener un Patrón.

Censo:

El censo de población es un recuento de población que se realiza cada 10 años con el propósito de conocer las actividades económicas de los habitantes, el conocimiento, desplazamiento, nivel de estudios, infraestructura, poder adquisitivo, entre otros, con el fin de hacer finalmente un conteo a nivel nacional que dé un resumen del estado actual de ese país o nación. Según las Naciones Unidas, un censo de población es el



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

conjunto de procesos dirigidos a reunir, resumir, analizar y publicar los datos demográficos, económicos y sociales de todos los habitantes de un país de territorio delimitado, correspondiente a un momento o período dado.

Existen diferentes tipos de censo: agrícola, ganadero, económico (industrial, comercial y servicios), los de población y de vivienda.

Población:

Es el número total de personas que habitan la Tierra. Una cantidad particular de la gran superficie de la Tierra tiene una «capacidad de producción», que limita el aumento de la población humana. Algunos observadores de sociedades humanas han propuesto que el concepto de la capacidad de producción también se aplique a la población humana, y que el aumento de población no controlado puede causar una catástrofe malthusiana. Los otros se oponen vehementemente a esta idea.

Un modelo matemático posible para describir el crecimiento de una población es el denominado modelo exponencial con la forma de una Curva logística.

La evolución es el conjunto de características que se modifican en el transcurso del tiempo: natalidad, mortalidad, migraciones y las tasas, proporciones y razones que se derivan de ellas.

Síndico:

El Síndico es el encargado de vigilar y defender los intereses municipales y de representar jurídicamente al Ayuntamiento, desde esta óptica es el Abogado del Municipio el que vigila además los asuntos de la hacienda pública municipal, su ejercicio hoy por hoy es trianual.

En la lucha en contra de la corrupción, el Síndico municipal o Síndico procurador tiene una responsabilidad directa y la posibilidad de modificar prácticas viciadas, por lo que su papel es de crucial importancia e interés para la comunidad municipal. Yo lo etiquetaría hasta aquí con el símil de Procurador General Municipal.

Concejal:

Es un cargo electo en las administraciones municipales de la mayoría de países de América Latina y España. Los concejales pertenecen a un Concejo Municipal o Ayuntamiento (España) y son elegidos por un período de 4 años, sujetos a nueva elección al final de cada legislatura, dependiendo del país (en Colombia y en Venezuela, por ejemplo, está permitido).



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

En los Estados Unidos a los concejales se les denomina councilman o councilwoman, dependiendo del sexo, o se abrevia como councilor.

Tienen como función promover actitudes o actividades para el desarrollo del municipio, dentro de diversas áreas Cultura, Economía, Urbanismo, etc. Además, desempeñan la función de fiscalización del trabajo del Alcalde de la ciudad o del Municipio.

Departamento:

En Guatemala se le denomina así a cada una de las regiones en que se divide el país, a cada departamento se le ha dado un nombre para poder identificarlo. Según las tradiciones y costumbres cada departamento va a tener distintas actividades, ya sean de carácter religioso, político, folklore o simplemente tradiciones.

Cada departamento cuenta con municipios, aldeas y caseríos para poder llevar a cabo un orden específico y hacer fácil la identificación de cada uno de ellos.

Folklore:

Dicho término ideado por Thomas fue adoptado por todo el mundo, pero con diversos contenidos. Para darle cierta uniformidad convencional en la reunión mundial de la UNESCO (París, Febrero de 1982), fue acordada por los 44 países asistentes, la siguiente definición:

“El folklore es una creación originaria de un grupo y fundada en la cultura tradicional expresada por grupos o individuos reconocidos, como respondiendo a las aspiraciones de la comunidad, en cuanto éstas constituyen una manifestación de su identidad cultural y social”.

AGCA (Archivo General de Centro América):

Es una guía preliminar de fuentes documentales etnográficas para el estudio de los pueblos indígenas de Ibero América; Fundado por acuerdo de 20 de octubre de 1846, surgió en primera instancia como Archivo General de Gobierno y posteriormente recibió el nombre actual, debido a que sus fondos de información contienen datos sobre los países centroamericanos, desde la época colonial. Por ello se le dio el nuevo nombre, por medio del Decreto Ley 1.768 de 1968.

En este Archivo pueden encontrarse documentos fechados entre 1537 y 1985. La información que contiene es de lo más variado, ya que en el edificio



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

está concentrado no sólo el archivo histórico como tal, sino también los fondos de archivo del gobierno, lo que lo ha enriquecido sustancialmente.

No puede obtenerse una guía de información etnográfica indígena exclusivamente de este archivo, por no existir una clasificación que permita deslindar específicamente los datos requeridos. Por tal razón se elaboró un inventario, a grandes rasgos, en el que se incluyen datos sobre ladinos, porque muchos de los documentos se archivaron sin distingo.

Para cada caso existe una ficha en los ficheros respectivos y en el listado adjunto se han identificado como MUEBLE FICHERO, clasificados con los temas siguientes; Cronológico, Alfabético, Temático, Onomásticos para el período colonial que se identifica con la literal A. La sección Independiente, que se identifica con la literal B, está escasamente clasificada, y se tienen apartados como por Jefaturas Políticas, Gobernaciones, Departamentos, Ministerios y Secretarías.

SNM (sobre nivel del mar)

"[...] lo del nivel del mar es un concepto casi completamente teórico: los mares no están a nivel. Las mareas, los vientos, las fuerzas de Coriolis y otros muchos fenómenos hacen que los niveles del agua sean distintos de un océano a otro e incluso dentro de cada uno de ellos. El Pacífico es 45 centímetros más a alto a lo largo de su borde occidental debido a la fuerza centrífuga que crea la rotación de la Tierra."

Bill Bryson

Libro Una Breve Historia de Casi Todo

Extensión Territorial:

Extensión territorial es el tamaño de un territorio. Lo que queda contenido dentro de los límites del territorio. El Municipio de San Rafael Pie de la Cuesta cuenta con una extensión Territorial de 60km².



Capítulo II



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

SOBRE DISEÑO

Diseño:

Utilizado habitualmente en el contexto de las artes aplicadas, ingeniería, arquitectura y otras disciplinas creativas, diseño se define como el proceso previo de configuración mental “pre-figuración” en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Etimológicamente derivado del término italiano disegno, dibujo, designio, signare, signado “lo por venir”, el porvenir visión representada gráficamente del futuro, lo hecho es la obra, lo por hacer es el proyecto, el acto de diseñar como prefiguración es el proceso previo en la búsqueda de una solución o conjunto de las mismas. Plasmar el pensamiento de la solución mediante esbozos, dibujos, bocetos o esquemas trazados en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación de alternativas o investigación.

El acto intuitivo de diseñar podría llamarse creatividad como acto de creación o innovación si el objeto no existe, o es una modificación de lo existente, inspiración, abstracción, síntesis, ordenación y transformación. Referente al signo, significación, designar es diseñar el hecho estético de la solución encontrada. Es el resultado de la economía de recursos materiales, la forma y el significado implícito en la obra. Dada su ambigua apreciación no puede determinarse si un diseño es un proceso estético cuando lo accesorio o superfluo se antepone a la función o solución. El acto humano de diseñar no es un hecho artístico en sí mismo, aunque puede valerse de los mismos procesos y los mismos medios de expresión, al diseñar un objeto, o signo de comunicación visual en función de la búsqueda de una aplicación práctica.

El verbo “diseñar” se refiere al proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo objeto o medio de comunicación (objeto, proceso, servicio, conocimiento o entorno) para uso humano. El sustantivo “diseño” se refiere al plan final o proposición determinada, fruto del proceso de diseñar (dibujo, proyecto, maqueta, plano o descripción técnica) o, más popularmente, al resultado de poner ese plan final en práctica (la imagen o el objeto producido).

Diseñar requiere principalmente consideraciones funcionales y estéticas. Esto necesita de numerosas fases de investigación, análisis, modelado, ajustes y adaptaciones previas a la producción definitiva del objeto. Además comprende multitud de disciplinas y oficios dependiendo del objeto a diseñar y de la participación en el proceso de una o varias personas.



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

Campaña (publicidad):

La campaña publicitaria es un plan de publicidad amplio para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un periodo específico. La campaña está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo que, por lo general, funciona durante un año o menos.

Un plan de campaña se resume la situación en el mercado y las estrategias y tácticas para las áreas primarias de creatividad y medios, así como otras áreas de comunicación de mercadotecnia de promoción de ventas, mercadotecnia directa y relaciones públicas. El plan de campaña se presenta al cliente en una presentación de negocios formal. También se resume en un documento escrito que se conoce como libro de planes.

La primera sección de la mayor parte de los planes de campaña es un análisis de la situación que resume toda la información relevante disponible acerca del producto, la compañía, el entorno competitivo, la industria y los consumidores. Conocida en ocasiones como una revisión de negocios, esta información se obtiene con el uso de técnicas de investigación primaria y secundaria.

Después de haber realizado el análisis de la situación y haber diagnosticado la empresa procedemos a establecer los objetivos de la campaña de acuerdo a las necesidades que se detectaron que la empresa necesita para persuadir al consumidor para que le compre su producto o servicio.

Actividades de comunicación de mercadotecnia: Después de haber establecido los objetivos el siguiente paso es desarrollar un tema creativo para lograr posesionar el producto o servicio en la mente del consumidor, y es el tema central de la campaña publicitaria en el cual girarán los distintos anuncios. Ejemplo "la generación de pepsi", "siempre coca-cola", "el mundo malboro", etc.

Medios publicitarios:

Es la elección de los medios de comunicación de acuerdo al segmento de mercado al cual va dirigido el producto o servicio. Los medios más conocidos son la radio, la televisión, prensa, revistas, etc.



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

Publicidad:

La publicidad es una técnica de promociones surtidas cuyo objetivo fundamental es informar al público sobre la existencia de bien/es o servicio/s a través de medio/s de comunicación con el objetivo de obtener una compensación prefijada. Además hace uso de numerosas disciplinas tales como la psicología, la sociología, la estadística, la comunicación social, la economía y la antropología a fin de recordar (para crear imagen de marca) y /o persuadir para producir, mantener o incrementar las ventas. Cabe destacar que en ocasiones se confunde el término "publicidad" con el de "propaganda", a este respecto es importante comprender que la propaganda busca la propagación (y persuasión) de ideas políticas, sociales, morales y religiosas sin fines directamente económicamente compensatorios .

La publicidad llega a su público objetivo a través de los medios de comunicación. Los medios de comunicación a cambio de una contraprestación previamente fijada (ya sea económica o no) ceden al anunciante o a la agencia unidades de tiempo o espacios disponibles y se comprometen a desarrollar la actividad técnica necesaria para lograr la difusión de la pieza publicitaria. Este compromiso queda plasmado en un contrato denominado contrato de difusión. Las agencias de publicidad, agencias de medios, productoras, estudios de diseño., etc., se ocupan profesionalmente de la creación y ejecución de campañas de publicidad o elementos aislados de éstas, por lo general mediante un brief (pauta). El brief es una especie de guía en el que llevará una investigación previa de los competidores directos e indirectos, con las cuales obtendremos los objetivos.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad>

Logotipo:

Un logotipo (coloquialmente conocido como logo) es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo y sirve a una persona, empresa, institución o producto para representarse. Los logotipos suelen encerrar indicios y símbolos acerca de quienes representan. Históricamente, los artesanos del barro, del cristal, los fabricantes de espadas y artilugios de hierro fino, y los impresores utilizaban marcas para señalar su autoría. Los reyes que sabían firmar además cruzaban los documentos legales con un logotipo de su creación, a mano o con un sello.

- El ícono o isotipo: es el símbolo visual gráfico (ejemplo: la manzana de Apple).
- El nombre: es la representación verbo-visual o fonética del elemento básico de identidad.



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

- La marca es el registro del nombre para uso comercial.
- El logotipo como parte de la identidad visual de una empresa o institución, es la representación tipográfica del nombre de la marca. Existen diferentes clasificaciones de “logos”: letragrama o grafotipo, emblema, tipograma e imagotipo.

El logotipo puede ser el eje afirmador de la propiedad privada a través del hecho de la autoría.

Un logotipo se diferencia por:

La funcionalidad de un logotipo radica en su capacidad para comunicar el mensaje que se requiere, como por ejemplo “Somos una empresa responsable” o “este producto es de alta calidad”, y para el logro de esto se requiere del uso de colores y formas que contribuyan a que el espectador final le dé esta interpretación.

Un logotipo, en términos generales, requiere del apropiado uso de la semiótica como herramienta para lograr la adecuada comunicación del mensaje y la interpretación por parte del espectador más cercana a este mensaje. Así por ejemplo un círculo amarillo puede interpretarse de diferentes formas y dársele diferentes significados como “sol” “moneda”, “huevo”, “queso” u otros, mientras que si se encuentra adyacente a la palabra “banco” ambos elementos, el círculo amarillo y la palabra banco, toman un solo significado: “Institución Bancaria”. Es decir, el logotipo, al momento de representar una entidad o grupo de personas, lo más apropiado es que mantenga congruencia semiótica entre lo que se entiende y lo que realmente busca representar.

Isologo es distinto de Logotipo ya que éste último se corresponde con el primero; es decir:

- **Iso = Ícono/Imagen**
- **Logo = Tipografía/Texto (también conocido como Logotipo)**

Juntos forman un Isologo o Marca Gráfica.

Diseñador Gráfico:

El diseñador gráfico es la persona encargada de aplicar el conocimiento adquirido de diseño en años anteriores con las capacitaciones y estudios. Teniendo en cuenta los métodos de diseños puede crear, inventar, posicionar sobre la mente del consumidor una imagen (marca) por medio de campañas publicitarias. El papel del diseñador gráfico es muy importante para los mercadólogos, ya que puede llegar a la mente del consumidor



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

por medio de publicidad masiva, alternativa, multimedia; beneficiando los objetivos de ventas.

Boceto:

Esbozo, apunte o proyecto. Fase previa de realización o diseño de una obra de pintura, escultura u otra arte decorativa. Por extensión, cualquier obra artística que no tenga forma acabada. En diseño llamamos boceto a toda imagen que se le presenta al cliente antes de tomar una decisión en la creación de su diseño.

Proyecto:

Un proyecto se refiere a un conjunto articulado y coherente de actividades orientadas a alcanzar uno o varios objetivos siguiendo una metodología definida, para lo cual precisa de un equipo de personas idóneas, así como de otros recursos cuantificados en forma de presupuesto, que prevé el logro de determinados resultados sin contravenir las normas y buenas prácticas establecidas, y cuya programación en el tiempo responde a un cronograma con una duración limitada.

Imagen:

Es una representación visual de un objeto mediante técnicas diferentes de diseño, pintura, fotografía, video.

- En física la imagen óptica de un objeto es la proyección de los puntos de la superficie visible del objeto sobre un plano.
- En informática puede tener dos significados:
 - o una imagen puede ser un archivo codificado que, al abrirlo, muestra una representación visual de algo (ya sea fotografía, gráfica, dibujo, etc.);
 - o también puede ser un archivo en el cual está toda la información de una unidad (disco duro, CD...). Este archivo se puede usar como "molde" para configurar nuevos ordenadores sin tener que realizar todos los procesos de instalación de un sistema nuevo y a la vez sirve como copia de seguridad de los datos de ese ordenador antes de realizar alguna operación sobre él.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen>

La imagen utilizada en diseño gráfico recibe el nombre también de marca o logotipo, es una imagen de fácil explicación para poder tener posicionamiento en la mente de el/los grupos objetivos.



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

Photoshop:

Es una aplicación en forma de taller de pintura y fotografía que trabaja sobre un "lienzo" y que está destinado para la edición, retoque fotográfico y pintura a base de imágenes bitmap, JPEG, gif, etc., elaborada por la compañía de software Adobe Systems inicialmente para computadores Apple pero posteriormente también para plataformas PC con sistema operativo Windows.

Photoshop en sus versiones iniciales trabajaba en un espacio bitmap formado por una sola capa, donde se podían aplicar toda una serie de efectos, textos, marcas y tratamientos. En cierto modo tenía mucho parecido con las tradicionales ampliadoras. En la actualidad lo hace con múltiples capas.

A medida que ha ido evolucionando el software ha incluido diversas mejoras fundamentales, como la incorporación de un espacio de trabajo multicapa, inclusión de elementos vectoriales, gestión avanzada de color (ICM / ICC), tratamiento extensivo de tipografías, control y retoque de color, efectos creativos, posibilidad de incorporar plugins de terceras compañías, exportación para web entre otros.

Photoshop se ha convertido, casi desde sus comienzos, en el estándar mundial en retoque fotográfico, pero también se usa extensivamente en multitud de disciplinas del campo del diseño y fotografía, como diseño web, composición de imágenes bitmap, estilismo digital, fotocomposición, edición y grafismos de vídeo y básicamente en cualquier actividad que requiera el tratamiento de imágenes digitales.

Photoshop ha dejado de ser una herramienta únicamente usada por diseñadores, ahora Photoshop es una herramienta muy usada también por fotógrafos profesionales de todo el mundo, que lo usan para realizar el proceso de "positivado y ampliación" digital, no teniendo que pasar ya por un laboratorio más que para la impresión del material.

Croquis:

El croquis es un medio rápido y eficaz de representación gráfica. Al propio tiempo debe ser claro, limpio, completo y preciso, pero sobre todo su principal característica es que está realizado a mano alzada, es decir, sin los útiles de dibujo. En toda concepción inventiva de carácter industrial, en todo diseño preliminar, en cualquier explicación o instrucción dada a los subordinados, colaboradores, etc., el croquis a mano alzada es el medio



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

de comunicación y expresión más adecuado. El croquis no está sujeto imprescindiblemente a reglas o formas determinadas; generalmente es sólo un documento según el cual se desarrollan posteriormente dibujos o planos, pero que también puede servir directamente como documento de fabricación.

Para la realización de un croquis puede recurrirse a cualquiera de los sistemas de representación utilizados en el dibujo técnico, y aunque su ejecución no va unida imprescindiblemente a formas o reglas preestablecidas, su dibujo se simplifica notablemente con la aplicación de los convencionalismos normalizados para los dibujos técnicos. Los croquis no se realizan a escala; pero se deben trazar con cierta relación de proporción en cuanto a las formas y medidas. La relación de cada parte del dibujo se realiza a ojo. Un croquis puede ser considerado completo cuando en él se encuentran todos los datos necesarios como: dimensiones, clase de material, formas de los objetos, superficies, tolerancias, etc. Su finalidad principal se puede resumir diciendo, que a partir de un croquis, se puede confeccionar un plano a escala o fabricar una pieza u objeto, una determinada máquina, para situar un elemento, etc., dando todas las cotas precisas, tales como distancias de los pernos de anclaje para una fundición u otras informaciones semejantes.

El croquis utilizado en este proyecto representa el mapa de ubicación para que el turista identifique por medio de gráficos de fácil memorización las distintas áreas del Biotopo El Refugio.

Mascota:

Una mascota es un animal, persona u objeto animado que es escogido como representante visual, identificador o símbolo para representar a un grupo de personas, una institución, una empresa, una marca o un evento. Para hacer de mascota, se acostumbra a utilizar la imagen más o menos transformada de un animal que tiene una relación, a veces bastante remota, con el grupo o el acontecimiento que representa.

La palabra es de origen reciente y proviene del provenzal *mascolo*, que quiere decir sortilegio. Se popularizó cuando el compositor francés Edmond Audran compuso la opereta "La Mascotte", estrenada en París el 30 de diciembre de 1880, que estuvo más de un año en cartel ininterrumpidamente debido al gran éxito que obtuvo.

La mascota visual que se eligió para este proyecto fue la representación gráfica y caricaturizada de un quetzal, fundamentando que en el biotopo



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

habita esta ave y así haciéndola más llamativa para el turista.

Nomenclatura:

La nomenclatura utilizada en este proyecto representa a la estructura metálica con señalización, para la guía del turista durante la visita al Biotopo, además de la función guiadora, también es informativa, indicando los diferentes lugares de interés de manera fácil y clara.

Señalética:

La señalética no es un término conocido en el idioma español, pero en el idioma del diseñador es reconocida como el conjunto de piezas gráficas visuales por medio de las cuales se llega al consumidor con el fin de guiarlo a fines de interés.

Para la realización de una campaña de señalética, es necesario hacer un estudio del grupo objetivo, conocer sus intereses, actividades, costumbres; para poder hacer una señalización agradable y sobre todo visible y entendible, para que cumpla su objetivo de guiar.

Valla Publicitaria:

Soporte plano sobre el que se fijan carteles publicitarios. Las vallas se han convertido en parte habitual del paisaje urbano e interurbano presentando anuncios o mensajes publicitarios. La cantidad, ubicación y colocación de las vallas (retranqueos, separación, agrupación de vallas, etc.) en cada localidad está determinada por la Municipalidad local. En ocasiones, también existen normativas estatales sobre su colocación en determinados entornos. Por ejemplo, en España está prohibida la instalación de las vallas en las carreteras al entender que pueden distraer la atención de los conductores y provocar accidentes.

Por sus especiales características, las vallas no se colocan en las fachadas de viviendas sino lugares deshabitados tales como:

- Colegios.
- Estadios deportivos, polideportivos, piscinas, etc.
- Centros penitenciarios.
- Edificios en construcción o rehabilitación.
- Descampados, solares vacíos.

También se colocan en avenidas anchas, plazas, parques o jardines.

La valla tradicional consiste en una superficie plana sobre la que se encolan diferentes láminas cuya combinación conforma una imagen. También se llaman vallas a los soportes publicitarios que se colocan en los laterales



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

de los terrenos de juego en estadios o polideportivos. Algunas variedades de vallas son:

- **Valla monoposte.** Utilizada en lugares amplios o en ausencia de muro, se trata de una valla soportada por un solo pie. Es propia de zonas poco pobladas o vías interurbanas.
- **Valla de tres caras.** La imagen publicitaria se forma por la combinación de una serie de paneles de sección triangular impresos por las tres caras. Un sistema automático hace que giren todos a la vez cambiando así el mensaje a la vista del público. De este modo, se consigue que en un mismo soporte se puedan combinar tres anuncios diferentes. El movimiento constituye un aliciente añadido al atraer la mirada con mayor intensidad que un elemento estático.
- **Valla iluminada.** Sería la valla tradicional a la que se ha introducido iluminación interior. De este modo, el mensaje se puede visualizar también en ambientes poco iluminados o de noche generando un mayor número de impactos publicitarios. Frente a la iluminación exterior por medio de focos, esta modalidad adquiere gran vistosidad al crear un efecto de reverberación.
- **Valla baja.** En encuentros deportivos y otros certámenes, se aprovechan los pies de los graderíos para instalar vallas publicitarias. En su versión más avanzada, encontramos vallas que despliegan diferentes anuncios programados por ordenador.

Minivalla:

La mini valla cumple el mismo objetivo que la valla publicidad. Con la diferencia que su medida es de 1.22 x 2.44mts, por su tamaño son más utilizadas en carreteras para poder guiar al turista a un fin específico.

Las minivallas irán marcando el kilometraje faltante para poder llegar al Biotopo El Refugio, en puntos estratégicos y de fácil visualización.

Grupo Objetivo:

Target (en español objetivo) es un anglicismo también conocido por público objetivo, grupo objetivo, mercado objetivo o mercado meta. Este término se utiliza habitualmente en publicidad para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio. Tiene directa relación con el Marketing.

Conocer las actitudes de un target frente a las campañas y los diferentes medios de comunicación hace más fácil contactarlos y llegar con el Mensaje adecuado y optimizando el retorno de la inversión. Analizar el



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

comportamiento del consumidor de un target específico es muy importante a la hora de decidir la promoción.

En el momento de definir el target es necesario clarificar las variables demográficas y/o sociográficas. Una vez conocido el target (o público objetivo), habrá que examinar sus características y averiguar qué les mueve a actuar como lo hacen y, por tanto, qué les mueve a la compra.

El no conocer el mercado objetivo llevará a decisiones con un gran costo financiero sin ningún retorno.

Montaje:

El montaje puede ser definido como la ordenación narrativa y rítmica de los elementos objetivos del relato. Consiste en escoger (antes de filmar o grabar la película), ordenar y unir una selección de los planos a registrar, según una idea y una dinámica determinada, a partir del guión, la idea del director y el aporte del montajista.

Ya que de cada escena se hacen varias tomas, y que existen miles de tomas diferentes en una película, el montaje constituye una ardua labor. Siguiendo la trama del guión, el montajista, en general, tiene libertad para montar las diferentes tomas realizadas de una escena de la manera que estime más apropiada. Asimismo puede utilizar más o menos metraje de película de cada toma, y decidir cómo enlazar una escena o secuencia con la siguiente. Por todo ello se considera que el montaje es una de las disciplinas fundamentales en la realización de una película. A el montaje en el lenguaje de diseño, se le conoce como la propuesta gráfica que se le presenta al cliente, para que forme una idea de cómo se verá su diseño en el lugar de instalación.

Contraste de colores:

Se debe definir con exactitud lo que se quiere decir cuando se utiliza el término contraste, ya que puede tener dos definiciones: 1) que se reflejan cantidades distintas de luz por parte de dos áreas, 2) que se ven diferentes. En el primer caso se refiere a contrastes físicos, y en el segundo a contrastes perceptivos. Son muchos los factores que hay además del contraste perceptivo. En el contraste perceptivo influyen: el estado de adaptación del observador, la naturaleza de los contornos existentes entre áreas adyacentes, la relación entre las áreas adyacentes, tamaño o frecuencia espacial del estímulo.



Capítulo II

Conceptos Fundamentales

A) Adaptación: Debemos ser conscientes de que nuestro hábitat exige al sistema visual:

- ver tanto con iluminaciones débiles como con iluminaciones muy brillantes (tener un perceptivo);
- discriminar la diferencia existente entre dos objetos que reflejan intensidades lumínicas muy próximas entre sí.

Nuestro sistema visual satisface ambas exigencias y así, podemos ver con niveles de iluminación tan bajos como los existentes cuando estamos completamente adaptados a la oscuridad, o cuando el sol se refleja en la nieve. También podemos discriminar entre dos objetos que se diferencien en menos del 1% de la cantidad de luz que reflejan.

Para solucionar este problema el sistema visual dispone de dos mecanismos, adaptación rápida, en la que la retina cambia su rango operativo (rango de intensidad lumínica) unas tres décimas de segundo después de producirse el cambio en el nivel lumínico. El segundo mecanismo es el de adaptación local, por medio del cual partes diferentes de la retina se adaptan a niveles de iluminación diferentes.

B) Contraste simultáneo (relación entre áreas adyacentes): las intensidades relativas de áreas adyacentes son otro factor importante a la hora de estudiar el contraste perceptivo. Existe un fenómeno denominado contraste simultáneo por el cual, dos áreas que irradian cantidades de luz diferentes pueden parecer iguales, así como que dos áreas que reflejan la misma cantidad de luz parezcan diferentes; esto se debe a la razón entre sus intensidades y las de las áreas que las rodean.

Lluvia de ideas:

La lluvia de ideas o brainstorming, también denominada tormenta de ideas es una herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado. La lluvia de ideas es una técnica de grupo para generar ideas originales en un ambiente relajado.

Esta herramienta fue creada en el año 1941, por Alex F. Osborne, cuando su búsqueda de ideas creativas resultó en un proceso interactivo de grupo no estructurado que generaba más y mejores ideas que las que los individuos podían producir trabajando de forma independiente; dando oportunidad de sugerir sobre un determinado asunto y aprovechando la capacidad creativa de los participantes.



Capítulo II

2.4 Concepto Creativo

El concepto creativo que se utilizará para este proyecto es:
“Diversión, aventura y conservación”

Se promoverá el cuidado y la conservación de la vida del Quetzal, ayudando a identificarlo por medio del Logotipo, y por medio de las señalizaciones para guiar al turista y con la mascota, hacer el recorrido de la visita divertida.

2.5 Estrategia de Comunicación

Objetivos de Comunicación:

- Dar a conocer el Biotopo por medio de un logotipo.
- Aumentar el número de turistas.
- Orientar al turista por medio de las señalizaciones.

Estrategia:

- Campaña de divulgación del Biotopo.
- Instalación de Valla y Minivallas para dar a conocer la ubicación del Biotopo.
- Material gráfico de apoyo, volante, trifoliar, afiche, banner.
- Señalizaciones dentro del Biotopo para una guía adecuada del visitante, contribuyendo en la conservación del Quetzal.
- “Lito” la mascota, nos ayudará a visitar escuelas, generando en el niño desde edad temprana el valor del respeto y conservación del medio ambiente.

Táctica:

En base al concepto creativo se trabajarán las siguientes versiones:

- | | | |
|----------------------|-------------|--------------------------|
| - Valla Publicitaria | - Trifoliar | - Señalizaciones |
| - Minivalla | - Volante | - Estructura Direccional |
| - Croquis | - Afiche | - Banner |



Capítulo

III

Propuesta Gráfica





3.1 Descripción Proceso Bocetaje

MASCOTA:

Por medio de la mascota, se representa al Quetzal, haciéndola con ropa turística y llamativa con un "look" moderno e infantil. Su nombre es "Lito" el quetzalito.

LOGO:

En el logotipo se trató de representar por medio de siluetas al Quetzal, para darle un aspecto representativo del lugar, utilizando los colores Rojo y Verde que tiene el quetzal en su plumaje.

SEÑALÉTICA:

Se utilizaron nomenclaturas diseñadas especialmente para el lugar acoplándolas a las necesidades visuales y climatológicas del Biotopo para identificar las áreas de interés.

Uso de vallas y minivallas para reconocer el Biotopo durante el viaje del turista.

3.1.1 MÉTODO DE DISEÑO

Los métodos que se utilizaron para la realización de la Campaña de Señalización del Biotopo El Refugio fueron:

Lluvia de Ideas

Se utilizó el método creado por Alex F. Osborne en 1941, para poder llevar a cabo un proceso de diseño. Se hizo una lluvia de ideas, luego se ordenaron para tener el concepto acorde para cumplir con los objetivos para la realización de esta campaña de señalética (ver hojas adjuntas en anexos de este método).

Método Iterativo:

Basándose en una mejora gradual según Pietilá (1985), se realizan los bocetos, mostrándolos para tener mejoras graduales y llegar a un resultado final satisfactorio.

Razonamiento Lógico

El Razonamiento Lógico, Método Descartes (1637) "dividir el problema en tantas partes como sea posible para solucionarlas mejor" tomando en cuenta las especificaciones dadas por Descartes, se hizo una segmentación del problema para darle soluciones al mismo, en este proyecto se realizó en primer lugar la identificación de las distintas áreas con que el Biotopo El Refugio cuenta y así poder darlas a conocer.



Capítulo III

Para la realización de este método se hizo una visita previa con el cliente recopilando información por medio de investigaciones y así conocer con mayor profundidad el grupo objetivo.

Método de Investigación Intensiva:

El método de investigación intensiva fue vital para la realización de este proyecto, identificó el problema y se planteó una solución, el problema de la falta de señalética hace que el Biotopo pase inadvertido para los turistas que frecuentan este lugar. Tal como la autora Yona Friedman (1975) describe que sin investigación previa no se conocerán las necesidades del grupo objetivo y no se solucionarán problemas.

Método de Maduración – Subconsciente

Encontrar este método fue muy importante para la realización de este proyecto, recordando que el sub-consciente es un arma muy poderosa de la mente, los autores Johnson y Varjoranta (1985) dieron, dio estos lineamientos para las actitudes que no se debe tener cuando se diseña:

- Actitud negativa respecto a la imaginación, recibida a menudo de padres y de profesores.
- Modestia, subestimación de propias ideas.
- Pereza del pensamiento, una fijación superficial a modelos heredados de reflexionar.
- Confianza demasiada en racionalidad y lógica.
- Narcisismo.
- Confianza en la autoridad.
- Ambición egoísta, desgana al trabajo en equipo y cooperación.
- El miedo de cometer un error.
- Aversión a parecer tonto.

3.1.2 PROCESO DE BOCETAJE

Estos son algunas de las imágenes casi finales que se fueron presentando al cliente para la realización y determinación de su campaña.



3.2 Criterios de Jerarquización

Estos dibujos fueron creados luego de una lluvia de ideas, como propuesta de primeros Bocetajes en la creación de mascota, logo y piezas gráficas.



Como podemos observar los bocetos están hechos a lápiz, esto quiere decir que no han pasado la fase de selección para su respectiva digitalización.



Capítulo III

En esta segunda fase, los bocetos ya han sido digitalizados y se les ha agregado color, para jugar con los contrastes, llegando a la fase previa de selección para la realización de artes y propuestas finales.



3.3 Fundamentación

Factor Icónico:

Ilustración de biotopo y ambiente de manera agradable y llamativa, sin la utilización de fotografías para llamar la atención.

Todas la naturaleza está representada por medio de íconos de fácil entendimiento, así como los utilizados para la señalización. Marco de madera para representar la naturaleza de los bosques.

Factor Cromático:

Los matices y colores utilizados son los representativos de la naturaleza, teniendo como dominante el color verde.

Verde: equilibrio, naturaleza, ecoturismo.

Rojo: contraste de color verde, representación pecho quetzal, pasión, amor.

Blanco: paz, tranquilidad, balance.

Amarillo: representa la alegría, el sol, la naturaleza, energía.

Factor Lingüístico:

Century Gothic

COPY: letra palo seco, de fácil entendimiento y enfocada para visibilidades a distancia en el caso de la valla y minivalla, es sencilla y no dificulta, utilizada en color blanco para dar equilibrio en el diseño.

ALPACA54

Titulares: es una tipografía Miscelánea transmitiendo la aventura, adrenalina y dinamismo en su tipología, es de forma irregular por lo cual no se debe exceder el uso de la misma para no saturar el diseño.

Capítulo III

3.4 Propuesta Gráfica Final

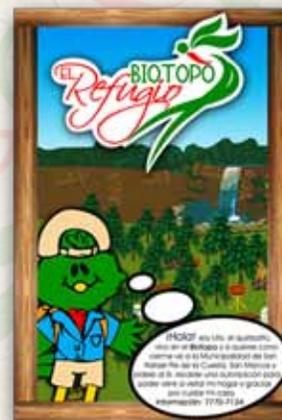
La gráfica utilizada para la realización de esta campaña está compuesta por imágenes en vectores. No se utilizará ninguna fotografía, ya que se pretende llegar al grupo objetivo por medio de los niños. En la gráfica se presenta la naturaleza del Biotopo El Refugio, así como la mascota, que es la encargada de llamar la atención del niño.

Actualmente la imagen de un biotopo se trabaja por medio de fotografías del lugar, en este caso esto será un "extra" para llamar la atención del público y crear un posicionamiento de imagen del mismo.

Banner 0.80 x 1.80mts



Afiche 12 x 18"



Trifoliar 11 x 8.5"



3.4 Propuesta Gráfica Final

Volante 8.5 x 5.5"



Valla 6.10 x 3.05mts



Crokis 1.50 x 2.00mts



Direccional 1.50 x 2.50mts



Capítulo III

3.4 Propuesta Gráfica Final

Minivalla 1.22 x 2.44mts



Logotipo



Mascota "Lito" El Quetzalito

Señalizaciones 0.75 x 0.40mts



3.5 Especificaciones Técnicas

Material para estructuras de Señalización:

El material que se utilizará es hierro forjado de dos milésimas para proporcionarle a las estructuras soporte y más tiempo de vida, a causa del clima que el Biotopo posee. Se tiene planificado la instalación de 20 señalizaciones.

Vinilo Adhesivo:

Se utilizará vinilo adhesivo de 13 onzas 3M con solventes de larga duración, ofreciendo resistencia a los cambios de clima del lugar, dándole más tiempo de vida al material. Impresión de 1 Valla de 6.10 x 3.05mts y 10 Minivallas de 1.22 x 2.44mts c/u.

X-Banner:

Lona de 13 onzas, con ojete y refuerzos para la duración y calidad de los mismos. X-banner de 1.80 x 0.80mts, para poner impresión, se planifica tener 50 estructuras.

Afiches:

Impresos en Texcote, tiro, full color con barniz UV. Tamaño 12x18", con un tiraje de 2,500.

Volantes y Trifoliales:

Full color tiro y retiro en papel couché, con barniz UV. Volante media carta, trifoliar tamaño carta, con un tiraje de 5,000 c/u.



Capítulo IV

Validación





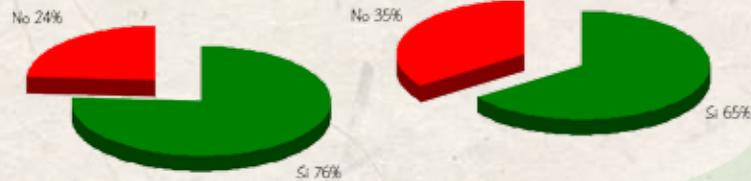
EL BIOTOPO
Refugio



4. Validación

PÚBLICO Y DISEÑADORES GRÁFICOS

¿Sabe que es un Biotopo?



El 76% de los diseñadores conoce el significado de un Biotopo, pero el 24% no.

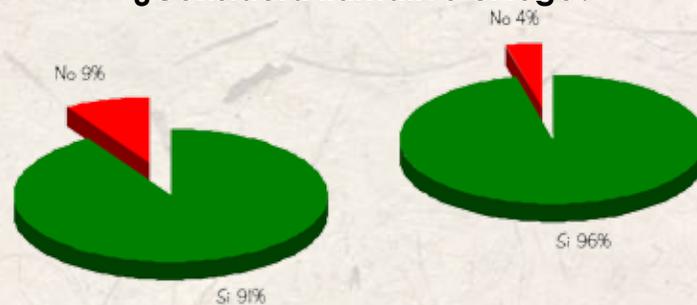
El 65% del público sabe que es un Biotopo y el 35% no, lo cual indica la importancia del lenguaje visual para poder dar a conocer los lugares turísticos de Guatemala.

¿Considera adecuado el uso de la mascota para un Biotopo?



El 100% de las personas encuestadas está de acuerdo en la utilización de una mascota para un Biotopo.

¿Considera llamativo el logo?



El 91% de los diseñadores aprueba el logo llamativo, mientras el 9% no lo considera llamativo.

El 96% del público considera llamativo el logo y el 4% no lo considera llamativo.



Capítulo IV

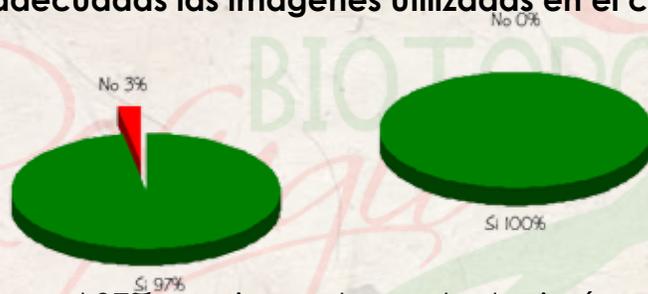
¿Le parecen adecuadas las estructuras utilizadas para la señalización del Biotopo?



El 95% de los diseñadores considera adecuadas las estructuras utilizadas para la señalización del Biotopo y el 5% las considera inadecuadas. El 96% del público percibe como adecuadas las estructuras, mientras el 4% no.

Las estructuras son adecuadas para la realización de la Campaña de Señalética del Biotopo El Refugio.

¿Considera adecuadas las imágenes utilizadas en el croquis (mapa)?

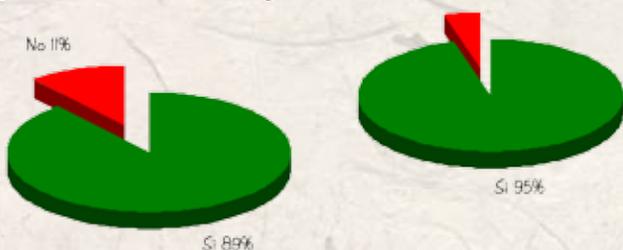


De los diseñadores el 97% considera adecuadas las imágenes utilizadas en el croquis para la guía del turista y el 3% las considera inadecuadas.

El 100% del público cree adecuadas las imágenes utilizadas.

Las imágenes utilizadas son adecuadas para poder guiar al turista en las distintas áreas de interés que tiene el Biotopo El Refugio.

¿Visitaría este Biotopo tomando en cuenta la señalización que se le presenta para una buena guía durante su estadía?



El 89% de los diseñadores están dispuestos a visitar dicho biotopo teniendo en cuenta la guía que se le presentará mientras el 11% no lo visitaría.

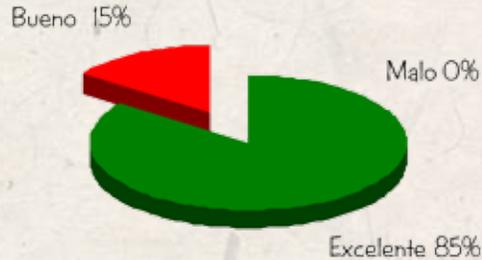
El 95% del público visitaría este Biotopo y el 5% no.

Gracias a la Campaña de Señalización un porcentaje elevado visitaría el Biotopo El Refugio sabiendo que cuenta con señalización.



CLIENTE

¿Cómo le pareció el logotipo presentado anteriormente?



El 85% de de la muestra de clientes encuestados respondió "Excelente", el 15% "Buenos" y el 0% "Malos".

La propuesta gráfica presentada es aceptada por el cliente quedando satisfecha su necesidad de diseño.

¿Considera la mascota agradable?



El 100% está de acuerdo en que la mascota es agradable.

La mascota cumple con el objetivo de ser llamativa y agradable para poder representar al Biotopo

El Refugio del Municipio de San Rafael Pie de la Cuesta San Marcos.

¿Le parece que el logo y mascota tienen relación con un Biotopo?



El 99% de la muestra está de acuerdo en que la mascota y el logotipo está relacionado con un biotopo, mientras el 1% esta en desacuerdo.

Según la encuesta realizada, un porcentaje alto está de acuerdo en que el logotipo y la mascota están relacionadas con un biotopo, las propuestas gráficas cumplen su objetivo.



Capítulo IV

¿Las propuestas de señalización son agradables?



El 97% de los encuestados está conforme con las señalizaciones y el 3% no lo está.

Un porcentaje alto en los resultados de la encuesta está conforme con las estructuras y diseños utilizados en la señalización, dando esto una muestra del cumplimiento de objetivo trazado al inicio de este proyecto.

¿Considera legible el logo?



El 93% de las personas encuestadas cree que el logo es legible, mientras el 7% lo considera ilegible.

El resultado de la encuesta señala que la tipografía empleada para la realización del logotipo es legible.



En el croquis (mapa) ¿Son legibles las imágenes utilizadas para la señalización de los lugares de interés del turista?



El resultado indica que el 98% está de acuerdo en la utilización de las imágenes para señalar las áreas de interés del Biotopo y el 2% no las cree legibles. Según la encuesta realizada, la utilización de las imágenes son legibles y de fácil interpretación para las personas, sirviendo de guía para el turista.

¿Cree que la mascota llamará la atención de los visitantes?



El 100% de las personas encuestadas está de acuerdo en que la mascota utilizada llamará la atención de los turistas. Siendo esto la validación del objetivo propuesto.

Capítulo IV

¿Le parece que con las Vallas y Minivallas las personas sabrán de la existencia del Biotopo El Refugio, ubicado en el Municipio de San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos?



El 95% opina que sí serán de vital ayuda, mientras que el otro 5% opina que no son de vital importancia. Según la encuesta realizada, la utilización de vallas y minivallas tienen un gran aporte para dar a conocer la existencia del Biotopo.

La Encuesta

Una encuesta es conjunto de cuestiones normalizadas dirigidas a una muestra representativa de población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.

Técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

Los pasos para la realización de una encuesta son:

- Definición de grupo de población a estudiar.
- Determinar la unidad muestral.
- Determinar o especificar que tipo de encuesta se realizará, ya sea por correo, teléfono o personal.

El Tipo de encuesta utilizado para este proyecto fue de tipo personal y de correo.

PLAN DE ACCIÓN A LA INVESTIGACIÓN:

Los 3 tipos de muestra utilizados son:

- Cliente
- Población
- Diseñadores

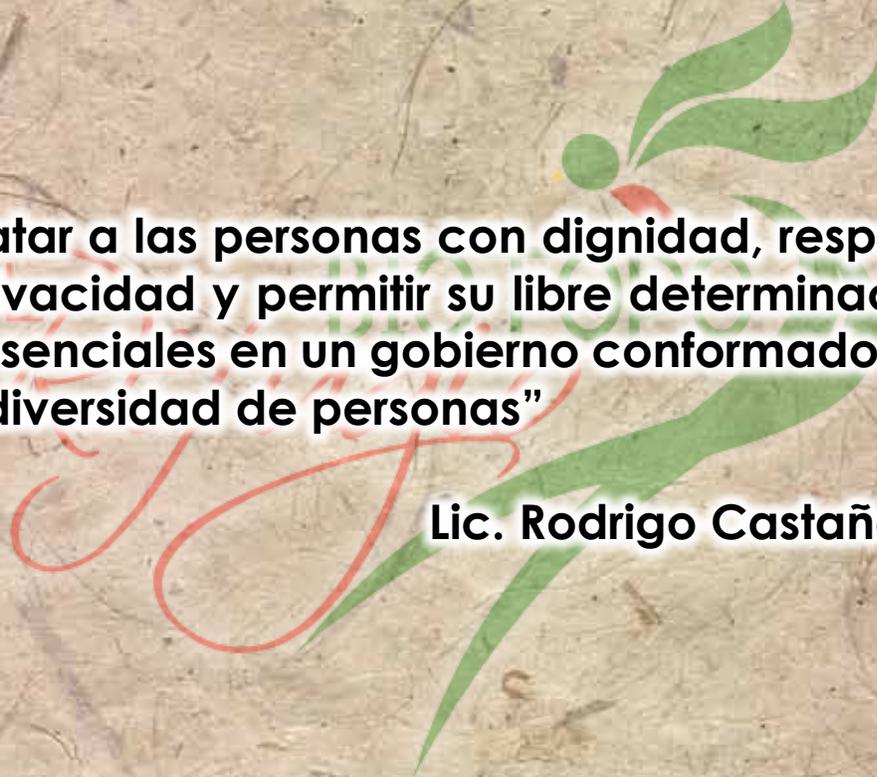




Capítulo
V

Propuesta Operativa





“El tratar a las personas con dignidad, respetar su privacidad y permitir su libre determinación son esenciales en un gobierno conformado por una diversidad de personas”

Lic. Rodrigo Castañeda



5.1 Plan Estratégico de Medios

Afiche / Trifoliales / Volantes:

Los afiches y trifoliales estarán colocados estratégicamente en hoteles, restaurantes y centros recreativos del municipio, así como de la ciudad capital de Guatemala, para que el turista que visite este lugar pueda conocer de este Biotopo.

Se aconseja iniciar un un tiraje de 2500 afiches y 5000 trifoliales.

Valla / minivallas:

La valla se colocará en la entrada del Biotopo para que el turista lo sepa ubicar, y las minivallas a 20km a la redonda, ida y vuelta, ubicadas a cada Kilómetro para poder guiar al turista en la visita del mismo y tener posicionamiento de la imagen y la mascota que la representa.

Banner:

Se colocará estratégicamente en la Municipalidad de San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos, en las municipalidades, hoteles y eventos ecoturísticos, así como en agencias de viaje, para que el turista conozca acerca de este lugar.

Señalizaciones:

Colocadas estratégicamente para identificar las distintas áreas que el biotopo presenta, así como para ayudar a la conservación del mismo, señalizando los lugares en donde el turista pueda estar sin dañar el hogar del quetzal.

Las estructuras utilizadas para la señalización dentro del área del Biotopo fueron investigadas anteriormente, debido al clima y humedad que tiene el hábitat, de esta manera se presenta la estructura del 0.50 x 1.40mts de altura y sus colores son llamativos entre la vegetación existente para que tengan una buena legibilidad.

La valla utilizada estará fuera del lugar para indicar la existencia del mismo, su dimensión es de 6.10 x 3.05 metros.

El uso de las minivallas, que estarán ubicadas en la carretera cercana al Biotopo indicando cada 3 km la distancia que se necesita para llegar al lugar. El tamaño de las minivallas es de 1.22 x 2.44mts de altura y 1.50mts de altura luz para su legibilidad.

La durabilidad del material de vinilo adhesivo que se utilizará está garantizado durante 3 años, según los parámetros de 3M en su garantía.

Direccional:

Estará colocada en la entrada al Biotopo, teniendo como propósito general guiar al visitante de manera precisa, directa y sin complejidad en los puntos estratégicos como lo son camino de "entrada, salida, parrillas y baños".

Croquis:

El croquis estará ubicado en la entrada peatonal al Biotopo, osea despues del



Capítulo V

estacionamiento para que el visitante pueda tener una vista rápida del Biotopo, pueda conocer los puntos en donde podrá comer, acampar y poder tirar la basura para mantener el lugar en buenas condiciones.

Mascota:

La mascota será utilizada para llamar la atención no solo de niños sino de adultos y enviar el mensaje de mantenimiento del lugar en forma dinámica y amena.

5.2 Presupuesto de la Propuesta

PRESUPUESTO ASIGNADO	Q	100,000.00
PRESUPUESTO	Q	83,600.00
DIFERENCIA	Q	16,400.00

MEDIO	ENERO					JULIO				TOTAL
	1	5	12	19	26	6	13	20	27	
Materiales Impresos										
Afiches										
2500 unidades	Q				6,250.00	Q		6,250.00	Q	12,500.00
Volantes										
5000 ejemplares	Q				1,350.00	Q			Q	1,350.00
Trifoliales										
5000 unidades	Q				5,000.00	Q		5,000.00	Q	10,000.00
Acrílicos										
200 unidades	Q				7,000.00	Q			Q	7,000.00
TOTAL	Q				19,600.00	Q		11,250.00	Q	30,850.00
EXTERIORES										
Valla 6 x 3 mts										
50 unidades	Q				7,500.00	Q			Q	7,500.00
Banner roll up										
50 unidades	Q				6,125.00	Q		6,125.00	Q	12,250.00
Minivalla										
20 Unidades	Q				20,500.00	Q			Q	20,500.00
Señalizaciones										
20 Unidades	Q				10,000.00	Q			Q	10,000.00
Croquis										
unidad	Q				1,500.00	Q			Q	1,500.00
Direccional										
Unidad	Q				1,000.00	Q			Q	1,000.00
TOTAL	Q				46,625.00	Q		6,125.00	Q	52,750.00
GRAN TOTAL	Q				66,225.00	Q		17,375.00	Q	83,600.00

NOTA:

Estos costos no incluyen impuestos.



Conclusiones

- Después de una constante investigación se llegó a la conclusión de que las personas no tenían conocimiento del Biotopo el Refugio debido a la falta de publicidad y señalética, ya que sí conocían el lugar pero no sabían que era el hábitat del Quetzal, y gracias a la campaña de señalética realizada se pudo dar a conocer este sitio.
- El beneficio obtenido por medio de la campaña de señalización es la ubicación del mismo; gracias a las estructuras puestas estratégicamente en el Biotopo, el turista tiene acceso y conocimiento de las áreas de interés que brinda.
- De acuerdo a las encuestas realizadas, se supo que el 24% de los encuestados no conoce lo que es un Biotopo, por lo mismo es importante el apoyo visual para la preservación y la protección del Quetzal, ya que está en peligro de extinción.
- Gracias a este proyecto se colaborará a fomentar los lugares turísticos y apoyar visual y estratégicamente los sitios culturales de nuestro país.

Recomendaciones

- Llevar a cabo una actualización y revisión de material cada 6 meses, para ver que no esté dañado y así poder prestar un mejor servicio a los turistas.
- Presentar el presente proyecto a organizaciones en cargadas de la protección del medio ambiente para poder tener estrategias y formar una alianza con ellas.
- Respetar los lineamientos y bases hechas en el presente proyecto, para futuras señalizaciones y así mantener uniformidad en las piezas gráficas.





Bibliografía

Conceptos:

BIBLIOWEB

www.google.com
www.viajeaguatemala.com
<http://es.wikipedia.org>

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes Consultadas:

Alcalde Carlos Mazariegos

Libro: "Historia del Municipio de San Rafael Pie de la Cuesta" Dpto. de San Marcos.

Autor: Carlos Mazariegos - 2007

Semiología

"El Mundo como Imagen"

Ana María Pedroni

1a. Edición

600 ejemplares

Año 2007

Citas:

Arq. Damiano Franco, foro año 2000

Lic. Rodrigo Castañeda, Valores

Moral y Ética, año 2004

Libro una Breve Historia de Casi Todo

Bill Bryson





EL BIOTOPO
Refugio



Glosario

SNM:

Sobre el nivel del mar.

AGCA:

Archivo General de Centro América (se guardan datos de Censos, etc.)

Censo:

Conjunto de datos estadísticos que comprenden universos definidos para un periodo determinado. Abordando diferentes fenómenos de la vida de un país tales como los demográficos, económicos y sociales. Se realizan generalmente cada cinco o diez años.

Guatemala:

(Del náhuatl Quauhtlemallan, "lugar de muchos árboles"). República de América Central, limita al oeste y norte con México, al este con Belice y el golfo de Honduras, al sureste con Honduras y El Salvador, y al sur con el océano Pacífico. El país tiene una superficie total de 108.889 km². Su capital es la ciudad de Guatemala.

Clima:

Es el conjunto de los valores promedios de las condiciones atmosféricas que caracterizan una región.

Biotopo:

Es el espacio físico, natural y limitado donde se desarrolla la biocenosis o comunidad, conjuntos de seres vivos de distintas especies que conviven en un mismo lugar.

Quetzal:

Es un ave perteneciente a la familia Trogonidae, que se encuentra en las regiones tropicales de América. La palabra "quetzal" fue originalmente usada solamente para el Quetzal Resplandeciente, *Pharomachrus mocinno*, el famoso quetzal de cola larga de Centro América, el cual es el ave símbolo de la República de Guatemala.

Ave Símbolo:

Ave respetada y reconocida como la representación de las culturas y tradiciones de un lugar o país.



Glosario

Concepto:

Los conceptos son constructos u objetos mentales, por medio de los cuales comprendemos las experiencias que emergen de la interacción con nuestro entorno, a través de su integración en clases o categorías relacionadas con nuestros conocimientos previos.

Proyecto:

Es una empresa planificada que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas.

Diseñador:

Persona dedicada al arte, encargado de realización de campañas publicitarias entre otros.

Territorio:

Se denomina territorio (de la palabra "terra", que significa tierra) a un área definida (incluyendo tierras y aguas) a menudo considerada posesión de una persona, organización, institución, animal, estado o país subdividido.

Costumbres:

Es una práctica social arraigada. Generalmente se distingue entre buenas costumbres que son las que cuentan con aprobación social, y las malas costumbres, que son relativamente comunes, pero no cuentan con aprobación social, y a veces leyes han sido promulgadas para tratar de modificar la conducta.

Servicio:

Conjunto de actividades que buscan responder a necesidades de un cliente.

Folklore:

(Del inglés folklore, y éste de folk, 'pueblo' y lore, 'conocimiento') es el cuerpo de expresión de una cultura, compuesto por cuentos, música, bailes, leyendas, historia oral, proverbios, chistes, supersticiones, costumbres, artesanía y demás, común a una población concreta, incluyendo las tradiciones de dicha cultura, subcultura o grupo. También recibe este nombre el estudio de estas materias. El término «folclore» fue acuñado en 1846 por William Thoms, quien deseaba usar un término anglosajón para lo que entonces se llamaba «antigüedades populares». La definición más ampliamente aceptada por los investigadores actuales de la especialidad es «la comunicación artística en grupos pequeños», propuesta por el investigador de la Universidad de Pennsylvania Dan Ben-Amos.



Valla:

Medio de publicidad masiva, dimensiones más comunes 6.10 x 3.05mts (base x altura).

Croquis:

Es el diseño de un mapa para la fácil interpretación del lector, puede ser mapa, lugar, sitio.

Bosque:

Es un área con una alta densidad de árboles.

Municipalidad:

Organización encargada de velar por el bienestar de sus integrantes es gobernada por un alcalde.

Cantón:

Llamados así para identificar los distintos lugares con que cuenta el municipio, comúnmente se le conoce como Colonias. Y son bautizados con el nombre de un Santo.

Alcalde:

Del árabe qādī, que significa "juez") es un funcionario o cargo público que se encuentra al frente de la administración local básica de un país o parte de ella.

Propuesta:

Es la imagen previa que se le presenta a un cliente antes de su aprobación final.

Arte:

Se le llama arte a las creaciones mediante las cuales el ser humano expresa una visión sensible en torno al mundo que lo rodea sea este real o imaginario.

Creatividad:

Es la capacidad de producir respuestas originales a cualquier problema.

Campaña:

Puesta en práctica de ideas para el cumplimiento de objetivos.



Glosario

Colores:

Es lo que vemos cuando llega a nuestros ojos la luz reflejada por un objeto.

Dibujo:

El Dibujo es un arte visual en el que se utilizan varios medios para representar algo en un medio bidimensional.

Símbolo:

Es la representación perceptible de una realidad, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada. Es un signo sin semejanza ni contigüidad, sino solamente con un vínculo convencional entre su significante y su denotado, además de una clase intencional para su designado.

Gráfico:

Un "graphic" es un diseño hecho en computadora de cualquier tipo (mayormente hechos en el popular programa PhotoShop). Estos pueden ser de diferentes tipos: -glitters -blends -pixels -animación -edición de fotos -wallpapers, etc.



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



PÚBLICO Y DISEÑADORES GRÁFICOS

¿Sabe que es un Biotopo?

sí no

¿Considera adecuado el uso de la mascota para un Biotopo?

sí no



¿Considera llamativo el logo?

sí no



¿Le parece adecuadas las estructuras utilizadas para la señalización del Biotopo?

sí no



¿Considera adecuadas las imágenes utilizadas en el croquis (mapa)?

sí no



¿Visitaría este Biotopo tomando en cuenta la señalización que le presenta para una buena guía durante su estadía?

sí no

¡¡¡MUCHAS GRACIAS POR COLABORAR!!!





EL
R
C





EL BIOTOPPO
Refugio



Guatemala 17 de Mayo de 2010

Arquitecto
Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO
FACULTAD DE ARQUITECTURA
U S A C
Ciudad Universitaria, Zona 12

ESTIMADO ARQUITECTO VALLADARES:

Por medio de la presente, se hace constar que la Señorita, **Ligia Marcela Meño Ocampo**, quien se identifica con número de Carnet **200410654**, cursante de la Licenciatura en Diseño Gráfico en la Universidad de San Carlos de Guatemala, no utilizó el logotipo del COMITÉ OLIMPICO GUATEMALTECO como referencia en la realización del logotipo de su proyecto de graduación titulado: **"Diseño y Realización de Campaña de divulgación y señalización de Biotopo El Refugio, Departamento de San Marcos, Guatemala"**, proyecto que fue realizado en el año 2008.



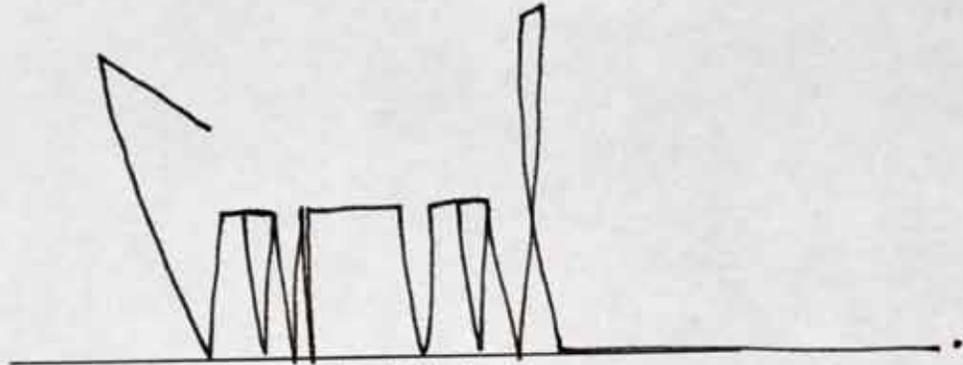
Para lo que a la interesada convenga firmo y sello la presente a los diecisiete días del mes de Mayo del año dos mil diez.

Atentamente,



COMITÉ OLIMPICO GUATEMALTECO

IMPRIMASE



Arq. Carlos Valladares
DECANO FACULTAD DE ARQUITECTURA

Lic. Luis Alejandro Urizar
ASESOR DE TESIS

Ligia Marcela Meño Ocampo
SUSTENTANTE