



CREACIÓN DE PIEZAS GRÁFICAS
COMO GUÍAS PARA EL
PASEO DE LA SEXTA AVENIDA
DE LA CIUDAD DE GUATEMALA
PROYECTO DE PROMOCIÓN Y EDUCACIÓN



Proyecto de Graduación presentado por:
Andrea Alejandra Osuna Juárez
para optar al título de Licenciada en Diseño con énfasis creativo,
egresada de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos
Guatemala, 2012

NÓMINA DE AUTORIDADES

Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura

Arq.	Carlos Enrique Valladares Cerezo	Decano
Arq.	Gloria Ruth Lara Cordón de Corea	Vocal I
Arq.	Edgar Armando Lopez Pazos	Vocal II
Arq.	Marco Vinico Barrios Contreras	Vocal III
Br.	Jairon Daniel del Cid Rendón	Vocal IV
Br.	Carlos Raúl Prado Vides	Vocal V
Arq.	Alejandro Muñoz Calderón	Secretario

TRIBUNAL EXAMINADOR

Lic.	Lourdes Eugenia Pérez Estrada
Lic.	Luis Gustavo Jurado Duarte
Arq.	Jorge Mario Villatoro Linares
Arq.	Carlos Enrique Valladares Cerezo
Arq.	Alejandro Muñoz Calderón

AGRADECIMIENTOS DEDICATORIA

Acto que dedico

A Dios:
Gracias Señor por ser quien me sostiene, porque a pesar de las situaciones adversas Tú estuviste a mi lado mostrándome tu amor y misericordia.

A mis padres:
Mil gracias por todo su apoyo, porque me enseñaron a trabajar duro para alcanzar mis metas. El día de hoy mucho de lo que soy se lo debo a ustedes. Gracias por cada uno de los sacrificios que hicieron, por sus sabios consejos y todo su amor.

A mi hermana:
Por ser mi mejor amiga, gracias por desvelarte conmigo para mantenerme despierta y apoyarme de esa forma. Te amo.

A mi hermano:
Gracias por apoyarme cuando necesitaba ir a la universidad o no tenía cómo regresar. Te quiero.

A mi abuelita:
Por mostrarme su amor y estar dispuesta todo el tiempo a ayudarme con las cosas que me costaba dominar.

A mis amigos:
Fernando, Ingrid, María y Titi, gracias por su amistad, con ustedes la universidad se hizo más divertida y llevadera. Los quiero mucho.

Agradecimientos

A mis asesores, Licenciada Lourdes Pérez, Licenciado Gustavo Jurado y Arquitecto Jorge Villatoro, gracias por creer en mí y apoyarme en todo momento para poder terminar mi proyecto en tiempo.

A la Dirección del Centro Histórico de la Municipalidad de Guatemala, les agradezco por todo su apoyo porque sin su ayuda e interés no lo hubiera podido lograr, en especial al Lic. Hans Bendfeldt.

A mis amigas, les agradezco por todo su apoyo y cariño, gracias por soportar mi mal humor y mi abandono durante este tiempo de estrés.

A Ernesto, gracias por apoyarme todo el tiempo, por sacrificar horas libres por ayudarme y estar allí para mí. Te amo.

ÍNDICE

Presentación	7
Capítulo 1	8
Introducción	
1.1 Antecedentes	
1.2 Planteamiento del problema	
1.3 Justificación del problema	
1.4 Objetivos de diseño	
Capítulo 2	20
2.1 Perfil del Cliente y Servicio que brinda	
2.2 Grupo objetivo	
Capítulo 3	34
3.1 Conceptos fundamentales	
3.2 Concepto creativo	
3.3 Estrategia de comunicación	
3.4 Bocetaje	
Capítulo 4	66
Comprobación de la eficacia de las piezas de diseño y propuesta gráfica final	
4.1 Comprobación de la eficacia de las piezas de diseño	
4.2 Material de apoyo para el grupo focal	
4.3 Propuestas validadas	
4.4 Propuesta gráfica final	
Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta	90
Conclusiones	92
Recomendaciones	94
Bibliografía	96
Bibliografía Web	97
Glosario	99

PRESENTACIÓN



La comunicación es un elemento fundamental en el ser humano, pues a través de ella se logra difundir las ideas y modelar patrones de conducta.

El Paseo de la Sexta es una iniciativa de la Municipalidad de Guatemala implementada con el objetivo de revitalizar uno de los sectores más emblemáticos y simbólicos de nuestra ciudad.

La afluencia de visitantes que ha tenido el paseo ha sido un éxito, pues la cantidad de peatones que la frecuentan semanalmente es de 42,100 aproximadamente, según un estudio realizado en Noviembre de 2010 por URBANÍSTICA - Taller del Espacio Público. Otro aspecto importante es que, de estos visitantes, el 65% siguen siendo las mismas personas que visitaban la antigua “Sexta

Avenida” para hacer algún tipo de compras; sin embargo, hay un buen porcentaje de ciudadanos que aún no visitan el lugar, pues existe desconfianza que fue generada en años anteriores por ser un paseo bastante peligroso, debido a que las ventas informales atraían a los delincuentes por la poca regulación de las autoridades y por la cantidad de gente que frecuentaba el lugar.

Es importante que la población conozca la riqueza histórica que tiene este lugar y sobre todo la funcionalidad que ofrece el paseo para la vida diaria, en transporte, comercio, recreación, cultura y ocio para poder lograr la identificación y sentido de propiedad hacia el lugar, y que en última instancia sean los mismos visitantes quienes cuiden el Paseo y lo quieran preservar como un ícono de historia dentro de la ciudad.

CAPÍTULO 1

INTRO DUCCIÓN

1.1 ANTECEDENTES

La Universidad de San Carlos de Guatemala, a través de la Facultad de Arquitectura, solicitó a los estudiantes de Diseño Gráfico el planteamiento de diversos problemas en los cuales se ve involucrada la sociedad guatemalteca en la actualidad.

Al empezar a indagar, se descubrió que aunque el Paseo de la Sexta recibe bastantes visitantes son muy pocos los que hacen el recorrido apreciando la riqueza cultural e histórica del lugar. Además de esto se descubrió que un alto porcentaje de visitantes no tiene posibilidad de ubicarse dentro del sector, haciendo del paseo, un paseo a ciegas. Se contactó al Departamento de URBANÍSTICA - Taller del Espacio Público, de la Municipalidad de Guatemala para obtener mayor información acerca del Proyecto Paseo de la Sexta, pues la primera inquietud era saber si realmente el Paseo estaba convocando a la cantidad de visitantes como se había planteado o si no estaba siendo tan efectivo.

La restauración del Centro de la Ciudad es parte de los objetivos del Plan de Ordenamiento Territorial (POT), pues según los estudios realizados en la Ciudad de Guatemala se estima que para el año 2020 solo el 24% de la población vivirá en la ciudad. Esta situación deja a la Ciudad de Guatemala en desventaja, al proliferar la violencia por tener áreas muy solitarias durante la noche, por lo que la Municipalidad tiene el plan de ordenar la ciudad y regular las construcciones.

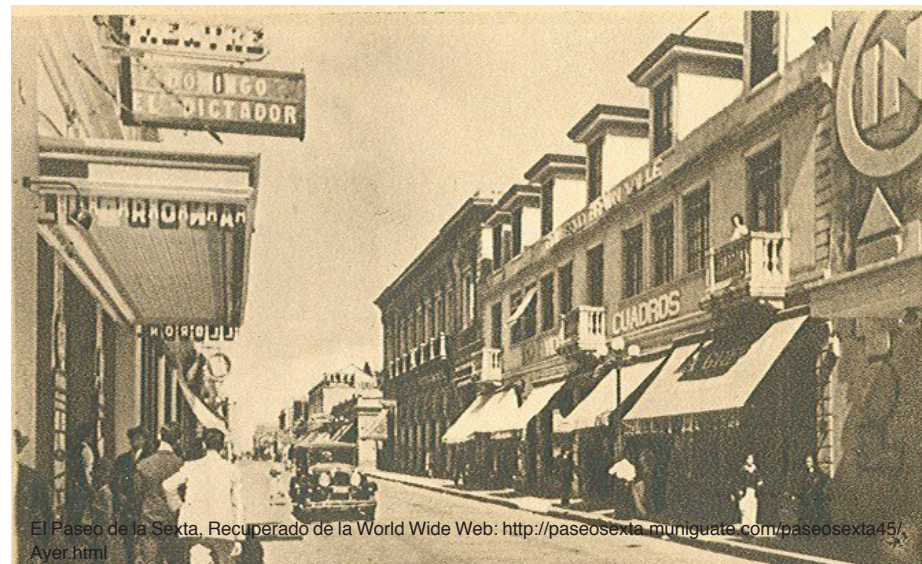
Como parte del plan se espera atraer a las personas para que vivan de nuevo en la ciudad, proporcionar viviendas cerca del transporte público (Transmetro), además de desarrollar viviendas de manera vertical para aprovechar mejor el espacio. (Paz, 1995: 344)

Otro objetivo que se planteó fue desarrollar áreas públicas para que la gente pueda convivir entre sí. Los encargados de desarrollar dicho proyecto fueron el Departamento de URBANÍSTICA - Taller del Espacio Público. Al tener el proyecto concluido, la Dirección del Centro Histórico tomó la dirección del mismo; sin embargo, en la actualidad Urbanística todavía se encarga de algunos aspectos de la estrategia de difusión del proyecto.

Al hacer el contacto con URBANÍSTICA, tal dependencia comentó lo bien que el proyecto ha funcionado. Su objetivo es llegar a tener un total de 190,000 visitantes semanalmente, objetivo que es alcanzable pues según los estudios realizados en Noviembre del 2010 se contaba un promedio de 42,141 peatones a la semana, de los cuales el 72% del flujo corresponde al fin de semana y el 28% entre semana. Esta información se puede comparar con el Centro Comercial Miraflores, donde según sus desarrolladores, es el centro comercial más visitado del país: se reportan un promedio de 27 mil visitas semanales, donde el 65% del flujo corresponde al fin de semana y el 33% entre semana. (Urbanística, 2010: 8)



El Paseo de la Sexta, Recuperado de la World Wide Web: <http://paseosexta.muniguate.com/paseosexta45/Ayer.html>



El Paseo de la Sexta, Recuperado de la World Wide Web: <http://paseosexta.muniguate.com/paseosexta45/Ayer.html>



Edificio La Perla, Recuperado de la World Wide Web: <http://paseosexta.muniguate.com/paseosexta45/Ayer.html>

Otro dato importante es que los inquilinos del Paseo de la Sexta tienen sentido de propiedad sobre el sector. Esto fue comprobado el 20 de octubre del año 2011, Día de la Revolución, cuando el Paseo sufrió por el vandalismo y fueron los mismos vecinos quienes se organizaron para limpiar el desastre que había quedado atrás.

Analizando toda esta información, se llegó a la conclusión de que el problema principal es que ahora, con tantos visitantes, muchas de las piezas de arte expuestas no están siendo cuidadas y ya están dañadas. La necesidad prioritaria es enseñarle a los visitantes a interactuar con las piezas y crear en ellos ese sentido de pertenencia que ya se logró crear en los inquilinos, para que se pueda conservar con menos esfuerzo el recorrido logrando mantener bellos espacios públicos de recreación y arte.

Uno de los planes a desarrollar en esta área es que por lo menos cada año y medio se cambien las piezas para mostrar piezas de arte nuevas al visitante. Esto dependerá fundamentalmente de la cantidad de esculturas que se encuentren disponibles

para exhibir, pues por el momento sólo los jaguares y la escultura de Tasso Hadjidodou son propiedad de la municipalidad, el resto de las piezas son propiedad privada.

Por esta razón, el mayor interés del Departamento de URBANÍSTICA y la Dirección del Centro Histórico / Coordinación del Paseo de la Sexta es el de comunicar la riqueza histórica y cultural que posee el lugar para que los visitantes puedan apreciar el Paseo.

Para tener un poco más clara la visión de por qué este sector es de tanta importancia para los guatemaltecos, es necesario considerar un poco la historia del lugar: al principio el nombre que se le daba al sector era "La Calle Real", la cual se trazó de norte a sur comenzando en la Plaza Mayor y terminando en la Plaza de San Francisco en la 13 calle. Recibió ese nombre como consecuencia de la construcción del Palacio Real y su configuración quedó cimentada después de la edificación de los templos de San Francisco y Santa Clara en los años 1851 y 1852, respectivamente. Además, cabe señalar que factores como la instalación del alumbrado a gas, y eléctrico después, así como la habilitación de un eje

del tranvía y la colocación de teléfonos en los edificios del sector, contribuyeron para que esta vía se perfilara como una de las más importantes de la Ciudad de Guatemala.

Desde entonces, ha servido de escenario a muchos acontecimientos de diversa índole que van desde los políticos y económicos, hasta los culturales y sociales. A sus márgenes se instalaron los mejores almacenes y oficinas. También contribuyó el perfil arquitectónico que se dio a los edificios y casas allí construidas.

Otra de las innovaciones en su tiempo fue la colocación en 1930 de semáforos en la Sexta Avenida para sustituir la antigua sombrilla del agente de tráfico, aparato que funcionaba con electricidad y fue construido por el señor W. O. Sáenz de Viteri, fabricante de anuncios luminosos. La firma Castillo Hermanos patrocinó su construcción para ser obsequiado al servicio público. El semáforo, en la parte alta mostraba un juego de doce luces, tres para cada rumbo de la calle, en los colores rojo, amarillo y verde, los cuales funcionan alternadamente marcando el alto, el cruce y el adelante. El diseño

incluía también un timbre de alarma que indicaba que el tráfico se suspendería en las cuatro direcciones. El aparato funcionaba mediante la vigilancia de un agente colocado a distancia del semáforo y que hace las conexiones, valiéndose de una pequeña palanca. (Morales, 2010: 40)

La Dra. Morales Barco (2004-2010) comenta como fue que este apogeo se anuló con los terremotos de 1917-18, pero en la reconstrucción de la ciudad se dio prioridad a la revitalización de la Sexta Avenida, la cual se llevó a cabo en un período de quince años aproximadamente. Esta situación dio oportunidad a muchos diseñadores para que se construyera allí algo novedoso y que la tendencia arquitectónica se modificara, destacando la tendencia del Arte Decó. De esa cuenta, en 1924, se construye el Teatro Capitol, diseñado por Roberto Hoegg; el Edificio La Perla hecho por Whillheim Krebs y R. Hoegg;

la tendencia arquitectónica se modifica destacando la tendencia del Arte Deco

el Pasaje Rubio construido por el español Cristóbal Azori; el Teatro Lux edificado por Rodolfo Bader y R. Hoegg; el Hotel Astoria, realizado por el italiano Giracca.

La década de 1930 constituye un capítulo aparte para esta avenida, ya que el auge de construcción en este sector tiene su momento culminante con la terminación de edificios como el Palacio de la Policía Nacional, la restauración de los Templos de Santa Clara y San Francisco; en las vitrinas de los almacenes se exhibían productos variados de una manera agradable y se anunciaba con rótulos luminosos de gas neón, transformándose de esta manera la Sexta Avenida en un lugar netamente comercial y de recreación. Muchas personas iban y venían, recorrían cada pedazo de la misma a pie, despacio, viendo, comprando o simplemente iban allí a disfrutar de una buena comida o de un bonito paseo... con el tiempo se comenzó a decir “vamos a sextear...”, y así se creó el término “el sexteo”.

Durante las décadas de 1970 y 1980, esta arteria sufre drásticos cambios, el mayor, producido por el terremoto de 1976. A la par de emprendimientos de construcciones osadas, comienzan a aparecer las ventas informales. Vendedores empiezan a ocupar sus aceras de forma gradual, hasta llegar a convertirse con el paso de los años en uno de los puntos más importantes de compra y venta del comercio informal de la ciudad de Guatemala.

La Sexta Avenida, con todos sus inconvenientes, llegó a inscribirse como un emblema de la economía informal de nuestro país, pero por otro lado también llegó a convertirse en un problema para el ordenamiento del tránsito, para la seguridad del transeúnte y para el mejoramiento general del espacio público.

Esta situación perduró hasta el 9 de octubre de 2009, fecha que marca el inicio de una de las obras más importantes de la administración del Alcalde Álvaro Arzú: la construcción de la Plaza El Amate, en el espacio que ocupara la Plaza Bolívar en la 18 calle entre 5ª y 4ª avenidas, y en donde se proyectaba colocar a todos los vendedores informales que, hasta esa fecha, ocupaban las aceras de la Sexta Avenida desde la 9ª a la 18 calles de la zona 1.

Este es un proyecto integral que impulsa la comuna capitalina, a través del Departamento de URBANÍSTICA Taller del Espacio Público, y consiste en la revitalización del sector a través de acciones estratégicas, sumadas a otras líneas de trabajo actuales de la comuna, como el sistema de transporte masivo TRANSMETRO, que innova en la manera de abordar el espacio público, incidiendo de forma positiva en el entorno inmediato y en la calidad de vida de los vecinos del sector.

Los beneficios del proyecto se extenderán gradualmente hacia un amplio sector de la población de la Ciudad. Por lo tanto, la participación del vecino es vital para el éxito del Proyecto Paseo de La Sexta, que será un punto de encuentro donde vecinos, comerciantes, trabajadores y visitantes confluyan para disfrutar de los beneficios de la recuperación de un espacio público.

Se permitirá el ingreso de vehículos a los inmuebles que tienen acceso únicamente por esta avenida, siendo el mismo controlado para resguardar la seguridad peatonal. Además, el diseño del proyecto se ha trabajado de la mano de diferentes entidades, como hermandades católicas, por ejemplo, para no dificultar el paso de las tradicionales procesiones de Cuaresma y Semana Santa.

La Plaza El Amate fue inaugurada y entregada a los vendedores del comercio popular el 5 de junio de 2010 y tres días después se dio inicio a los trabajos de revitalización de la Sexta Avenida en el tramo que cubre de la 9ª a la 18 calles.

Otro factor importante de destacar es que para garantizar el éxito del proyecto será vital la participación ciudadana y el diálogo constante entre vendedores y funcionarios de la alcaldía, y así impactar positivamente en el entorno inmediato y en la calidad de vida de los vecinos.

La revitalización de uno de los sectores más representativos de nuestra historia genera oportunidades de inversión y promueve así el desarrollo económico del sector.



"Plaza Comercial El Amate"



Vendedores informales de la Sexta Avenida





1.2 PROBLEMA

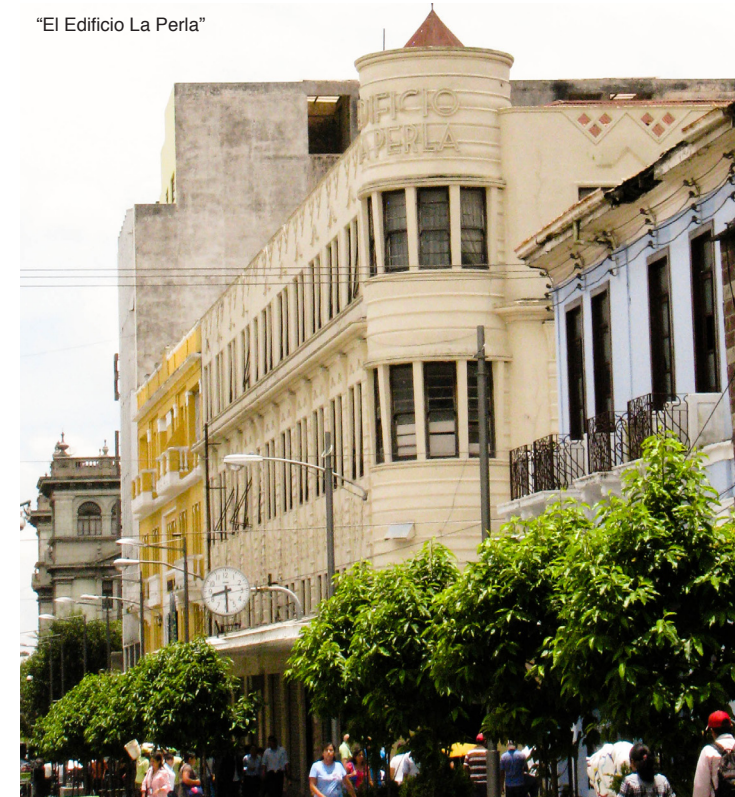
La necesidad básica que presentó el cliente es la ausencia de un elemento de comunicación que ayude al visitante a encontrar los lugares de mayor relevancia dentro del Paseo, pues es necesario que se desarrollen rutas de interés en el sector para que el turista pueda identificar el área con mayor facilidad. Como referencia se ha tomado un sistema de ubicación como el proyecto desarrollado en Londres, llamado "Legible London" (2006), pues el fin de la municipalidad es parecido al que se plantea en este proyecto. Con el Plan de Ordenamiento Territorial (POT), la Municipalidad pretende restaurar la ciudad y recuperar espacios que se han ido perdiendo debido a la actividad económica y su fin ahora es desarrollar zonas seguras para vivir, con acceso al transporte público (Transmetro) y vías peatonales para que los ciudadanos tengan más opciones de movilización y vivienda dentro de la ciudad.

Al analizar los requerimientos del cliente también se debe considerar el aspecto histórico y cultural del lugar. Es necesario que las personas se sientan identificadas y conozcan de la gran riqueza que guarda el Paseo para que en ellos nazca el sentido de pertenencia y el sector se mantenga en mejor estado, con las piezas artísticas y arquitectónicas

lo mejor cuidadas posible, pues desde el principio este recorrido fue considerado como un espacio para el intercambio cultural entre los visitantes.

El planteamiento de este proyecto debe ser integral, y se toma en cuenta no solo el aspecto histórico cultural, sino también el sentido funcional, pues se espera que el paseo sea una opción de recreación, comercio y esparcimiento para el visitante. Esto permitirá instruir no solo a los ciudadanos, sino al mismo tiempo al turista local y al extranjero.

El análisis de necesidades, historia y estrategia ha ayudado a la creación de la presente propuesta de trabajo. El nombre del proyecto es "Creación de Piezas Gráficas como guías para el Paseo de la Sexta avenida de la Ciudad de Guatemala. Proyecto de Promoción y Educación".



1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 MAGNITUD

La ciudad de Guatemala, cuyo nombre oficial es Nueva Guatemala de la Asunción, es la capital de la República de Guatemala, además es el centro económico y gubernamental. La ciudad está dividida en 25 zonas, lo cual hace muy sencillo encontrar direcciones. La ciudad se encuentra localizada en el area sur-centro del país. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística de Guatemala se proyectaba que para el año 2011 la ciudad tuviera 2,541,581 habitantes.

El Paseo de la Sexta se encuentra ubicado dentro de la zona 1 en el Centro Histórico, y abarca de 8ª a 18 calle de la sexta avenida. En promedio, el "Paseo de la Sexta" recibe alrededor de 42,141 visitantes, según un estudio realizado en noviembre del 2010. De los cuales es posible decir que ninguno de ellos conoce al 100% el lugar, pues algunos podrán conocer los comercios del lugar pero no la historia y viceversa. Y lo que se busca es que todos los visitantes conozcan toda la riqueza que el Paseo ofrece para poder lograr un rescate integral del lugar.

1.3.2 TRASCENDENCIA

Al carecer con una buena distribución de la información histórica del lugar, el Paseo se convierte en una visita a ciegas, sin un rescate real, además de que el sentido de propiedad en los ciudadanos no se logra pues carecen de identificación al no tener datos históricos y culturales con los cuales se puedan identificar.

1.3.3 VULNERABILIDAD

Las piezas de diseño gráfico buscarán llenar los vacíos que componen el problema en cuestión: el desconocimiento del contenido histórico del Paseo de la Sexta y la carencia de destrezas para interactuar con las piezas de arte.

Las piezas resultantes de este proyecto tendrán como objetivo crear consciencia e interés para cuidar el Paseo de la Sexta y crearán un sentido de propiedad en los ciudadanos.

1.3.4 FACTIBILIDAD

La creación de piezas gráficas como guías del Paseo de la Sexta es un proyecto viable, pues su ejecución se encuentra contemplada desde la planificación del diseño del Paseo. Se cuenta con el presupuesto y la voluntad política para lograrlo. La principal carencia era encontrar a una persona que se encargara de su ejecución.



1.4 OBJETIVOS

1.4.1 GENERAL

Diseñar materiales gráficos que sirvan como guías dentro del Paseo de la Sexta para incrementar las visitas de turistas extranjeros y de otros sectores de la ciudad capital que usualmente no visitan el Centro Histórico.

1.4.2 ESPECÍFICOS

- Destacar los lugares históricos del Paseo para que las personas puedan apreciar el patrimonio cultural y se apropien del Paseo de la Sexta como un “sitio icónico de los guatemaltecos”.
- Hacer modificaciones a las piezas para que tengan formato digital y así alcanzar a la población más joven que las verá en redes sociales.
- Desarrollar materiales llamativos y a la vez funcionales para que las personas quieran conservar el material.

CAPÍTULO 2

PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

2.1

La concepción del rescate del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala ha evolucionado en los últimos años, de una visión conservacionista hacia un enfoque integral que propone la valoración del patrimonio cultural histórico heredado, pero a la vez, lo interpreta como factor de desarrollo económico, social y cultural. También enfoca los Centros Históricos como parte de la Ciudad, una nueva centralidad que cumple complejas funciones urbanas y que por su propia naturaleza de Centro es polifuncional, lo que atrae diversidad de usuarios. Este hecho potencializa el Centro Histórico, constituyéndolo en el catalizador social por excelencia, de ahí que sea posible decir con propiedad que su rescate representa el gran proyecto de la Ciudad.

Según lo describe Torres (2011), la Revitalización del Centro Histórico tiene como objetivo el fomento del sentido de identidad y pertenencia de los ciudadanos a través del patrimonio tangible e intangible presente en el área, y generar condiciones de alta calidad de vida, como parte de la visión de Ciudad planteada por la Municipalidad, que incluye la puesta en marcha de proyectos y programas que garanticen la recuperación integral del mismo, procurando la relación y trabajo conjunto con las dependencias municipales afines a los objetivos.

VISIÓN

Consecuentes con la visión de la Municipalidad de Guatemala para la Ciudad en el Plan 2020: “La ciudad para vivir”, alcanzar un “Centro Histórico para vivir, trabajar y visitar”.

EJES DE TRABAJO

Para la realización de un trabajo estructurado, el Plan de la Municipalidad de Revitalización del Centro se encuentra dividido y complementado a la vez en seis ejes: Fortalecimiento Institucional, Valoración y Protección Patrimonial, Planes Estratégicos Funcionales, Planificación Participativa Barrial, Sostenibilidad Económica y Social, Programas de Participación Ciudadana y el Programa de Comunicación y Cultura para el Centro Histórico.

La Dirección del Centro Histórico fue creada por la Municipalidad de Guatemala en 1992, y tiene como actividad principal regular, velar, coordinar, gestionar y dirigir actividades municipales, sociales y culturales en el Centro Histórico en busca de su revitalización dentro de un plan maestro. Está constituida como una Dirección, tiene un Director y los departamentos necesarios para lograr las metas para lo que fue creado, tales como Unidad Técnica, (licencias, permisos, etc.), Creatividad (soluciones innovadoras para el centro), Unidad Paseo de la Sexta (Mantenimiento y desarrollo de la Sexta Avenida), entre otros. (Rivera & Berger, 1992: 1)

Las funciones básicas de la Dirección son:

- a)** Delimitar el área que conforma el Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala, con base en criterios históricos culturales y sociales;
- b)** Velar por la realización de un catastro urbano del área, en el que a través del análisis interdisciplinario, se identifique el patrimonio arquitectónico y urbanístico que conforma el Centro Histórico;
- c)** Hacer los estudios necesarios para la preparación de un plan de desarrollo integral del área urbana, que sirva de guía general para los programas, proyectos y acciones que se haya de emprender en el mismo;

d) Identificar, preparar, promover y ejecutar proyectos técnicos y legales, congruentes con los lineamientos del respectivo plan, para el rescate, la preservación y el desarrollo de tal área urbana;

e) Promover y procurar la coordinación interinstitucional dirigida a velar por la coherencia y complementariedad de las acciones de rescate, preservación y desarrollo del Centro Histórico;

f) Gestionar financiamiento, asistencia técnica y otras formas de aportación de recursos para la realización de los estudios y proyectos;

g) Fomentar la participación de los vecinos en las acciones de rescate del Centro Histórico, a través de campañas de información, educación y promoción de acciones de coordinación; y

j) Conformar un archivo específico del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala para consulta y protección de documentos, material fotográfico y planos del área y su patrimonio. (Rivera & Berger, 1992: 2)

La dirección del Centro Histórico cuenta 25 personas como personal, incluyendo a los encargados de la limpieza, trabaja en conjunto con otras partes de la Municipalidad de Guatemala como lo es Urbanística Taller del Espacio Público, Emetra, Desarrollo Social y Cultura y Deportes.

Los recursos financieros que posee son adquiridos a través del presupuesto asignado para la dirección por medio de la Municipalidad, además de patrocinios de entidades privadas u entidades internacionales.

La dirección del Centro Histórico no cuenta con diseñador o comunicador, generalmente se apoyan en Urbanística para elaborar piezas de diseño, sobre todo cuando se refiere al Paseo de la Sexta, pues ellos fueron los que crearon la imagen de dicho proyecto. Cuando desarrollan actividades más grandes como el Festival del Centro Histórico se contrata a un diseñador invitado para cada Festival. La otra dependencia que los ayuda en materia de comunicación es las oficinas de comunicación de la Municipalidad.

La dirección del Centro Histórico no cuenta con imagen institucional, no tiene tampoco slogan ni algún tipo de diferenciación, sin embargo, el Paseo de la Sexta, que es un proyecto dentro de la Dirección, sí cuenta con imagen y tiene un estilo bastante urbano y moderno, utiliza colores planos y fotografías. El logotipo contiene tipografía gruesa dando ese sentido de firmeza y estabilidad, además de ser muy fácil para leer a distancia.

La Visión y Misión de la Unidad del Paseo de la Sexta son las siguientes:

MISIÓN

El paseo de la Sexta es un espacio público para favorecer la convivencia y el encuentro ciudadano, ya que el espacio público se creó para convivir; se actúa bajo la premisa de que el espacio público es para todos.

VISIÓN

Se busca crear orgullo de pertenencia en el ciudadano, favoreciendo la convivencia y el encuentro ciudadano y revitalizando el Centro Histórico social, cultural, artística y físicamente.

HISTORIA

Bendfeldt (2011) comenta que en el 2004 la Municipalidad de Guatemala, a través del Centro Histórico, realizó un censo de la economía informal (vendedores de la sexta avenida) contabilizándose más de 668, con los cuales se inició un proceso de negociación llamado Diálogo Creativo, dicho proceso planteaba mejorar el espacio público donde los vendedores interactuaban con los ciudadanos. Durante las negociaciones se creó el Plan de la Modernización de la Economía Popular, que combinado con otros proyectos de la Municipalidad de Guatemala, favoreció la capacitación en áreas de mercadeo, empresa, ahorro y relaciones públicas de los vendedores. Ricardo Rodríguez, Director del Centro Histórico, condujo el diálogo en reuniones mensuales con la Junta Directiva de lo que hoy es el Paseo de la Sexta.

El primer gran paso se dio con la recuperación del Portal del Comercio. Un vector de suma importancia en la recuperación de la sexta avenida fue el paso inminente del Transmetro en esa área, lo cual marcaba una gran diferencia en el espacio público. En Julio del 2010, se terminó la Plaza Comercial El Amate, obra realizada por la Municipalidad donde fueron reubicados los vendedores de la sexta avenida con



mejores condiciones de las que tenían en el espacio público. El mismo día en que los vendedores se movieron a la Plaza El Amate, la Municipalidad intervino en la sexta, empezando una obra que culminó en la gran inauguración del Paseo de la Sexta el 4 de diciembre del 2010, realizando así en un tiempo récord de 5 meses la revitalización de la arteria más importante de la ciudad.

PRINCIPALES ACTIVIDADES

La Mesa de Seguimiento del Paseo, la integra:

- La Dirección del Centro Histórico
- Unidad del Paseo de la Sexta
- Actividades Culturales
- Comunicación Social
- Urbanística

En dicha mesa se gestionan todas las actividades que se realizan en el Paseo. Cada dependencia se hace cargo de las actividades que le competen; hay también una estrategia de comunicación mensual con medios físicos y electrónicos, y se elabora una agenda cada mes que incluye espectáculos artísticos, académicos y culturales.

2.1.1 PROPÓSITOS GENERALES DE LA INSTITUCIÓN

Velar y Procurar el Desarrollo del Centro Histórico y su Revitalización por medio de programas municipales dentro de un plan arquitectónico, social, cultural y artístico.

Dar seguimiento a todo el trabajo que se desarrolla en ese contexto, así como proponer nuevas soluciones y alternativas para el rescate del Centro de la Ciudad de Guatemala.

2.1.2 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA POBLACIÓN QUE ATIENDE Y DEL PÚBLICO CON EL QUE SE RELACIONA

El Centro Histórico comprende de la 1ª calle Zona 1 a la 18 calle zona 1, y de la Avenida Elena a la 12 avenida, con zonas de amortiguamiento. El público que atiende reside y trabaja en ese espacio. La mayoría es de clase media, aunque hay diversos estratos sociales en menor proporción. En general es una población colaboradora y de iniciativa que está organizada en CUB (Comité Único de Barrio). Hay un CUB por cada barrio del Centro Histórico.

2.1.3 CANALES DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS

Urbanística desarrolló un sistema de comunicación específico para el proyecto del Paseo de la Sexta, que es el que se presenta a continuación:

- ▶ Los medios de difusión:
 - ▶ Primarios:
 - Boletines / carteleras
 - Calendarios
 - Volantes
 - Trifoliales
 - ▶ Secundarios:
 - Página Web “Paseo de la Sexta”
 - Notas en la página web

Municipalidad

- Notas de prensa

Boletines:

- Público primario: Propietarios Comerciantes / Arrendantes

- Público secundario: Asiduos del Paseo de la Sexta Transeúntes Vecinos

- Tiraje:

12 ediciones de 6,000 unidades cada una, tamaño carta, full color. Publicados e impresos cada 15 días con fotografías del Paseo de La Sexta

- Contenido:

Información relativa al proyecto con enfoque positivo

- Distribución:

A cargo de los gestores y equipo de apoyo municipal (CEI). 12 especiales “Nuestra Sexta”, Publicadas en la web cada 15 días. Entrevistas de vecinos del Paseo de La Sexta (distribución digital)

Carteleras

- Público primario: Propietarios Comerciantes / Arrendantes

- Público secundario: Asiduos del Paseo de La Sexta Transeúntes Vecinos

- Montaje:

13 estructuras metálicas a lo largo del Paseo de La Sexta

- Contenido:

Boletines, Cartelera Especial “Nuestra Sexta” y Calendario Manos a la Obra



· Distribución:

1 Estructura por cuadra aproximadamente a lo largo del Paseo de La Sexta

Calendarios

- Público primario:
Propietarios
Comerciantes / Arrendantes
- Público secundario:
Asiduos del Paseo de La Sexta
Transeúntes
Vecinos

· Tiraje:

2,000 calendarios tamaño carta (doble tiro y full color) mensuales

· Contenido:

Actividades culturales del programa de Manos a la Obra

· Distribución:

A cargo de los gestores y equipo de apoyo municipal (CEI)

Volantes

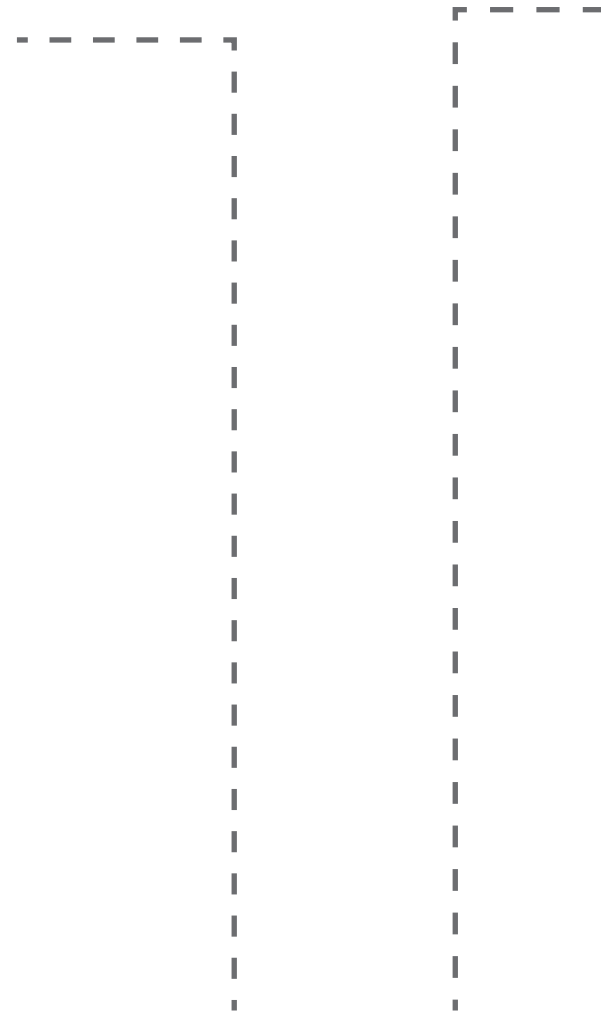
- Público primario:
Propietarios
Comerciantes / Arrendantes
- Público secundario:
Inversionistas
Desarrolladores
Futuros arrendantes o propietarios

· Tiraje:

2,000 volantes tamaño media carta (full color), 2 mensuales

· Contenido:

Información de interés para vecinos, comerciantes y propietarios



· Distribución:

A cargo de los gestores y equipo de apoyo municipal (CEI).

12 volantes, 2 se publican la última quincena de cada mes. Ilustran temas específicos con lenguaje claro.

Trifoliales

- Público primario:
Propietarios
Comerciantes / Arrendantes
- Público secundario:
Inversionistas
Desarrolladores
Futuros arrendantes o propietarios

· Tiraje:

1,000 trifoliales tamaño carta full color

· Contenido:

Información específica del proyecto

· Distribución:

A cargo de los gestores

Página Web oficial

- Público primario:
Futuros visitantes locales
Público joven

· Actualización:

Se realiza cada 15 días

· Contenido:

Información del proyecto, se incluyen las publicaciones recientes.

Página Web Municipal

- Público primario:
Vecinos
Público joven
- Actualización:

Cada semana se publica un (ó +) artículo(s) del Paseo de La Sexta

- Contenido:

Se incluyen temas de interés, artículos e información de los avances de obra y las líneas generales del proyecto.

Notas de Prensa

- Público primario:
Público con interés en el proyecto
Público en general.

**VEN A CELEBRAR
EL DÍA DEL NIÑO
CON LA OBRA LA LIEBRE Y LA TORTUGA**

El 1 de octubre ven a celebrar este día tan especial en el Paseo de La Sexta
Entre 8 y 9 Calle
de 13:00 a 14:00 hrs.

paseo de la sexta

Logo de la Municipalidad de Cuzco

Iconos de servicios: TV, M, B, U, R, P



► 6.3.2 Las piezas manejan 4 colores que tienen significados específicos (Urbanística, 2010, paseosexta):

▷ Verde, representa al medio de transporte público "Transmetro". Siempre que se quiere hacer referencia sobre nuevas rutas o algún tema que tenga relación con el mismo se debe colocar en este color.

Se pretende que el paseo esté conectado a la ciudad a través del Transmetro, que éste pueda contar con 2 paradas, y que el uso exclusivo de este medio de transporte en el sector reduzca en un 60% la emisión de partículas suspendidas. Además, el diseño del recorrido permitirá pasajes recreativos para transitar en bicicleta, con acceso universal y otras facilidades.

▷ Celeste, representa los procesos sociales, esto fue enfocado principalmente al Proyecto del Amate, que fue la solución para movilizar a todos los comercios informales que residían dentro de la sexta avenida. En tal plaza se ubicaron 660 comercios nuevos, y se colocó estratégicamente al comercio informal cerca de la parada del Transmetro. Además, los nuevos inquilinos del Amate recibieron capacitación específica en comercio y economía informal.

▷ Magenta, representa específicamente al Paseo como lugar de expresión e intercambio cultural. Además, es importante desarrollar rutas de interés para facilitar el turismo. El espacio total del recorrido es de 9,000 metros cuadrados, con mobiliario urbano de alta calidad y áreas estanciales.

▷ Naranja, representa el desarrollo económico. El sector cuenta con 124 comercios en la actualidad y se tiene planeado que tal cifra crezca, pues existen 84,000 metros cuadrados por edificar dentro del espacio privado.

Con estas cuatro áreas de trabajo, como el Transmetro, el Amate, el Paseo y el desarrollo económico, se evidencia que este proyecto está diseñado de manera integral, y que la Municipalidad tiene como estrategia calendarizar diversas actividades culturales para cada miembro de la familia.

Según el análisis realizado basado en el estudio de Multivex (2006) y el de Pro Datos S.A. (2011), además de la observación en el lugar, se llegó a la siguiente clasificación del grupo objetivo, dividida en tres grupos: AB que corresponde al nivel medio-alto, B que corresponde al nivel medio bajo y el nivel BC que corresponde al nivel bajo.

▶ 2.2.1 Perfil geográfico

Guatemaltecos que viven en la ciudad capital de Guatemala.

▶ 2.2.2 Perfil demográfico

Personas de cada género, que pertenecen a una clase nivel socioeconómico:

- Nivel medio alto AB.
- Nivel medio bajo B.
- Nivel bajo BC.

▶ 2.2.3 Vivienda

- Vivienda en sector residencial y en colonias.

Las casas poseen al menos 4 habitaciones, pueden ser hechas a la medida de sus especificaciones. Disponen de la mayoría de los bienes de confort (lavadora, estufa, refrigeradora, radios, y demás aparatos tecnológicos).

- Habitan en casas modestas, no de lujo, pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales. Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como estufa, refrigeradora, televisión y otros.

- Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares. Alquileres. Poseen artículos como TV, radio, estufa, refrigeradora de modelos económicos.

▶ 2.2.4 Transporte

- Poseen 1 o 2 vehículos de modelos no necesariamente recientes.
- Poseen vehículo de modelo no reciente.
- No poseen vehículo.

▶ 2.2.5 Educación

- La educación de sus hijos es muy importante. Realizan esfuerzos para que se instruyan en los mejores colegios y universidades del país. Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.
- Sus hijos se educan en colegios y universidades del país. Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.
- Sus hijos estudian en escuelas públicas. Su nivel educacional es de primaria o secundaria incompleta.



2.2 GRUPO OBJETIVO

▶ 2.2.6 Preferencias y cultura visual

Asistir al Cine, comer fuera o quedarse descansando en su hogar y ver televisión. Dentro de los canales de TV abierta, 3 y 7, además de Guatevisión, con respecto a canales por cable, se prefieren las emisoras Fox, Warner, Sony, TNT, TV Azteca y Discovery Home and Health.

▶ 2.2.7 Religión

Católicos y evangélicos en su mayoría.

▶ 2.2.8 Idioma

Español e inglés.

▶ 2.2.9 Edades

Entre 20 a 45 años de edad.

▶ 2.2.10 Sexo

Femenino o Masculino.

▶ 2.2.11 Ingresos

- Los ingresos familiares oscilan entre un rango de Q8,500.00 - Q12, 500.00 al mes.
- Los ingresos familiares oscilan entre un rango de Q4,500.00 - Q8,500.00 al mes.
- Los ingresos familiares oscilan entre un rango de Q2, 500.00 - Q4,500.00 al mes.

▶ 2.2.12 Ocupación

- Nivel de vida bastante holgado, son ejecutivos de empresas privadas o públicas, también pueden ser dueños de negocios medianos.
- Por lo regular son profesionales, comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.
- Obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, conserjes, mensajeros, varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar.



2.2.13 Percepciones del Grupo Objetivo

El sentido de nacionalismo es algo que se siente con más fuerza entre los sectores populares y el área rural, y cuando nos referimos a cuáles son las cosas que nos hacen sentirnos orgullosos, se considera que son los lugares turísticos, seguido de las tradiciones y el clima. (Lemus, 2011: 10)

El sentido del trabajo y la lucha por salir adelante son las cualidades más admirables de los guatemaltecos. En la misma forma, el mayor defecto que se puede encontrar es el temperamento violento y la actitud conformista.

Los resultados de este estudio revelan que el servicio de televisión satelital es bastante común en los hogares guatemaltecos, pero que la tecnología más propia de la era digital e informática —internet, con sus muchas facilidades y plataformas de conexión— todavía es bastante exclusivo de la capital. Las cifras obtenidas demuestran que solamente un 32 por ciento de los capitalinos cuenta con servicio de internet en casa, lo cual se triplica en el estrato BC.

La mayoría de guatemaltecos tiene predilección por los perros. A escala mundial, esta parece ser una constante, pues cerca del 70 por ciento de los habitantes del mundo consideran que son los mejores amigos del ser humano, y tanto estos como los gatos encabezan la lista de animales domésticos preferidos en cualquier lugar. Esta distribución obedece a que son más fáciles de cuidar, a la vez de que son más amigables y compatibles con la vida del hogar.

Pese a que practicar un deporte brinda numerosos beneficios a la salud, los guatemaltecos prefieren el sedentarismo. Así lo refleja el estudio estadístico a escala nacional efectuado por la firma ProDatos, el cual indica que solo la mitad de los capitalinos hacen ejercicio, y en el área rural la cantidad disminuye de manera significativa: 34 por ciento. Estos datos hacen una ponderación baja en el guatemalteco, ya que, en total, solo el 30 por ciento afirma practicar una actividad física con regularidad.

De acuerdo con los resultados de este estudio de ProDatos (2011), los guatemaltecos ponen escasa atención a su salud física. De esa cuenta, solo cuatro de cada 10 practican ejercicio con regularidad, mientras que tres de cada 10 afirman que practican algún deporte. Son varios los factores que influyen para que seamos así.

Aunque cada vez hay más gimnasios, hacen falta espacios deportivos públicos. Asimismo, son muy exiguas las campañas de concienciación enfocadas a la buena salud. Eso sí, los que más se preocupan por mantenerse en forma son los jóvenes de entre 18 y 25 años, principalmente de un nivel socioeconómico alto. (Lemus, 2011:30)



CAPÍTULO 3

CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETOS

CONCEPTOS FUNDAMENTALES

3.1.1 COMUNICACIÓN VISUAL

A pesar de que la vista es un sentido primordial para la comunicación y que las imágenes han sido parte del desarrollo del hombre, no ha sido sino hasta hace pocos años que se inicia la investigación de la cultura visual.

Así como cualquier sistema, el lenguaje visual ha ido evolucionando con el fin de lograr una mejor comprensión del mismo. La comunicación visual es un amplio sistema basado en elementos gráficos que tienen la finalidad de transmitir un mensaje.

Cada signo verbal o no verbal (el no verbal podría ser visual), está constituido por dos elementos: Uno perceptible por medio de los sentidos (elementos acústico o visual) y uno no perceptible (un concepto o idea). El primero se define como significante y el segundo como significado. Se podría decir que significante es el que lo representa o lo expresa, y significado lo que quiere decir o significa.

Un signo visual es pues una asociación entre un significante que se percibe con la vista, y un significado ya establecido que puede variar dependiendo de cómo lo capte el receptor.

El signo mantiene con la realidad, por lo menos tres grados de aproximación: índice, ícono y símbolo.

- El índice es el signo que mantiene una relación directa con la realidad o el objeto y su circunstancia, por ejemplo, la huella digital de uno de nuestros dedos, la cual pertenece únicamente a una persona.

- El ícono es el que se forma a imagen del objeto, reproduce algunas características de la realidad, aunque no sea la realidad exacta, sino su aproximación, por ejemplo, el dibujo de la silueta de un peatón en una señal del tráfico, el de un árbol o de un teléfono.

- El símbolo es la representación arbitraria y/o convencional de la realidad. Los símbolos corresponden en primer lugar a la interpretación individual y antojadiza de los comunicadores. Son altamente subjetivos producto de un acuerdo social. (Cortez & Flores, 2006: 47)

Por lo tanto, se define como señal todo elemento que transmite un mensaje con el propósito de orientar y dirigir de manera clara.

Una de las aplicaciones importantes es la señalización en los mapas de ubicación para orientación turística. "El mapa, el plano es la suposición de una forma de percepción y de conocimiento de lo singular y lo particular. El mapa o plano, se vuelve significativo mediante todos aquellos símbolos que faciliten una interpretación del contenido. Símbolos que representan situaciones que no existen en la realidad, como lo son las líneas divisorias de demarcación territorial, símbolos que establecen una valorización de las condiciones de las distintas calles, símbolos para edificios singulares como iglesias o museos. Así de una imagen nace una información.

Para la creación de un sistema de señalización es necesario tomar en cuenta varios aspectos. La legibilidad está relacionada directamente con el tamaño de la imagen y/o el texto. Adquiere

máxima importancia al facilitar la buena visión y la lectura. En cuanto a texto, a distancia las letras mayúsculas se leen con más facilidad que las minúsculas. Así también los símbolos son más legibles a una escala mayor.

El color es uno de los elementos más importantes del lenguaje visual, principalmente porque ayuda a captar la atención del espectador, además de reforzar el mensaje por la carga emocional y psicológica que producen los diferentes pigmentos.

El color está asociado con los fundamentos de la belleza, unidad, armonía, proporción, equilibrio, etc., y tiene además la cualidad de producir sensaciones de estímulo o descanso, alegría o tristeza, frío o calor.

La psicología del color estudia los extraordinarios efectos que un color puede producir en el ánimo de una persona, ya que se ha demostrado que las personas actúan de diferente forma, de acuerdo con los colores que les rodean.

- El color rojo, por ejemplo, sugiere calor, fuego, corazón, excitación, actividad, pasión, sangre, fuerza, impulso, peligro y revolución.

- El color amarillo, sugiere la luz del sol, alegría, acción, oro, arrogancia, voluntad,

poder, ciencia, espiritualidad, dinamismo, y es también ira, cobardía, envidia e impulso irreflexivo.

- El color azul designa infinidad, inteligencia, frío, recogimiento, paz, descanso, confianza, liberalismo, seguridad, languidez, y es el que mayormente expresa la sensación de frío; también puede significar desesperación y nobleza.

- El color verde es sinónimo de vegetación, humedad, calma, frescura, esperanza y sugiere primavera, amistad, realidad y equilibrio por su posición entre cálidos y fríos; también es celos, enfermedad cuando se manifiesta en la piel, e inexperiencia o falta de madurez.

- El color violeta representa aflicción, tristeza, penitencia, misticismo, profundidad y misterio; al ser mezclado con negro, desesperación, deslealtad, y miseria. El púrpura es pompa, realeza, dignidad y suntuosidad; también melancolía y delicadeza.

- Los colores pardos significan madurez, evocan el pasado, historia, antigüedad.

- El color blanco significa pureza, reposo, limpieza, inocencia, virtud y castidad.

- El color negro representa duelo, tinieblas, muerte y destrucción. El color gris es resignación y neutralidad. (Pérez, 2006: 28)

3.1.2 CAMPAÑA

La palabra campaña tiene un origen bélico, que designa actividades militares ininterrumpidas. Este término fue adoptado por la industria de la publicidad con el significado de “un plan extenso para una serie de anuncios diferentes, pero relacionados, que aparecen en diversos medios durante un período específico”. (Chavez, 2005: 1)

En otras palabras, una campaña es un conjunto de eventos programados para alcanzar un objetivo. Una campaña se diseña, como parte de una estrategia, para lograr un conjunto de objetivos y resolver algún problema crucial. Lo que hace que un grupo de mensajes constituya una campaña es su origen en una misma estrategia.

Tipologías de las campañas de comunicación:

Se clasifican en: comerciales, políticas, de acción social, de imagen, información e incentivación.

3.1.2.1 Comerciales

Las campañas comerciales son aquellas donde hay un interés económico explícito y son dedicadas a la comercialización de bienes y servicios. Estas a su vez se pueden clasificar en:

3.1.2.2 Políticas

A diferencia de las campañas comerciales en donde hay un interés económico explícito, existen las campañas en donde principalmente se promueven ideas, personas, ideologías, credos. A este tipo de campañas se les llama propaganda.

3.1.2.3 De acción social

También denominadas cívicas o de bien público. Se llaman así las campañas realizadas por entidades sin ánimo de lucro, por empresas que se colocan en un papel similar o instituciones gubernamentales. Con frecuencia los gobiernos, fabricantes o entidades de servicio a la comunidad o caritativas, u otras asociaciones, buscan cambiar actitudes mediante la oferta de satisfactores diferentes a un producto rentable: cultura, turismo, educación, salud. Sus fines son altruistas, invitan a obrar, a congregarse alrededor de causas importantes para conglomerados sociales: combatir la droga, fomentar los cuidados ecológicos, etc.; cuando son patrocinadas por una empresa, generalmente se debe a que ésta intenta “retornarle” a la sociedad parte de los beneficios que ha obtenido.

Entre estas campañas de acción social, están las de salud (preventivas, curativas o de crisis y mixtas) y educación.

3.1.2.4 Campañas de Imagen

Entre las campañas comerciales y de acción social y cívicas están las campañas de imagen institucional o corporativa. Algunas de sus manifestaciones pueden confundirse fácilmente con las cívicas, pero las diferencia el tener un interés comercial. Se hacen porque las empresas desean que su público tenga de ellas una imagen favorable, para obtener actitudes positivas hacia las mismas o hacia sus productos.

3.1.2.5 Campañas por su objetivo de imagen

Estas campañas intentan obtener una determinada actitud del público y consiguientemente un determinado tipo de imagen con atributos definidos.

3.1.2.6 Campañas por su objetivo de información

Estas buscan transmitir conocimientos de determinadas situaciones, ofertas, planteamientos, etc.

3.1.2.7 Campañas por su objetivo de incentivación

El objetivo es provocar una reacción positiva hacia la adquisición de una compra o servicio.

3.1.3 DISEÑO GRÁFICO

El Diseño Gráfico es una disciplina aplicada que ofrece soluciones visuales a problemas específicos en diversos campos como el editorial, los periódicos, la fotografía, la ilustración, el diseño corporativo, la tipografía, la publicidad y el diseño visual digital, la comunicación y la estética en los mensajes visuales. (Romero & Medrano, 2006: 47)

3.1.3.1 Las piezas gráficas

Comprenden desde la creación de un icono, de una marca, un logotipo, un eslogan (que son parte de la imagen corporativa), hasta la creación de un afiche, un trifoliar, un volante, etc. (que son materiales impresos), o el diseño de bolsas, calcomanías, gorras, playeras, etc. (que son materiales promocionales).

3.1.3.2 Afiche

A pesar de que fue el primer medio publicitario, no ha perdido vigencia, sino que ha ido evolucionando y adquiriendo mayor fuerza especialmente con el uso del fotomontaje y la digitalización. El afiche es un medio impreso formado de imágenes y tipografía.

Su medida estándar es de aproximadamente 18” de ancho por 24” de alto. Este puede ser colocado en puntos estratégicos, de manera que sea visto por el mayor número de personas disponibles.

3.1.3.3 Desplegable

Material impreso publicitario que constituye también un documento, por ser de tipo informativo; en éste se presenta mayor información que la que contiene un afiche. El desplegable es una sola pieza impresa en sus caras tiro y retiro, que al doblarse puede segmentarse en varios folios.

3.1.3.4 Infografía

El término Infografía se deriva del acrónimo de información y grafía. Es un término periodístico que tiene como objetivo informar de manera diferente, por medio de dibujos, gráficos, esquemas, estadísticas y representaciones. Por lo tanto, es un medio de comunicación que llega al receptor de forma visual. Nigel Colmes (como se cita en Manjarrez, 2005), uno de los infografistas más prestigiosos del mundo, define este término como: hacer entendibles los números, los procesos y los hechos.

Muchas veces se utiliza la infografía para poder explicar temas en los que se utilizan lenguajes técnicos, como en ciencias naturales, medicina, economía, etc., ya que se ha comprobado que el lector presta más atención a lo visual, y en especial a los infogramas. Para que las infografías lleguen a ser elementos bien estructurados, deben contar con un gráfico y pequeños textos explicativos. Como consecuencia, se hace más rápida la composición, haciéndolos más efectivos que un mapa un dibujo o una foto.

Existen diferentes tipos de infografía según el propósito que busquen:

3.1.3.4.1 Infografía Arquitectónica

Utilizada como medio explicativo o instructivo de inmuebles o puntos geográficos.

3.1.3.4.2 Infografía Cartográfica

Utilizada como parte de la señalización y ubicación de puntos geográficos y hoy en día es un complemento necesario de un atlas o mapamundi.

3.1.3.4.3 Infografía Instructiva

Tiene como propósito único el transmitir conocimiento. Su principal medio es el folleto impreso. Pero con mayor frecuencia, empieza a aparecer en medios digitales, Internet, CD, etc. (Manjarrez, 2005: 7)

3.1.3.5 Guía

Libro o folleto en el que se explican reglas que sirven para orientar a una persona.

La función de una guía turística es presentar a un país, sus lugares de atracción turística y cómo trasladarse a ellos. Consta de información detallada y verídica para que el turista tenga

acceso fácil hacia el lugar al que se dirige. Al hacer uso de una guía, la persona no sólo se moviliza con facilidad en un lugar desconocido, sino que a la vez se informa del modo de vida y costumbres del lugar, resaltando lugares importantes, servicios para el visitante tales como restaurantes, hoteles, bancos, correos, lugares de diversión y otros.

3.1.3.6 Mapa

Un mapa es una representación gráfica y métrica de una porción de territorio generalmente sobre una superficie bidimensional, pero que puede ser también esférica como ocurre en los globos terráqueos. El que el mapa tenga propiedades métricas significa que ha de ser posible tomar medidas de distancias, ángulos o superficies sobre él y obtener un resultado lo más exacto posible.

Los mapas constituyen hoy una fuente importantísima de información y una gran parte de la actividad humana está relacionada de una u otra forma con la cartografía.

3.1.3.6.1 Mapa turístico

A diferencia de un mapa geográfico, en el cuál sólo se destacan los accidentes geográficos de una parte de la tierra, el mapa turístico es menos complejo porque su objetivo esencial es destacar sitios atractivos de un país o región, sin descartar por supuesto algunos datos geográficos que son característicos de un país.

El contenido del mapa turístico es sencillo pues la información que se requiere debe ser corta y concisa. El tamaño es moderado para facilitar su uso y a la vez, los dobleces son poco complicados para un mejor manejo.

Se denomina centro histórico al núcleo urbano original de planeamiento y construcción de un área urbana, generalmente el de mayor atracción social, económica, política y cultural, que se caracteriza por contener los bienes vinculados con la historia de una determinada ciudad.

Así mismo, el centro histórico es base fundamental del movimiento económico no solo de la ciudad sino también del país, ya que en el mismo existen zonas destinadas al comercio de diversas y variadas mercancías. En estas zonas, los pequeños comerciantes, tanto de la ciudad como del interior de la república, se abastecen de los insumos necesarios para el desarrollo de sus actividades; esto hace que en dichas zonas el movimiento de dinero se haga en cantidades verdaderamente importantes, pero el centro histórico no es importante en cuanto a economía, pues estos barrios o zonas también se convierten en una atracción social y cultural, ya que dichos comercios que distribuyen mercancía al por mayor, se encuentran ubicados en bellos y antiguos edificios, que siguen conservando sus vínculos con la historia. (Álvarez y Monterroso, 1996: 51)

3.1.4.1 Ciudad de Guatemala

La Ciudad de Guatemala, la más grande de Centro América, está llena de tesoros culturales e históricos. A finales del siglo XVIII, el gobierno decidió trasladar la ciudad a su actual ubicación, ya que la región de Antigua Guatemala, en la que se encontraba en esa época, fue destruida por varios terremotos.

Es así que la actual ciudad posee cuatro joyas de la arquitectura colonial: la Catedral Metropolitana, el Palacio Presidencial (ahora Palacio Nacional de la Cultura), la antigua Oficina de Correos y la clásica Estación del Tren.

Llama la atención su trazado urbanístico en damero, el cual era un diseño urbano en donde se dividía el área en zonas rectangulares, siguiendo la tradición de todas las ciudades del país: Avenidas de norte a sur, calles de este a oeste.

La ciudad incluye además de cuatro plazas adicionales, para que también funcionaran como entradas a la ciudad. Estas a saber son: lado norte: Plaza San Sebastián; oriente, Plaza Vieja o Parque Colón; Sur, Plaza San Francisco; y, occidente, Plaza Nuestra Señora de Guadalupe.

Este diseño de ciudad tiene que ver con la configuración urbanística de aquella época, donde se consideraban cuatro tipos de planos: plano equirrectangular, en cuadrícula, ortogonal o en damero; plano lineal; plano radiocéntrico y plano irregular. Las ciudades coloniales, como las de Guatemala y otros dominios de la Corona Española en América, fueron erigidas usando un plano en damero, o sea una forma cuadrada, ajedrezada, cuyo

modelo obedecía a los de las urbes romanas construidas con base en la forma de cardo y decumanus: dos calles principales –el cardo (de norte a sur) y el decumanus (de este a oeste)– una cuadrícula de pequeñas calles que dividen la ciudad en manzanas y un perímetro amurallado con puertas de acceso.

El punto focal era el foro, por lo general situado en el centro de la ciudad, en la intersección del cardo y el decumanus.

Este espacio abierto rodeado de tiendas funcionaba como el lugar de reunión en las antiguas ciudades romanas.

En las antiguas ciudades coloniales en América funcionó como el emplazamiento de los principales edificios religiosos y cívicos, entre ellos, el Senado, la Oficina de Registro y la Basílica. Este tipo de planificación tiene la ventaja de que su parcelamiento es más fácil por la regularidad de las formas de las manzanas.

Dentro de la Ciudad de Guatemala se encuentra el Centro Histórico que comprende desde la 1ª calle Zona 1 a la 18 calle zona 1, y de la Avenida Elena a la 12 avenida, con zonas de amortiguamiento.

Dentro de este sector se encuentra el Paseo de la Sexta que va desde la 8ª calle a la 18 calle de la zona 1. En esta área se encuentra y se halla una riqueza cultural e histórica impresionante que comprende edificios, teatros, museos e iglesias, los cuales se presentarán a continuación gracias a una recopilación realizada por el Arq. Mario Maldonado (2010).

3.1.4.1.1 PASAJE AYCINENA

El Pasaje Aycinena es una obra neoclásica que data del año 1891. Los trabajos iniciaron el 11 de febrero, bajo la dirección del Arquitecto Luis Monzón y fueron finalizados en marzo de 1894.

El Pasaje Aycinena, un proyecto de tiendas que buscaba aprovechar al máximo la creciente demanda comercial de la manzana y de su entorno, sin dejar de mencionar la calidad que se había ganado con almacenes como La ciudad de París, Bauer y compañía, y el don Ángel Mattini.

Contaba con una entrada al norte y otra al sur, ambas guardadas en aquellos tiempos con grandes puertas de hierro.

La intención de la obra era comunicar el portal con la 9ª calle, a través de un paseo comercial y elegante, lo que se logró con una calle de cien varas de largo por diez varas de ancho. Tenía veintiséis tiendas o locales, veintidós de ellas se hallaban al centro y las cuatro restantes, en los ángulos que dan al portal y en la 9ª calle. Las que dan al centro constaban cada una de dos puertas y estas tiendas tenían su propia pieza de habitación en el altillo, con dos ventanas y balcones que también daban al centro. De esto se puede deducir que cada tienda poseía un tramo de escaleras y un servicio sanitario mínimo. La construcción tuvo un costo de 150,000 pesos plata.

3.1.4.1.2 TEMPLO DE SAN FRANCISCO

13 Calle 6-34, Zona 1. Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala.

La Orden Franciscana fue una de las primeras que vino al reino de Guatemala y una de las más importantes que se asentaron en estas tierras. El estilo arquitectónico es neoclásico.

Construida en 1851, la construcción fue dirigida por Miguel Rivera Maestre consagrándola con toda pompa. El Arquitecto Santiago Marqui fue su diseñador.

Fundada en 1851, es de estilo Neoclásico italiano, cuenta con 3 cuerpos monumentales y columnas estriadas compuestas.

El color gris la caracteriza, el techo es de bóveda de cañón y ventanas laterales ayudan en la iluminación. Tiene 18 altares con imágenes, las cuales son notables

por su arte y tradición, en los altares domina el estilo Jónico. La nave de gran amplitud presenta un crucero enorme en forma de cruz puesta sobre un pedestal.

Son famosos su altar mayor y la imagen de Cristo con que cuenta. El atrio es relativamente amplio. Tiene reja de hierro alrededor.

El templo Franciscano constituye uno de los más grandes monumentos erigidos en el siglo XIX en la Nueva Guatemala de la Asunción. El complejo es digno ejemplo neoclásico, influido por la eclosión Europea, en contraposición del barroco que prevalece en la Iglesia de San Francisco en Antigua Guatemala.

3.1.4.1.3 ELMA

Esquina 6ª avenida y 8ª calle. Arquitecto Carlos Asensio Wunderlich, 1950.

Estamos, de nuevo, ante una obra de Carlos Asensio Wunderlich, el único guatemalteco que desde 1975 es miembro honorario del Instituto Americano de Arquitectura (AIA por sus siglas en inglés). El Elma se alza nada más y nada menos que en la esquina formada por la Calle Real o Sexta Avenida con la 8ª calle o Portal de Comercio.

Una verdadera declaración de principios: la modernidad triunfante sobre el tradicional estilo neoclásico.

El programa arquitectónico de usos múltiples comprende un primer nivel de locales comerciales, cinco plantas para oficinas y un último nivel para dos apartamentos, todos con una vista envidiable al Parque Central, el Palacio Nacional y la catedral. Todo un espectáculo urbano.

Esta construcción nos proporciona una buena oportunidad para que empecemos a fijarnos en los elementos de control solar: en la fachada poniente se aprecia una serie de planos de aluminio, dispuestos en secuencia, cuya función es minimizar los rayos de sol vespertinos.

3.1.4.1.4 TELGUA

7ª avenida, entre 12 y 13 calles.
Arquitecto Pelayo Llarena, 1964.

Estamos ante un magnífico ejemplo de que la modernidad es mucho más que una intención estética abordada desde lo banal de la forma. La obra de Llarena evidencia un profundo compromiso por entender el entorno e interpretar sus condicionantes específicas, con el fin de abstraer toda esa información e integrarla a un todo que también tiene en cuenta los aspectos de la modernidad internacional.

De esta forma, alcanza la fusión de lo local y lo universal, sin necesidad de recurrir a elementos figurativos de fácil interpretación, lo que demuestra el magistral ejercicio del oficio de Llarena.

El inmueble se separa del nivel de la acera gracias a un juego de gradas que conducen al ingreso principal. Éste se encuentra en el centro de una plataforma que en el programa original estaba concebida como vestíbulo y área de exposiciones. El cuerpo del edificio se levanta sobre columnas de tipo pilote forradas de mármol negro. Una gran celosía de concreto, diseñada tomando en cuenta el ángulo de incidencia solar, controla el clima en el interior de las oficinas. En la terraza una secuencia de cáscaras curvas complementa la composición

3.1.4.1.5 TORRE DE ESTACIONAMIENTO

Esquina 11 calle y 5ª avenida.
Diseño arquitectónico: Fernando Ríos y Carlos Palacios.
Cálculo estructural: Jorge Coronado y Enrique Azmitia, 1972.

En esencia éste es un edificio dedicado a uno de los protagonistas más emblemáticos de la modernidad: la máquina de la movilidad, el automóvil.

La organización espacial dispuesta por los arquitectos coloca el sistema de rampas en un cilindro que enfatiza la esquina y que se convierte en un hito urbano (en el sentido de que este elemento es una referencia para ubicarse en el centro de la ciudad).

Observen el cuidado con el que está diseñada la losa reticular con centro en el módulo del elevador.

Éste se halla dentro de un cilindro menor de color rojo que, adicionalmente, contribuye en el aspecto estructural. Para hacer las veces de pavimento se usa piedra bola de río, mientras que en el vestíbulo se emplea piedra morlón.

3.1.4.1.6 EDIFICIO LA PERLA

6ª Avenida, 9ª calle de la zona 1 de Guatemala. Centro Histórico, 1928.

Edificio construido en 1927, diseñado por Whilhem Krebs, de la oficina de Roberto Hoegg, ubicado en la esquina de la 9ª calle y 6ª avenida de la zona 1. Es de las primeras construcciones multifuncionales, en el primer nivel se encuentran grandes almacenes, los pisos superiores se destinan a apartamentos.

En su tiempo, el edificio La Perla fue uno de los más altos de la ciudad de Guatemala, junto con el Pasaje Rubio y las torres en reconstrucción de las iglesias. Fue diseñado por los también alemanes Roberto Hoegg, Wilhelm Krebs y Antón Holzheu. En la obra se recurrió al concreto reforzado y a una decoración plenamente Art Decó, con una torrecilla cilíndrica en la esquina que marcó el eje urbano y el significado del sexteo.

Hoegg había llegado para realizar la construcción del Banco Nottebohm (actual Contraloría de Cuentas, 5ª avenida y 10ª calle), por su experiencia en el manejo del concreto en su país de origen y, por ello, le acompañaron Krebs y Holzheu. El edificio La Perla fue concluido en 1927. En el primer nivel, además del almacén La Perla, estuvieron Biener y Mi Amigo, también comercios de alemanes.

Desde la finalización de La Perla, se convirtió en un sitio de referencia en la ciudad de Guatemala, por la calidad de las piezas de precisión, porcelana y joyería que expendía, así como por ser uno de los sitios más frecuentados por los consumidores de alta capacidad económica y por los curiosos que observaban la decoración de las vitrinas, especialmente en la época en que se establecían competencias, patrocinadas por la municipalidad capitalina.

3.1.4.1.7 EDIFICIO BANCO NOTTEBON

5ª Avenida, 10ª calle de la zona 1 de Guatemala. Centro Histórico, 1935.

Construido en 1937, diseñado por Rodolfo Bader, de la oficina de Roberto Hoegg, ubicado en la 5ª avenida y 10ª calle de la zona 1. En el primer nivel se encuentran el área de cajeros, en el segundo nivel las otras oficinas administrativas del

banco. Es un edificio con estructura de concreto armado, donde se evidencia el sobrediseño que se hacía de las estructuras por desconocimiento de la intensidad de los sismos. Formalmente, es un gran cubo, con un elemento cilíndrico que destaca el ingreso, utiliza elementos cerámicos como elementos decorativos, presenta un sobrio y racional manejo de los elementos formales. El primer nivel lo constituye un gran vestíbulo que sirve de espacio de espera para el área de cajeros, en el segundo nivel los ambientes se distribuyen alrededor de un patio central. Da la sensación de ser un edificio resistente, que contiene una sólida institución.

3.1.4.1.8 EEGSA

El edificio construido para alojar las oficinas centrales de la Empresa Eléctrica ocupa uno de los escenarios más ajetreados de la vida ciudadana. En la distribución original de los lotes por las autoridades de la Corona, el predio comprendía desde el terreno de la actual Empresa Eléctrica hasta la institución bancaria, en el poniente. Los funcionarios designaron el espacio para la construcción de la vivienda de los ministros de la Real Audiencia, ya que el Real Palacio, sede de la Audiencia, Real Acuerdo y otras oficinas administrativas estaba enfrente, en el espacio que actualmente ocupan el Parque Centenario, el edificio de la Biblioteca Nacional y el antiguo edificio del Instituto de Previsión Militar.

Cuando Larraondo era el propietario, la vivienda fue ocupada en alquiler por uno de los personajes más importantes en la política guatemalteca, el presidente Justo Rufino Barrios, quien la utilizó como residencia particular durante su gestión, desde 1873 hasta su muerte, en

1885, tiempo durante el cual la calle había recibido el nombre de 30 de junio y, a partir de 1877, el nombre de Sexta Avenida.

Después de los terremotos de 1917 y 1918, se levantó el actual edificio de la Empresa Eléctrica, a cargo del ingeniero Luis Schlessinger Carrera. El edificio fue construido con base en una estructura de hierro remachada y concreto, con un diseño realizado en Estados Unidos y adaptado para el entorno guatemalteco. Se inauguró en 1924. Su aspecto exterior fue decorado sobriamente, con diseños inspirados en el Art Decó y se colocó un rótulo luminoso que se convirtió en uno de los atractivos a visitar en la Sexta Avenida. La primera planta fue destinada a la atención al público de la empresa y contó con locales comerciales, entre los que destacó la librería La Lectura y la venta de cajas registradoras de don José Azmitia, uno de los líderes contra el gobierno de Manuel Estrada Cabrera.

3.1.4.1.9 HOTEL ROYAL PALACE

Se encuentra ubicado en la 6ª avenida 12-66 zona 1, sobre una de las principales avenidas del Centro Histórico de Guatemala, área comercial del país.

Este es un edificio construido en 1923, destinado a ser hotel, dentro de los ambientes se encuentran aquellos destinados a habitaciones, salones que se utilizan como salas, comedores, etc., al parecer es el primer edificio construido específicamente para ser un hotel. Utiliza concreto armado para la estructura portante.

Formalmente es un gran cubo, que emplea decoraciones con influencia románticas, en cornisas, remates de puertas y ventanas. La distribución espacial se logra a través de un patio central rodeado por corredores, estando comunicados todos los ambientes de esta manera.

3.1.4.1.10 HOTEL PANAMERICAN

9ª Calle, 5ª y 6ª avenida de la zona 1 de Guatemala. Centro Histórico.

Los propietarios originales del solar que ocupa el actual hotel Panamerican fueron Antonio Urruela Urruela y Valle y María Teresa Jacoba de Urruela y Urruela. Después de los terremotos de 1917 y 1918, se levantó el actual edificio, bajo la dirección del ingeniero Giracca.

El edificio, destinado al hotel Astoria, fue diseñado en torno a un amplio salón para recepciones, con las habitaciones alrededor, que cuentan con balcones hacia la Sexta Avenida y la 9ª calle. La decoración original pertenecía al movimiento del Art Decó, que surgió como un arte elitista en 1925 y que se inspiró en la belleza de las figuras geométricas que se requería para el diseño de maquinaria industrial. A diferencia del anterior movimiento, el Modernismo, el Art Decó revalorizó la estética surgida de las máquinas y la riqueza que generaban.

Los seguidores del Art Decó buscaron inspiración en temas exóticos para Europa, como las culturas orientales, y en América, en el pasado arqueológico.

Se atribuye la introducción del Art Decó en Guatemala al arquitecto, graduado en Francia, Rafael Pérez de León, quien participó en la construcción de la Aduana, la Casa Presidencial y Sanidad, además del Palacio Nacional. En este hotel se alojaron importantes personalidades de la época, entre las que destacan los equipos arqueológicos que exploraron el territorio guatemalteco, como Sylvanus Morley.

3.1.4.1.11 PASAJE RUBIO

La construcción del Pasaje Rubio se inicia en la Ciudad de Guatemala en el año de 1928 -después de los pasajes Aycinena y Enríquez- por parte de los hermanos Enrique y Miguel Rubio Zirión. Este proyecto, inspirado en los grandes pasajes que se habían dado en el siglo XIX en Europa, consistía en un lujoso edificio comercial y habitacional con un pasaje peatonal en el medio. Para la construcción de este inmueble, los Hermanos Rubio disponían de una porción de terreno ubicada al frente de la Plaza Mayor que tenía comunicación con la Sexta Avenida y la Octava Calle (Portal del Comercio).

Con el afán de realizar una obra de mayor envergadura, los Rubio adquieren en arrendamiento otra porción de terreno en la misma manzana con salida directa a la Novena Calle.

Una de las primeras referencias que se tienen de la parte del Pasaje Rubio que da a la Novena Calle es la inauguración del bar y restaurante El Portalito, ubicado al final del corredor de la Novena Calle. Con esto se presume que los trabajos de construcción de este inmueble habían finalizado: "... uno de los lugares más emblemáticos del Pasaje Rubio y de la Ciudad de Guatemala es el bar El Portalito, el cual fue fundado en 1932 por Esteban Jiménez."

Los años treinta fueron la época de oro del Pasaje Rubio. Era uno de los lugares más exclusivos para comprar en la ciudad de Guatemala pues estaba conformado por comercios de gran prestigio que ofrecían productos y servicios de gran calidad siguiendo las tendencias de las grandes ciudades de Europa. Comprar en el Pasaje Rubio era sinónimo de buen gusto, clase y distinción.

3.1.4.1.12 EDIFICIO ENGEL

6ª Avenida, 11 calle de la zona 1 de Guatemala. Centro Histórico, 1935.

El Edificio Engel, 1953 (6ª Avenida y 11 Calle), fue diseñado y construido por Jaime Man Willard y Joaquín Olivares. En esta época todos los edificios de esquina eran el lugar ideal para el expresionismo.

Este edificio consta de 6 niveles, el primer nivel es utilizado para el comercio, mientras los 4 niveles restantes son utilizados para apartamentos, el último nivel es utilizado como penthouse. Tiene un sótano que es utilizado para una subestación eléctrica y la extracción de basura.

Estos apartamentos tienen una dimensión aproximada de 10.00 x 10.00 m. Consta de 38 apartamentos más una terraza. Se pueden observar 5 estilos de apartamentos diferentes.

La circulación vertical está definida por un ascensor y un módulo de gradas de un diseño muy interesante que se encuentra enfrente del ascensor. Las gradas tienen un ancho de 1.50 m, siendo una circulación muy cómoda.

La estructura del edificio está definida por marcos estructurales de 4.50 x 4.50 m y columnas de 0.45 x 0.45 m. La losa es plana de armado tradicional como se logra ver en la terraza y en el interior del edificio.

3.1.4.1.13 CINE LUX

6ª Avenida, 11 calle de la zona 1 de Guatemala. Centro Histórico, 1936.

Se inició su construcción en 1935, diseñado por Rodolfo Bader, de la oficina de Hoegg, ubicado en la 6ª avenida y 11 calle de la zona 1, es un majestuoso teatro con una amplia luneta y galería. Emplea estructuras de concreto armado, que cubren amplias luces. Presenta una serie de juegos de volúmenes, cilindros y cubos, dándole un gran dinamismo a la fachada, también emplea elementos decorativos geométricos que refuerzan el movimiento en la fachada. El vestíbulo central es el elemento integrador de los espacios, por él se accede a la gran sala y se sube al palco. Es un edificio ubicado en la principal avenida de la época que causó un gran impacto por su destacada presencia urbana.

La sexta avenida, su tradición y abolengo, recibió un fuerte complemento en 1936, cuando se verificó la inauguración de uno de los edificios más impresionantes de “La sexta”, el teatro Lux. Obras de los ingenieros Hoegs y Domergue, el cual entra en la corriente Arte Decó, propia de la época de su ejecución.

En 1936, la tradición primordial de la sexta avenida era el paseo por sus calles, denominado el “sexteo” muy mencionado por nuestros padres y abuelos que fue para ellos una costumbre simbólica en la época de oro de la ciudad de ese entonces, el cual se complementó con la inauguración de este edificio tan renombrado, no solo por la novedad del uso que este brindaba sino por la magnificencia de la fachada Art Decó, propio de la época, sobre todo con la iluminación que se aprecia en su primera función de estreno “ALLÁ EN EL RANCHO GRANDE”.

De esta manera el teatro-cine Lux empezó a cumplir con su función, pero lo innegable es que se coló en el alma de la ciudad formando parte de su patrimonio.

La monumental obra empezó a perder su función de teatro, convirtiéndose en pequeñas salas de cine que solo tenían un interés de conveniencia comercial.

3.1.4.1.14 PALACIO DE CORREOS Y TELÉGRAFOS

Entre 7ª y 8ª Avenida, 12 Calle, zona 1, Centro Histórico de Guatemala.

El edificio que ocupa la Dirección General de Correos y Telégrafos fue construido entre 1937 y 1940, durante el gobierno de General Jorge Ubico. Su diseño combina varios estilos, razón por la cual se ubica dentro del eclecticismo, aunque el predominante es el colonial. Su característica principal la constituye el arco sobre la 12 calle, inspirado en el Arco de Santa Catalina de La Antigua Guatemala.

En 1937, el entonces presidente de Guatemala, Jorge Ubico, ordenó la construcción de este edificio que, a partir de su finalización en 1940, sería conocido como Palacio de Correos y Telégrafos, diseñado para albergar sus oficinas.

Hoy, a este conjunto de dos cuerpos unidos por un puente, se le llama Centro Cultural Metropolitano, donde en un área aún funciona la empresa canadiense de correos.

En el resto de la edificación tienen su sede entes culturales como ADESCA, el Ballet Folclórico, la Escuela Municipal de Pintura, Kadejo, la Casa de la Cultura Nacional, la compañía de teatro Rayuela, el taller de pintura Torana y Caja Lúdica.

Este monumento fue diseñado por Rafael Pérez de León y Enrique Riera, en los años 40 del siglo XX, los mismos que diseñaron el Palacio Nacional de Guatemala y el de la Policía Nacional Civil, construidos durante el régimen de Jorge Ubico.

Pero a pesar de ser herencia de una era dictatorial, recorrer estos patios, jardines y pasillos es una experiencia que recuerda una época de ritmo pausado. Su amplitud invita a la observación, pues la riqueza de las decoraciones interiores, así como los juegos de luces y sombras, surgidos gracias a sus generosas dimensiones, evitan ser captados con una ojeada. Otra de sus características es que a pesar de estar en el corazón del Centro Histórico capitalino, el ambiente del edificio es tan silencioso.

3.1.4.1.15 PALACIO DE LA POLICÍA NACIONAL

6ª Avenida, 15 Calle, zona 1. Centro Histórico de Guatemala.

El complejo arquitectónico del templo y convento de San Francisco de la Nueva Guatemala constituye uno de los más grandiosos monumentos erigidos durante el siglo XIX en esta ciudad. Es un ejemplo digno de la arquitectura de estilo Barroco, el cual se ha visto sometido a deterioro y destrucción, con el paso del tiempo la persecución desatada por el general Francisco Morazán - que gobernó al país entre 1,830-38 - repercutió en los templos de Guatemala y en particular en el de San Francisco, este es uno de los monumentos históricos más importantes en cuanto al estilo neoclásico.

Tuvieron que transcurrir 51 años para completar su construcción, pues se

inició en 1800 y fue consagrado en 1851, posee la forma de una cruz latina con su pedestal. Durante la dictadura de Jorge Ubico se trasladó a este sitio el cuartel No. 1 de la Policía Nacional.

Los terremotos que sacudieron a la ciudad de Guatemala en la segunda década de 1900, repercutieron en el edificio destinado inicialmente para convento de los Hermanos Franciscanos, por lo que en 1935 este terreno fue elegido para la construcción de la Dirección General de la Policía Nacional, quedando del convento original una parte considerable que daba a la séptima avenida.

Por disposición del presidente de la República, la Tesorería Nacional procederá a la construcción de la dirección general de la Policía Nacional en el amplio predio, en donde existían las oficinas de correos y telégrafos, situadas en la 6ª avenida sur de la parte comprendida del templo de San Francisco a la 14 calle de la zona 1, con fondo hasta el callejón Concordia. Se utilizará en su construcción ladrillo, cemento y hierro, y estará dotado de todos los departamentos necesarios para una dependencia de tanta actividad y movimiento como lo es la dirección general de la Policía. Está planificado por dos pisos en la parte del frente y tres pisos en la parte de atrás. La estructura del edificio es de 3 y 4 pisos y 5 con las torres que dan a la 14 calle, siendo la altura mayor de la torre que da al Callejón Concordia de 28 metros y 28.5, estando todo el edificio revestido de imitación de piedra en distintos tonos. Todo este conjunto abarca un área aproximada de 3,500 metros cuadrados.

En 1942, se dan por concluidos los trabajos en el Palacio de la Policía, inaugurándose el 10 de noviembre de dicho año.

3.1.4.1.16 EDIFICIO PAN AM

En 1971 se terminó de construir el actual edificio Pan Am, su nombre se debe a que la línea aérea Pan Am ocupó la planta baja y varios niveles. En 1979, época de la guerrilla, el edificio sufrió un atentado de bomba que consumió la planta baja de las oficinas de Pan American. Por seguridad Pan American trasladó sus oficinas al 2 nivel hasta que esta compañía se declaró en bancarota.

3.1.4.1.17 CASA IBARGÜEN

Este inmueble, edificado a finales del siglo XIX, cuenta con altas puertas de madera maciza, azulejos art-nouveau que visten los corredores y los suelos de mosaico estilo veneciano que cubren los baños; este espacio no aspira a vivir de nostalgias y, lejos de ensimismarse en la herencia de su belleza, se ha convertido en un lugar rebotante de vida gracias a los ensayos de teatro, las clases de música y las galerías de arte.

La casa originalmente perteneció a la Familia Beltranena, al estilo de una casona colonial. De acuerdo a la información recabada en escrituras públicas y contratos, en 1903 el Banco de Occidente construyó el actual inmueble, el cual en 1905 se convirtió en propiedad del señor Juan Bautista Vásquez, quien, en 1906, la traspasó a doña Marcelina Uribe en pago de una deuda. La familia de doña Marcelina, colombianos de origen vasco, pertenecían al partido conservador en Colombia, y con el triunfo del movimiento liberal decidieron salir de tal país. En la Ciudad de Guatemala, eran de las más familias más respetables pues eran adinerados.

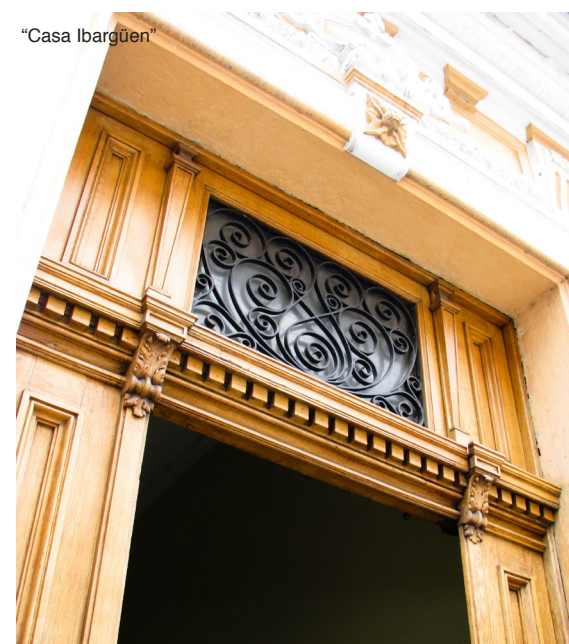
Doña Marcelina contrajo matrimonio con el español Rufino Ibargüen, con quien tuvo once hijos. A la muerte de los padres, dos de ellos, Dolores y Alfonso heredaron la casa. Fue a mediados de los años cuarenta que Dolores compró los derechos del inmueble a Alfonso y permaneció en ella hasta su muerte, en los años 80. Es por esto que, antes la casa también era conocida como Casa Lola.

Existe una leyenda alrededor de este inmueble, uno de los hermanos de doña Dolores estaba convencido que en alguno de los cuartos del inmueble se encontraba escondido el tesoro de la familia Beltranena y durante años excavó el terreno.

Actualmente, Casa Ibargüen funciona como anexo al Centro Cultural Metropolitano y es el escenario de distintos tipos de expresión artística y cultural.



"Casa Ibargüen"



3.2 CONCEPTO CREATIVO

3.2.1 Mapa mental

Es un instrumento de exploración que tiene como objetivo la exploración y ordenamiento de situaciones desconocidas. Es apropiado para establecer una conjetura o hipótesis mediante la cual se estructura la estrategia de abordaje de un problema de diseño. (Cabrera, 1998: 3)

Un Mapa mental se elabora de la siguiente manera:

1. Se parte de un esquema o boceto del contexto de uso del producto, no importa cuán burdo o rudimentario sea el boceto.
2. Se bocetan o anotan soluciones probables para cada problema. Asimismo se identifican todos los factores relacionados con las ideas anteriores. De esta forma se descubren interconexiones y ramificaciones no visibles, así como los aspectos en que hay que profundizar.
3. Se evita al inicio del proceso ordenar las ideas; éstas deben bocetarse o anotarse tan caóticamente como vengan a la mente y colocarse radialmente en el boceto.
4. Cada idea colocada en el mapa mental puede ser a su vez centro de un nuevo conjunto de nuevas ideas. De esta manera, a medida que se alejan del boceto se va estableciendo una jerarquización entre las ideas.
5. El mapa mental se realiza filtrando toda idea por las cuatro esferas del diseño y sus factores. (Al presentarlo pueden emplearse distintos colores o superponer acetatos para cada esfera).

Comentarios:

- El mapa mental puede elaborarse tanto individual como grupalmente.
- Cuando se realiza en grupo debe tenerse cuidado en que el papel del conductor no sea impositivo, pues limita la producción de ideas. Una forma intermedia puede ser que cada participante trabaje individualmente y posteriormente a partir de los individuales se elabore un mapa del grupo.
- Esta técnica es muy apropiada para la exploración de situaciones desconocidas (no sólo en diseño sino también en muchas otras), puesto que va siendo una tormenta de ideas según van siendo sugeridas unas por otras, sin tener que ocupar la atención en el modo de ordenar la información.
- El mapa se completa y reelabora como lo demande el propio proceso de trabajo.
- Si el mapa mental se elabora en dimensiones apropiadas y se coloca a la vista en el lugar de trabajo, tiene la ventaja de ubicar rápidamente al usuario en las complejidades del tema.

3.3 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Promover el interés por la historia de la arquitectura y arte que conforman el paseo.

Estrategia: Diseñar material para los medios de difusión del Paseo de la Sexta.

Táctica: Elaborar material para carteleras de la sexta, material para las redes sociales y la página web.

- Promocionar piezas artísticas icónicas y edificios históricos del Paseo de la Sexta como símbolos de identidad ciudadana.

Estrategia: Destacar los elementos más importantes por su valor artístico y cultural del Paseo de la Sexta.

Táctica: Investigar sobre cada lugar que podría ser relevante sobre la sexta, seleccionar los lugares más relevantes, diseñar un desplegable / mapa como soporte, elaborar un layout para las carteleras.

- Informar al ciudadano guatemalteco acerca de los puntos de comercio y servicios dentro del Paseo de la Sexta.

Estrategia: Graficar rutas de acceso para los puntos comerciales.

Táctica: Graficar el recorrido seleccionado que contenga todos los puntos de interés a través de un mapa.

3.4 BOCETAJE

Los niveles de visualización son las etapas a través de las cuales se fue llevando el trabajo de diseño hasta llegar a la propuesta final.

El primer nivel de visualización consistió en hacer un mapa mental y seleccionar un concepto para desarrollar 8 propuestas diferentes y presentar estas propuestas a un grupo de expertos.

En el segundo nivel de visualización se seleccionaron 3 propuestas diferentes para trabajar más detalles y presentarlas al grupo objetivo.

En el tercer nivel de visualización se escogieron dos propuestas para presentarlas al focus group, quienes según su criterio ayudaron a escoger la propuesta final.

3.4.1 Primer nivel de visualización

Durante el primer proceso de bocetaje se presentaron 8 propuestas en donde el concepto se reflejaba de diferentes formas: podía ser por medio del color de las fotos, colocándolas todas en escala de grises y sólo las que representaban la anomalía en color, en otras palabras el bloque de color rompía la secuencia de las fotos en el diseño, también se manejaron diseños colocando algunas burbujas de texto para desplegar la información.

3.4.2 Segundo nivel de visualización

Se trabajó en la portada de las propuestas, diseñándolas con cuadrados sólidos de colores, en cuyo diseño la anomalía se presentaba con una foto interrumpiendo la secuencia de cuadrados de color. El uso de fotografías en close up también se utilizó como una forma de anomalía, para llamar la atención del grupo objetivo.

Con la primera validación, se llegó a la conclusión de que el grupo objetivo prefiere las fotografías de la construcción completa en lugar de un close up, y que la preferencia por los mosaicos es mucho más fuerte entre el público.

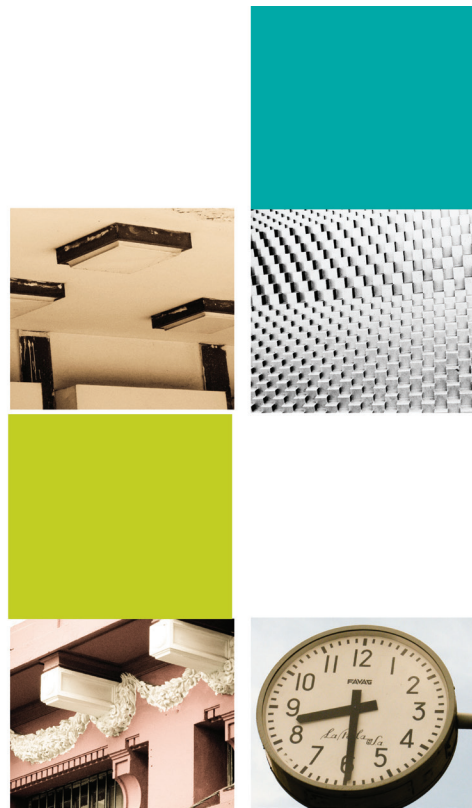
Además, el grupo objetivo considera más práctico disponer de una sola guía que incluya todos los puntos de interés, en vez de tener guías temáticas separadas, pues es estorbo durante las visitas a distintos lugares.

Durante la socialización con los expertos se definió que la propuesta que incluye banners en los títulos era la opción más legible a pesar de ser bastante extensa. Este elemento permitía que la lectura fuera agradable. Entre este grupo de expertos, la propuesta de fotografías que más gustó fue la compuesta por los detalles arquitectónicos del Paseo. Sin embargo, al comparar esta opinión con la del grupo objetivo se identificó que éstos últimos prefieren las fotos más explícitas de los lugares, ya que no están acostumbrados a este tipo de fotografías y percibían que no se les estaba comunicando nada.

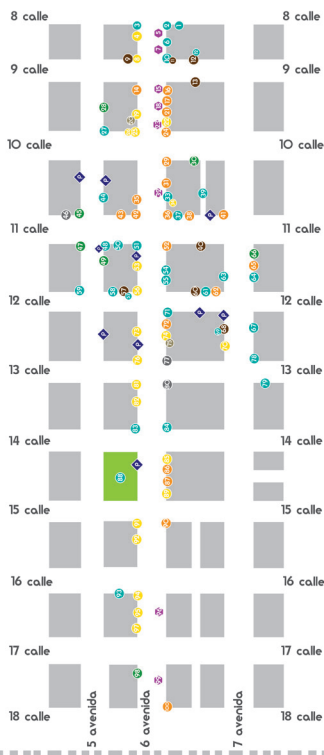
PROPUESTA 5



paseo de la sexta



100 LUGARES QUE VER EN EL PASEO



- PASAJE RUBIO**

Este proyecto, inspirado en los grandes pasajes que se habían dado en el siglo XIX en Europa, consistió en un lujoso edificio comercial y habitacional con un pasaje peatonal en el medio. Una de las primeras referencias que se tienen de la parte del bar y restaurante El Portillo. Los años treinta fueron la época de oro del Pasaje Rubio. Era uno de los lugares más exclusivos para comprar en la ciudad de Guatemala. Comprar en el Pasaje Rubio era sinónimo de buen gusto, clase y distinción.
- EDIFICIO LA PERLA**

Es de las primeras construcciones multifuncionales, en el primer nivel se encuentran grandes almacenes, en los pisos superiores se destina a apartamentos. Desde la finalización de La Perla, se convirtió en un sitio de referencia en la ciudad de Guatemala, por la calidad de las piezas de precisión, porcelana y joyería que expendía, así como por ser uno de los edificios más frecuentados por los consumidores de alta capacidad económica.
- EDIFICIO ENGEL**

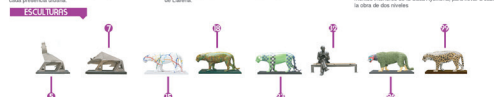
Fue diseñado y construido por Jaime Mir Willard y Joaquín Chivares. En esta época todos los edificios de esquina eran el lugar ideal para el expresionismo. Este edificio consta de 6 niveles, el primer nivel es utilizado para el comercio, mientras los 4 niveles restantes son utilizados para apartamentos, el último nivel es utilizado como penthouse.
- CINE LUX**

Es un majestuoso teatro con una amplia junta y galería. Presenta una serie de fachada, también emplea elementos decorativos geométricos que refuerzan el movimiento en la fachada. El vestíbulo central es el elemento integrador de los espacios por el se accede a la gran sala y se sube al palco. Es un edificio ubicado en la principal avenida de la época que causó un gran impacto por su destacada presencia urbana.
- TELGA**

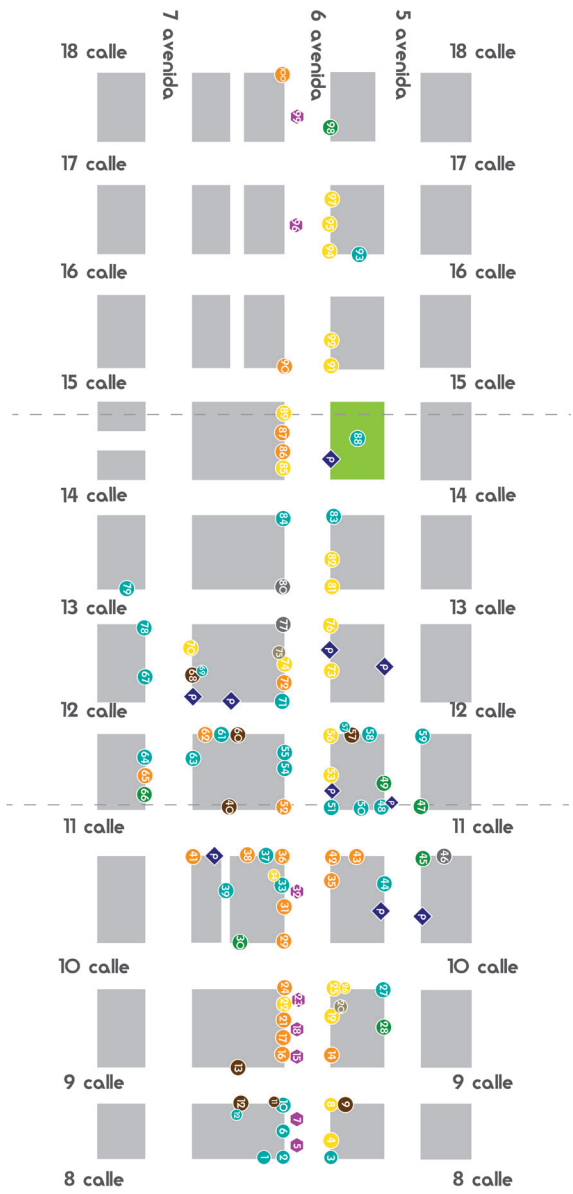
La obra de Llerena evidencia un profundo compromiso por entender el entorno e interpretar sus condicionantes específicas, con el fin de abstrair toda esa información e integrarla a un todo que también tiene en cuenta los aspectos de la modernidad internacional. De esta forma, alcanza la fusión de lo local y lo universal, sin necesidad de recurrir a elementos figurativos de fácil interpretación, lo que demuestra el magistral ejercicio del oficio de Llerena.
- PASAJE AYCINENA**

El Pasaje Aycinena, un proyecto de fachadas que buscaba aprovechar al máximo la creciente demanda comercial de la manzana y de su entorno, sin dejar de mencionar la calidad que se había ganado con almacenes como La ciudad de París, Bauer y compañía, y el don Angel Mattari. Contaba con una entrada al norte y otra al sur, ambas guardadas en aquellos tiempos con grandes puertas de hierro. Se tomaron varios departamentos interiores de la Casa Aycinena, para llevar a cabo la obra de dos niveles.
- PALACIO DE CORREOS**

Fue construido entre 1937 y 1940, durante el gobierno de General Jorge Ubico. Su diseño combina varios estilos, razón por la cual se ubica dentro del eclecticismo, aunque el predominante es el colonial. Su característica principal la constituye el arco sobre la 12 calle, inspirado en el Arco de Santa Catalina de La Antigua Guatemala. A partir de su finalización en 1940, sería conocido como Palacio de Correos y Telégrafos, diseñado para albergar sus oficinas.

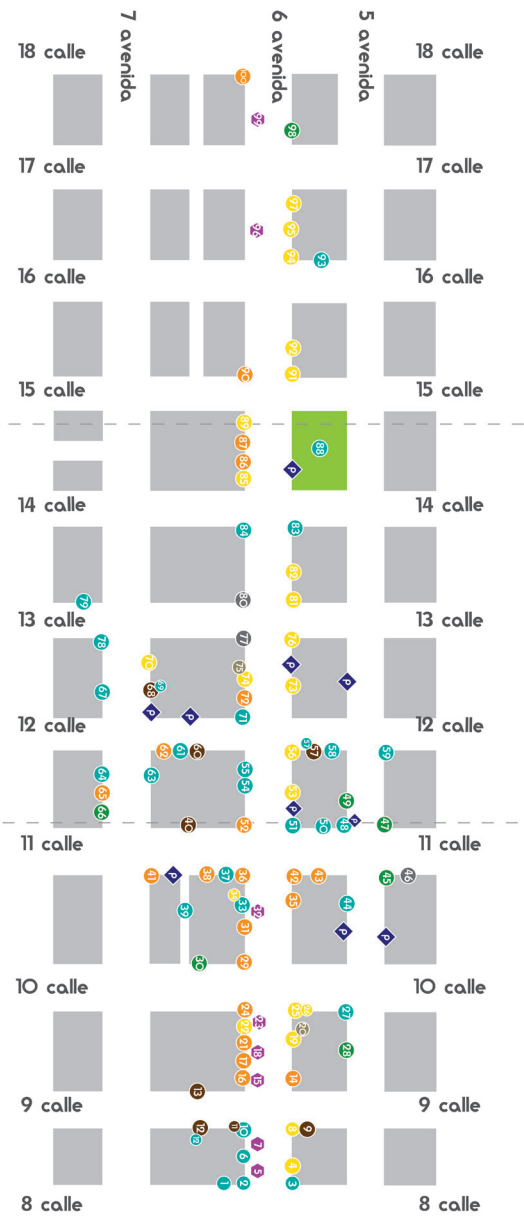


- ESCULELOS**
- LUGARES HISTÓRICOS Y CULTURALES**
- RESTAURANTES**
- CAFÉS & BARES**
- COMERCIOS**
- BANCOS**
- IGLESIAS**
- CAJEROS**
- ESCUULTURAS**

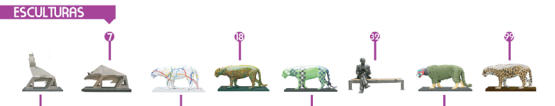


- RESTAURANTES**
- CAFÉS & BARES**
- BANCOS**
- IGLESIAS**
- CAJEROS**
- ESCUULTURAS**
- COMERCIOS**
- LUGARES HISTÓRICOS Y CULTURALES**

PROPUESTA 6



100 LUGARES QUE VER EN EL PASEO



- ### LUGARES HISTÓRICOS Y CULTURALES
- 1 Portal del Comercio
 - 2 Edificio ELMA
 - 3 EEGSA
 - 4 Pasaje Rubio
 - 5 Edificio La Perla
 - 6 Pasaje Aycinena
 - 7 Contraloría
 - 8 Radio Nuevo Mundo
 - 9 Edificio Engel
 - 10 Callejón de Tasso
 - 11 Torre de Edificio de Edificio
 - 12 Trasciende
 - 13 Galería Incubador
 - 14 Cine Lux
 - 15 Edificio Pan Am
 - 16 Edificio Aycinena
 - 17 N.O.A.
 - 18 Galería N.O.A.
 - 19 Trasciende
 - 20 Edificio Herrera
 - 21 Casa Ibargüen
 - 22 Casa de Correo
 - 23 TELGUA
 - 24 Galería Es Centro
 - 25 Museo de los Invisibles
 - 26 Club Guatemala
 - 27 Parque Gómez Carrillo
 - 28 NACIF
 - 29 Palacio de Gobernación
 - 30 Galería Gómez Carrillo
 - 31 Galería El Túnel

- ### RESTAURANTES
- 14 El Barquito
 - 16 Café Bravissimo
 - 17 Cerviches La Sexta
 - 20 La Jugueteria
 - 21 Cervezas
 - 22 Cervezas
 - 23 POPS
 - 31 Café casa
 - 35 A.A.
 - 36 El Libro Comer
 - 38 Café Chocolate
 - 41 CIAO
 - 49 POPS
 - 43 Rey Sol
 - 52
 - 62
 - 65
 - 72 Fu Lu Sho
 - 86 A.A.
 - 87
 - 96
 - 98

- ### CAFES & BARES
- 9 El Barquito
 - 11 Café Bravissimo
 - 12 Cien Puertas Capuchinos La Luna Oveja Negra Bar Concordia
 - 13 Jack's Place
 - 14 Café de Tasso
 - 15 N.O.A.
 - 44
 - 68 Bar Central

- ### COMERCIOS
- 4 CHIC
 - 8 Hotel Panamericano
 - 10 La Jugueteria
 - 20 La Jugueteria
 - 23 Plaza Vivar
 - 26 Paraderia Berna
 - 31 Casa Música
 - 33 Distefano
 - 36 Perfumeria
 - 38 Hotel Maya Excelso
 - 41 elektra
 - 43 Centro Capitol
 - 46 Hotel Royal Palace
 - 51 La curacao
 - 53 Almacén El Siglo
 - 55 Almacén Neymán
 - 57 Optica
 - 59 Shoe Depot
 - 70
 - 74 Calzado Modelo
 - 76 Planet Shoes
 - 77 Tic Tac

- ### BANCOS
- 28 B.M.
 - 36
 - 45
 - 47
 - 49
 - 56

- ### IGLESIAS
- 46 Iglesia
 - 77 Iglesia Santa Clara
 - 80 Iglesia San Francisco

- ### CAJEROS
- 25
 - 75

PASAJE RUBIO

Este proyecto, inspirado en los grandes pasajes que se habían dado en el siglo XIX en Europa, consistió en un edificio comercial y habitacional con un pasaje peatonal en el medio. Una de las primeras referencias que se tienen de la parte del Pasaje Rubio que da a la Novena Calle es la inauguración del bar y restaurante El Portillo. Los años treinta fueron la época de oro del Pasaje Rubio. Era uno de los lugares más exclusivos para comprar en la ciudad de Guatemala. Comprar en el Pasaje Rubio era sinónimo de buen gusto, clase y distinción.

EDIFICIO LA PERLA

Es de las primeras construcciones multifuncionales, en el primer nivel se encuentran grandes almacenes, en los pisos superiores se destinan a apartamentos. Desde la finalización de La Perla, se convirtió en un sitio de referencia en la ciudad de Guatemala, por la calidad de las piezas de porcelana, cerámica y joyería que expendía, así como por ser uno de los sitios más frecuentados por los consumidores de alta capacidad económica.

EDIFICIO ENGEL

Fue diseñado y construido por Jaime Man Willard y Joaquín Olivares. En esta época todos los edificios de esquina eran el lugar ideal para el expresionismo. Este edificio consta de 6 niveles, el primer nivel es utilizado para el comercio, mientras los 4 niveles restantes son utilizados para apartamentos, el último nivel es utilizado como penthouse.

CINE LUX

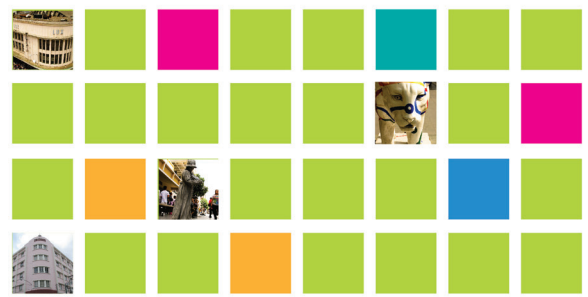
Es un majestuoso teatro con una amplia luneta y galería. Presenta una serie de volúmenes, cilindros y cubos, dándole un gran dinamismo a la fachada, también emplea elementos decorativos geométricos que refuerzan el movimiento en la fachada. El vestíbulo central es el elemento integrador de los espacios por el se accede a la gran sala y se sube al palco. Es un edificio ubicado en la principal avenida de la época que causó un gran impacto por su destacada presencia urbana.

PASAJE AYCINENA

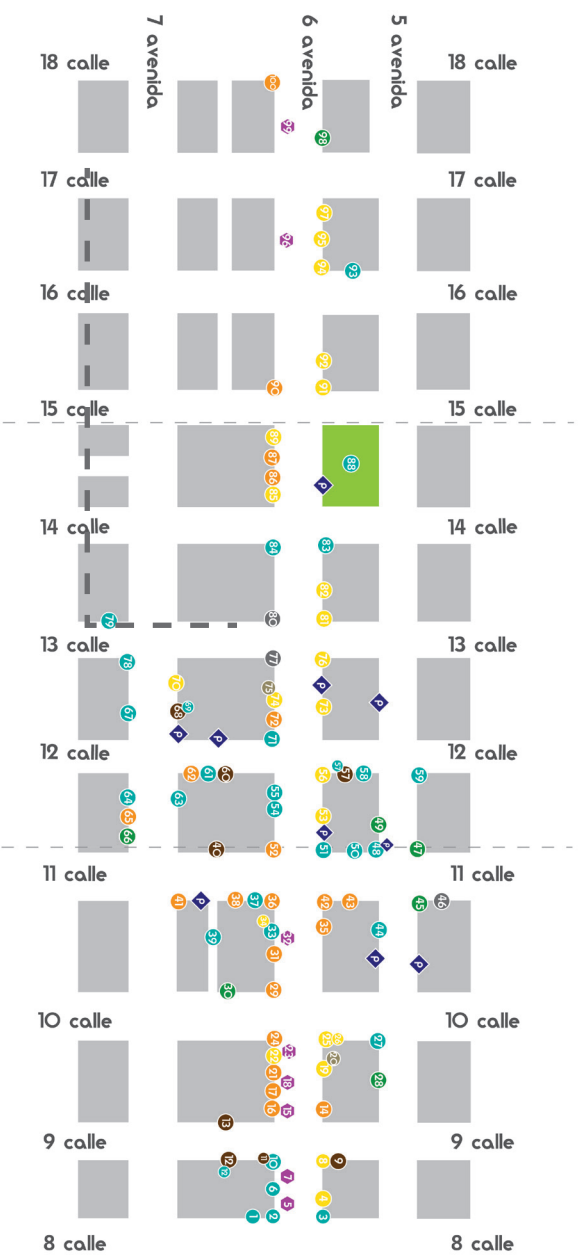
El Pasaje Aycinena, un proyecto de tiendas que buscaba aprovechar al máximo la creciente demanda comercial de la manzana y de su entorno, sin dejar de mencionar la calidad que se había ganado con almacenes como La ciudad de París, Bazar y compañía, y el don Angel Mattini. Contaba con una entrada al norte y otra al sur, ambas guardadas en aquellos tiempos con grandes puertas de hierro. Se tomaron varios departamentos interiores de la Casa Aycinena, para llevar a cabo la obra de dos niveles

TELGUA

La obra de Llerena evidencia un profundo compromiso por entender el entorno e interpretar sus condicionantes específicas, con el fin de abstraer toda esa información e integrarla a un todo que también tiene en cuenta los aspectos de la modernidad internacional. De esta forma, alcanza la fusión de lo local y lo universal, sin necesidad de recurrir a elementos figurativos de fácil interpretación, lo que demuestra el magistral ejercicio del oficio de Llerena.



PROPUESTA 8



100 SITIOS UN SOLO DESTINO

ESCUPTURAS

- ### LUGARES HISTÓRICOS Y CULTURALES
- 1 Portal del Comercio
 - 2 Edificio ELMA
 - 3 EEGSA
 - 4 Pasaje Rubio
 - 5 Edificio La Perla
 - 6 Pasaje Aycinena
 - 7 Contraloría
 - 8 Radio Nuevo Mundo
 - 9 Edificio Engel
 - 10 Callejón de Tasso
 - 11 Torre de Edificio de Edificio
 - 12 Trasciende
 - 13 Galería Incubador
 - 14 Cine Lux
 - 15 Edificio Pan Am
 - 16 Edificio Aycinena
 - 17 N.O.A.
 - 18 Galería N.O.A.
 - 19 Trasciende
 - 20 Edificio Herrera
 - 21 Casa Ibargüen
 - 22 Casa de Correo
 - 23 TELGUA
 - 24 Galería Es Centro
 - 25 Museo de los Invisibles
 - 26 Club Guatemala
 - 27 Parque Gómez Carrillo
 - 28 NACIF
 - 29 Palacio de Gobernación
 - 30 Galería Gómez Carrillo
 - 31 Galería El Túnel

- ### RESTAURANTES
- 14 El Barquito
 - 16 Café Bravissimo
 - 17 Cerviches La Sexta
 - 20 La Jugueteria
 - 21 Cervezas
 - 22 Cervezas
 - 23 POPS
 - 31 Café casa
 - 35 A.A.
 - 36 El Libro Comer
 - 38 Café Chocolate
 - 41 CIAO
 - 49 POPS
 - 43 Rey Sol
 - 52
 - 62
 - 65
 - 72 Fu Lu Sho
 - 86 A.A.
 - 87
 - 96
 - 98

- ### CAFES & BARES
- 9 El Barquito
 - 11 Café Bravissimo
 - 12 Cien Puertas Capuchinos La Luna Oveja Negra Bar Concordia
 - 13 Jack's Place
 - 14 Café de Tasso
 - 15 N.O.A.
 - 44
 - 68 Bar Central

- ### COMERCIOS
- 4 CHIC
 - 8 Hotel Panamericano
 - 10 La Jugueteria
 - 20 La Jugueteria
 - 23 Plaza Vivar
 - 26 Paraderia Berna
 - 31 Casa Música
 - 33 Distefano
 - 36 Perfumeria
 - 38 Hotel Maya Excelso
 - 41 elektra
 - 43 Centro Capitol
 - 46 Hotel Royal Palace
 - 51 La curacao
 - 53 Almacén El Siglo
 - 55 Almacén Neymán
 - 57 Optica
 - 59 Shoe Depot
 - 70
 - 74 Calzado Modelo
 - 76 Planet Shoes
 - 77 Tic Tac

- ### BANCOS
- 28 B.M.
 - 36
 - 45
 - 47
 - 49
 - 56

- ### IGLESIAS
- 46 Iglesia
 - 77 Iglesia Santa Clara
 - 80 Iglesia San Francisco

- ### CAJEROS
- 25
 - 75

PASAJE RUBIO

Este proyecto, inspirado en los grandes pasajes que se habían dado en el siglo XIX en Europa, consistió en un edificio comercial y habitacional con un pasaje peatonal en el medio. Una de las primeras referencias que se tienen de la parte del Pasaje Rubio que da a la Novena Calle es la inauguración del bar y restaurante El Portillo. Los años treinta fueron la época de oro del Pasaje Rubio. Era uno de los lugares más exclusivos para comprar en la ciudad de Guatemala. Comprar en el Pasaje Rubio era sinónimo de buen gusto, clase y distinción.

EDIFICIO LA PERLA

Es de las primeras construcciones multifuncionales, en el primer nivel se encuentran grandes almacenes, en los pisos superiores se destinan a apartamentos. Desde la finalización de La Perla, se convirtió en un sitio de referencia en la ciudad de Guatemala, por la calidad de las piezas de porcelana, cerámica y joyería que expendía, así como por ser uno de los sitios más frecuentados por los consumidores de alta capacidad económica.

EDIFICIO ENGEL

Fue diseñado y construido por Jaime Man Willard y Joaquín Olivares. En esta época todos los edificios de esquina eran el lugar ideal para el expresionismo. Este edificio consta de 6 niveles, el primer nivel es utilizado para el comercio, mientras los 4 niveles restantes son utilizados para apartamentos, el último nivel es utilizado como penthouse.

CINE LUX

Es un majestuoso teatro con una amplia luneta y galería. Presenta una serie de volúmenes, cilindros y cubos, dándole un gran dinamismo a la fachada, también emplea elementos decorativos geométricos que refuerzan el movimiento en la fachada. El vestíbulo central es el elemento integrador de los espacios por el se accede a la gran sala y se sube al palco. Es un edificio ubicado en la principal avenida de la época que causó un gran impacto por su destacada presencia urbana.

PASAJE AYCINENA

El Pasaje Aycinena, un proyecto de tiendas que buscaba aprovechar al máximo la creciente demanda comercial de la manzana y de su entorno, sin dejar de mencionar la calidad que se había ganado con almacenes como La ciudad de París, Bazar y compañía, y el don Angel Mattini. Contaba con una entrada al norte y otra al sur, ambas guardadas en aquellos tiempos con grandes puertas de hierro. Se tomaron varios departamentos interiores de la Casa Aycinena, para llevar a cabo la obra de dos niveles

TELGUA

La obra de Llerena evidencia un profundo compromiso por entender el entorno e interpretar sus condicionantes específicas, con el fin de abstraer toda esa información e integrarla a un todo que también tiene en cuenta los aspectos de la modernidad internacional.

PALACIO DE CORREOS

Fue construido entre 1937 y 1940, durante el gobierno de General Jorge Ubico. Su diseño combina varios estilos, razón por la cual se ubica dentro del eclecticismo, aunque el predominante es el colonial. Su característica principal la constituye el arco sobre la 12 calle, inspirado en el Arco de Santa Catalina de La Antigua Guatemala. A partir de su finalización en 1940, sería conocido como Palacio de Correos y Telégrafos, diseñado para albergar sus oficinas.


CASA IBARGÜEN

Este inmueble, edificado a finales del siglo XIX, cuenta con altas puertas de madera maciza, azulejos artesanales que visitan los corredores y los suelos de mosaico vitreo veneciano que cubren los baños, este espacio no aspira a vivir de nostalgias y lejos de ensimismarse en la herencia de su belleza, se ha convertido en un lugar rebosante de vida gracias a los ensayos de teatro, las clases de música y las galerías de arte.

PROPUESTA 7



CAPÍTULO 4



COMPROBACIÓN DE EFICACIA

4.1 GRUPO FOCAL

La técnica del grupo focal consiste en una reunión con modalidad de entrevista colectiva abierta y estructurada, para facilitar que un grupo de personas dialogue sobre las reacciones y opiniones que les producen los mensajes visuales incluidos en la propuesta gráfica. (Valle, 2007: 2)

Se hicieron anotaciones puntuales sobre las impresiones y la interacción que tuvieron los usuarios con las piezas. Se tomaron fotografías para documentar el evento.

4.1.2 PASOS A SEGUIR

El focus group se hizo con 4 grupos de 6 personas; se visitó a cada grupo de forma aislada, para explicarles la necesidad de comunicación y diseño identificada y la propuesta para solucionarlo. Se explicó los otros materiales que se iban a usar como promoción del desplegable y se les enseñó un dummie de la pauta en la revista y del anuncio para la web.

Socializaron entre sí aspectos relevantes que resaltaban de la propuesta, como la necesidad de señalar tanto El Amate como la Plaza Central dentro de la propuesta, ya que estos son puntos de referencia bastante importantes.

Además comentaron su afinidad con las fotografías.

4.1.3 PERFIL DEL INFORMANTE

Personas entre 18 y 25 años de edad; estudiantes universitarios; residentes en la ciudad capital; con un ingreso familiar mínimo de cuatro mil quetzales al mes.

Además, se incluyó la participación de empleados municipales, entre ellos arquitectos y licenciados en comunicación, en un rango de edad entre 30 a 40 años, residentes de la ciudad capital, con un ingreso familiar mínimo de seis mil quetzales al mes, trabajadores del área de Urbanística y la Dirección del Centro Histórico.

4.2 PROPUESTAS A VALIDAR

Al continuar con el siguiente nivel de visualización se hicieron los siguientes cambios:

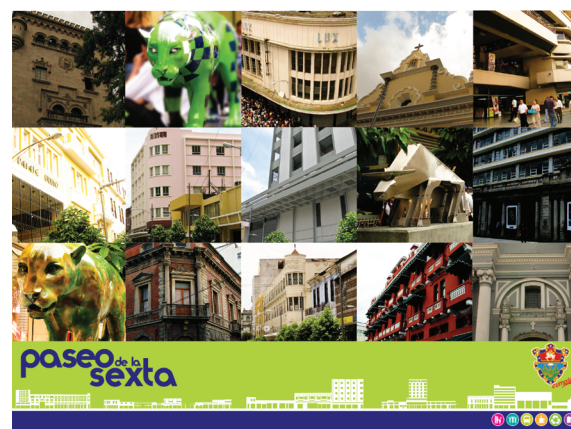
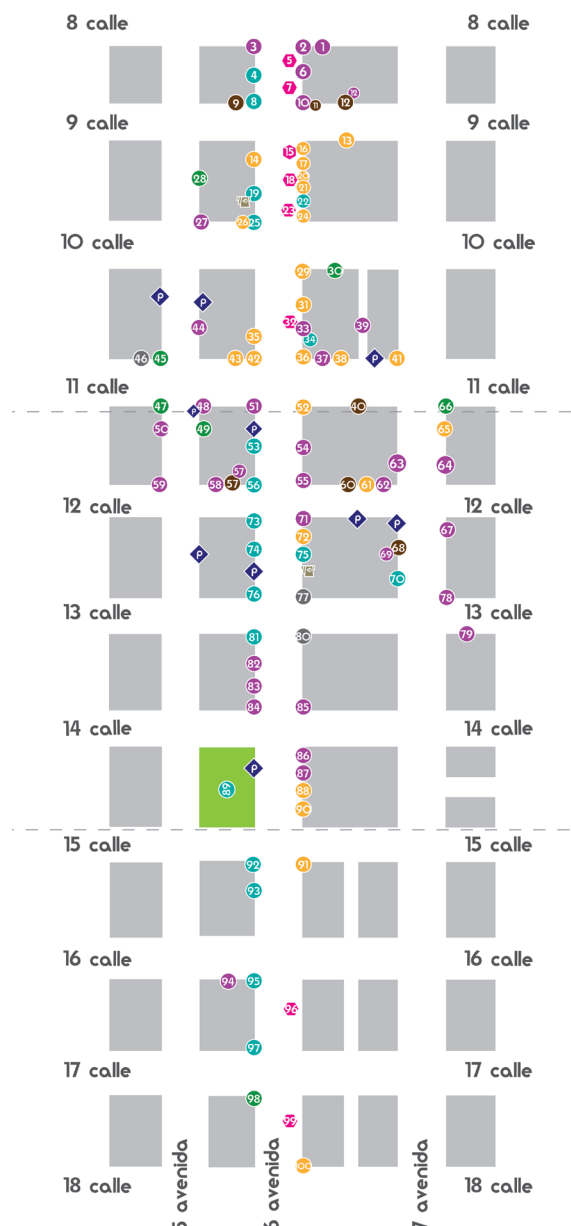
Una propuesta en forma vertical con una medida de 8 x 23 plg, y otra de 18 x 24 plg, en donde se mostraban mosaicos de fotografías de algunos de los 100 puntos dentro del recorrido.

Los colores y las tipografías empleadas por el contrario no tuvieron ningún tipo de cambio, ya que encababan dentro del concepto que se estaba trabajando.

Se descartaron las opciones en las que los puntos de interés estaban señalados directamente dentro del mapa, ya que esto creaba confusión, se veía muy cargado y no era muy agradable para el grupo objetivo.

4.2.1 PROPUESTA 1

Tamaño 8 x 23 pulgadas, full color, impreso tiro y retiro. Con tres sisas que dividen el arte en 4 bloques.



100 SITIOS UN SOLO DESTINO

ESULTURAS

- 1. EL CERRO: José Tobo Ordóñez
- 2. TASSO: Escuela Municipal de Escultura
- 3. SIN TÍTULO: Tere Aro
- 4. JAGUAR SELVA: Escuela Municipal de Pintura
- 5. JAGUAR: Emelinda Rosenthal
- 6. METEORO: SOH Arquitectos
- 7. WILSON: Juliá Dacari y Lázaro Torres con Roberto Gilmer

LUGARES HISTÓRICOS Y CULTURALES

- 1. Postal del Comercio
- 2. Edificio ELMA
- 3. EEGSA
- 4. Pasaje Rubio
- 5. Edificio La Perla
- 6. Pasaje Aycinena
- 7. Contraloría
- 8. Radio Nuevo Mundo
- 9. Edificio Engel
- 10. Callejón de Tasso
- 11. Espacio Baskaba
- 12. Torre de Frigoríficos
- 13. Galería Incubador
- 14. Cine Lux
- 15. Edificio Pan Am
- 16. Edificio Aycinena
- 17. Torre Oportunidad
- 18. Trasciende
- 19. Edificio Herrera
- 20. Antigua Palacio de Correos Centro Municipal de Artes y Cultura
- 21. Casa Bourguin
- 22. Casa Ex Centrico
- 23. Casa Edwards
- 24. Club Guatemala
- 25. Museo de los Museos Invisibles
- 26. Edificio Camille
- 27. Antigua Casa Tlalá
- 28. INACIF
- 29. Palacio de Gobernación
- 30. Edificio Valenzuela
- 31. Edificio Briz
- 32. Parque Gomez Carrillo
- 33. Galería El Tunel

COMIDA

- 1. Jack's Place
- 2. Ceviches La Sexta
- 3. Panadería Rema
- 4. Café casa
- 5. Café Chocolate
- 6. Rey Sol
- 7. Café León
- 8. CHURRUS
- 9. PANADERIA
- 10. CIAO
- 11. FU LU SHU
- 12. POPS

BARRES & CAFÉS

- 1. El Barcito
- 2. Café Bravissimo
- 3. Café de Tasso
- 4. Café León
- 5. Cien Puertas Capuchinos La Lupa
- 6. Oveja Negra Bar Concordia
- 7. N.O.A.
- 8. Bar Central

COMERCIOS

- 1. CHIC
- 2. La Juguetería
- 3. Distafano
- 4. Hotel Royal Palace
- 5. Hotel Panamericano
- 6. Plaza Vivir
- 7. Fraiche
- 8. Pouless
- 9. Hotel Royal Palace
- 10. Calzado La Torre
- 11. Hotel Panamericano
- 12. Plaza Vivir
- 13. Fraiche
- 14. Pouless
- 15. Hotel Panamericano
- 16. Calzado La Torre
- 17. Hotel Panamericano
- 18. Plaza Vivir
- 19. Fraiche
- 20. Pouless
- 21. Hotel Panamericano
- 22. Calzado La Torre
- 23. Hotel Panamericano
- 24. Plaza Vivir
- 25. Fraiche
- 26. Pouless
- 27. Hotel Panamericano
- 28. Calzado La Torre
- 29. Hotel Panamericano
- 30. Plaza Vivir
- 31. Fraiche
- 32. Pouless
- 33. Hotel Panamericano
- 34. Calzado La Torre
- 35. Hotel Panamericano
- 36. Plaza Vivir
- 37. Fraiche
- 38. Pouless
- 39. Hotel Panamericano
- 40. Calzado La Torre
- 41. Hotel Panamericano
- 42. Plaza Vivir
- 43. Fraiche
- 44. Pouless
- 45. Hotel Panamericano
- 46. Calzado La Torre
- 47. Hotel Panamericano
- 48. Plaza Vivir
- 49. Fraiche
- 50. Pouless
- 51. Hotel Panamericano
- 52. Calzado La Torre
- 53. Hotel Panamericano
- 54. Plaza Vivir
- 55. Fraiche
- 56. Pouless
- 57. Hotel Panamericano
- 58. Calzado La Torre
- 59. Hotel Panamericano
- 60. Plaza Vivir
- 61. Fraiche
- 62. Pouless
- 63. Hotel Panamericano
- 64. Calzado La Torre
- 65. Hotel Panamericano
- 66. Plaza Vivir
- 67. Fraiche
- 68. Pouless
- 69. Hotel Panamericano
- 70. Calzado La Torre
- 71. Hotel Panamericano
- 72. Plaza Vivir
- 73. Fraiche
- 74. Pouless
- 75. Hotel Panamericano
- 76. Calzado La Torre
- 77. Hotel Panamericano
- 78. Plaza Vivir
- 79. Fraiche
- 80. Pouless
- 81. Hotel Panamericano
- 82. Calzado La Torre
- 83. Hotel Panamericano
- 84. Plaza Vivir
- 85. Fraiche
- 86. Pouless
- 87. Hotel Panamericano
- 88. Calzado La Torre
- 89. Hotel Panamericano
- 90. Plaza Vivir
- 91. Fraiche
- 92. Pouless
- 93. Hotel Panamericano
- 94. Calzado La Torre
- 95. Hotel Panamericano
- 96. Plaza Vivir
- 97. Fraiche
- 98. Pouless
- 99. Hotel Panamericano
- 100. Calzado La Torre

BANCOS

- 1. Banco de Guatemala
- 2. Banco Agrario
- 3. Banco de las Américas
- 4. Banco de la Previsión Social
- 5. Banco de los Trabajadores
- 6. Banco de los Seguros Sociales
- 7. Banco de los Seguros Sociales
- 8. Banco de los Seguros Sociales
- 9. Banco de los Seguros Sociales
- 10. Banco de los Seguros Sociales
- 11. Banco de los Seguros Sociales
- 12. Banco de los Seguros Sociales
- 13. Banco de los Seguros Sociales
- 14. Banco de los Seguros Sociales
- 15. Banco de los Seguros Sociales
- 16. Banco de los Seguros Sociales
- 17. Banco de los Seguros Sociales
- 18. Banco de los Seguros Sociales
- 19. Banco de los Seguros Sociales
- 20. Banco de los Seguros Sociales
- 21. Banco de los Seguros Sociales
- 22. Banco de los Seguros Sociales
- 23. Banco de los Seguros Sociales
- 24. Banco de los Seguros Sociales
- 25. Banco de los Seguros Sociales
- 26. Banco de los Seguros Sociales
- 27. Banco de los Seguros Sociales
- 28. Banco de los Seguros Sociales
- 29. Banco de los Seguros Sociales
- 30. Banco de los Seguros Sociales
- 31. Banco de los Seguros Sociales
- 32. Banco de los Seguros Sociales
- 33. Banco de los Seguros Sociales
- 34. Banco de los Seguros Sociales
- 35. Banco de los Seguros Sociales
- 36. Banco de los Seguros Sociales
- 37. Banco de los Seguros Sociales
- 38. Banco de los Seguros Sociales
- 39. Banco de los Seguros Sociales
- 40. Banco de los Seguros Sociales
- 41. Banco de los Seguros Sociales
- 42. Banco de los Seguros Sociales
- 43. Banco de los Seguros Sociales
- 44. Banco de los Seguros Sociales
- 45. Banco de los Seguros Sociales
- 46. Banco de los Seguros Sociales
- 47. Banco de los Seguros Sociales
- 48. Banco de los Seguros Sociales
- 49. Banco de los Seguros Sociales
- 50. Banco de los Seguros Sociales
- 51. Banco de los Seguros Sociales
- 52. Banco de los Seguros Sociales
- 53. Banco de los Seguros Sociales
- 54. Banco de los Seguros Sociales
- 55. Banco de los Seguros Sociales
- 56. Banco de los Seguros Sociales
- 57. Banco de los Seguros Sociales
- 58. Banco de los Seguros Sociales
- 59. Banco de los Seguros Sociales
- 60. Banco de los Seguros Sociales
- 61. Banco de los Seguros Sociales
- 62. Banco de los Seguros Sociales
- 63. Banco de los Seguros Sociales
- 64. Banco de los Seguros Sociales
- 65. Banco de los Seguros Sociales
- 66. Banco de los Seguros Sociales
- 67. Banco de los Seguros Sociales
- 68. Banco de los Seguros Sociales
- 69. Banco de los Seguros Sociales
- 70. Banco de los Seguros Sociales
- 71. Banco de los Seguros Sociales
- 72. Banco de los Seguros Sociales
- 73. Banco de los Seguros Sociales
- 74. Banco de los Seguros Sociales
- 75. Banco de los Seguros Sociales
- 76. Banco de los Seguros Sociales
- 77. Banco de los Seguros Sociales
- 78. Banco de los Seguros Sociales
- 79. Banco de los Seguros Sociales
- 80. Banco de los Seguros Sociales
- 81. Banco de los Seguros Sociales
- 82. Banco de los Seguros Sociales
- 83. Banco de los Seguros Sociales
- 84. Banco de los Seguros Sociales
- 85. Banco de los Seguros Sociales
- 86. Banco de los Seguros Sociales
- 87. Banco de los Seguros Sociales
- 88. Banco de los Seguros Sociales
- 89. Banco de los Seguros Sociales
- 90. Banco de los Seguros Sociales
- 91. Banco de los Seguros Sociales
- 92. Banco de los Seguros Sociales
- 93. Banco de los Seguros Sociales
- 94. Banco de los Seguros Sociales
- 95. Banco de los Seguros Sociales
- 96. Banco de los Seguros Sociales
- 97. Banco de los Seguros Sociales
- 98. Banco de los Seguros Sociales
- 99. Banco de los Seguros Sociales
- 100. Banco de los Seguros Sociales

IGLESIAS

- 1. Iglesia San Agustín
- 2. Iglesia Santa Clara
- 3. Iglesia San Francisco

CAJEROS

- 1. BI
- 2. BI y SB

ZONAS DE DESCANSO

- 1. 7 - 8 calle
- 2. 8 - 9 calle
- 3. 9 - 10 calle
- 4. 10 - 11 calle
- 5. 11 - 12 calle
- 6. 12 - 13 calle
- 7. 13 - 14 calle
- 8. 14 - 15 calle
- 9. 15 - 16 calle
- 10. 16 - 17 calle
- 11. 17 - 18 calle

PASAJE RUBIO

Este proyecto, inspirado en los grandes pasajes que se habían dado en el siglo XIX en Europa, consistió en un edificio comercial y habitacional con un pasaje peatonal en el medio. Una de las primeras referencias que se tienen de la parte del Pasaje Rubio que da a la Novena Calle es la inauguración del bar y restaurante El Portalito. Los años treinta fueron la época de oro del Pasaje Rubio. Era uno de los lugares más exclusivos para comprar en la ciudad de Guatemala. Comprar en el Pasaje Rubio era sinónimo de buen gusto, clase y distinción.

EDIFICIO LA PERLA

Es de las primeras construcciones multifuncionales, en el primer nivel se encuentran grandes almacenes, en los pisos superiores se destinan a apartamentos. Desde la finalización de La Perla, se convirtió en un sitio de referencia en la ciudad de Guatemala, por la calidad de las piezas de cerámica, porcelana y joyería que expone, así como por ser uno de los sitios más frecuentados por los consumidores de alta capacidad económica.

EDIFICIO ENGEL

Fue diseñado y construido por Jaime Men Willard y Joaquín Olivares. En esta época todos los edificios de esquina eran el lugar ideal para el expresionismo. Este edificio consta de 6 niveles, el primer nivel es utilizado para el comercio, mientras los 4 niveles restantes son utilizados para apartamentos, el último nivel es utilizado como penthouse.

CINE LUX

Es un majestuoso teatro con una amplia luneta y galería. Presenta una serie de jergas de volúmenes, cilindros y cubos, dándole un gran dinamismo a la fachada, también emplea elementos decorativos geométricos que refuerzan el movimiento en la fachada. El vestíbulo central es el elemento integrador de los espacios por el se accede a la gran sala y se sube al palco. Es un edificio ubicado en la principal avenida de la época que causó un gran impacto por su destacada presencia urbana.

PASAJE AYCINENA

El Pasaje Aycinena, un proyecto de tiendas que buscaba aprovechar al máximo la creciente demanda comercial de la manzana y de su entorno, sin dejar de mencionar la calidad que se había ganado con almacenes como La Ciudad de París, Bauer y compañía, y el don Ángel Medina. Contaba con una entrada al norte y otra al sur, ambas guardadas en aquellos tiempos con grandes puertas de hierro. Se tomaron varios departamentos interiores de la Casa Aycinena, para llevar a cabo la obra de dos niveles.

TELGUA

La obra de Llerena evidencia un profundo compromiso por entender el entorno e interpretar sus condicionantes específicas, con el fin de abstraer toda esa información e integrarla a un todo que también tiene en cuenta los aspectos de la modernidad internacional. De esta forma, alcanza la fusión de lo local y lo universal, sin necesidad de recurrir a elementos figurativos de fácil interpretación, lo que demuestra el magistral ejercicio del oficio de Llerena.

PALACIO DE CORREOS

Fue construido entre 1937 y 1940, durante el gobierno de General Jorge Utico. Su diseño combina varios estilos, razón por la cual se ubica dentro del eclecticismo, aunque el predominante es el colonial. Su característica principal la constituye el arco sobre la 12 calle, inspirado en el Arco de Santa Catalina de La Antigua Guatemala. A partir de su finalización en 1940, sería conocido como Palacio de Correos y Telégrafos, diseñado para albergar sus oficinas.

CASA IBARGÜEN

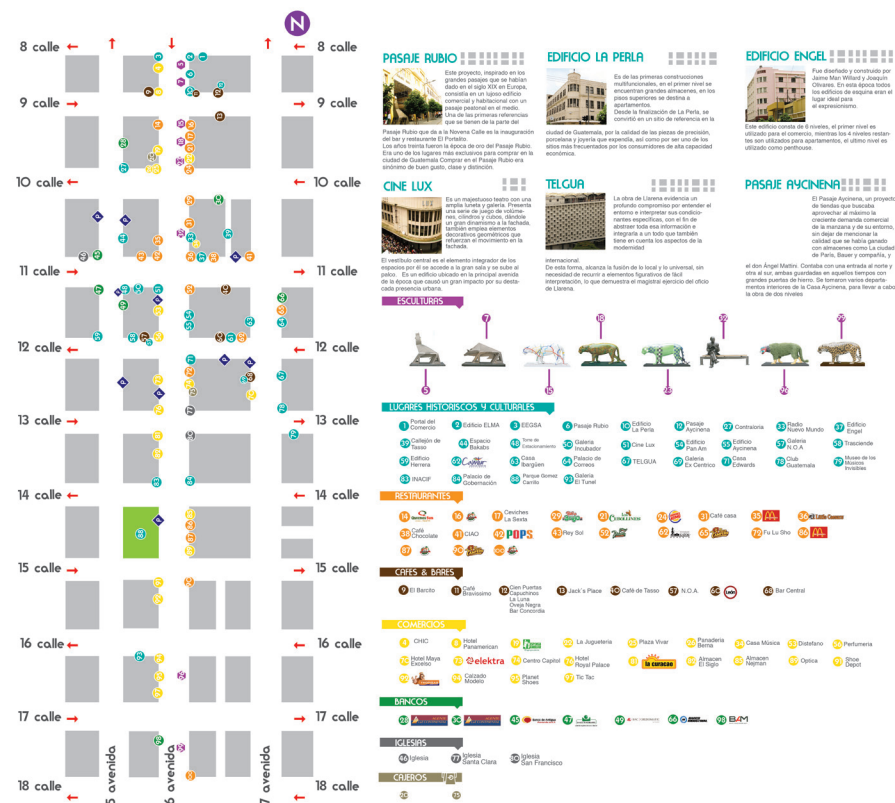
Este inmueble, edificado a finales del siglo XIX, cuenta con altas puertas de madera maciza, azulejos art-nouveau que visten los corredores y los suelos de mosaico estilo veneciano que cubren los baños; este espacio no aspira a vivir de nostalgias y, lejos de ensimismarse en la herencia de su belleza, se ha convertido en un lugar rebosante de vida gracias a los ensayos de teatro, las clases de música y las galerías de arte.

4.2.2 PROPUESTA 2

Tamaño 18 x 24 pulgadas, full color, impreso tiro y retiro. Con seis sisas que dividen el arte en 16 bloques.



100 SITIOS UN SOLO DESTINO



4.2.3 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En el mes de octubre del año 2011 tuvo lugar la evaluación de la propuesta realizada a un focus group. Para la evaluación se tuvieron muestras del desplegable, anuncio de revista y material para las redes sociales. Cada persona tuvo la oportunidad de interactuar con las piezas y evaluarlas detenidamente.

OBJETIVO

La evaluación de la propuesta para las piezas gráficas del material "Cien puntos un solo destino" tiene como objetivo el obtener información acerca de la propuesta gráfica con el grupo objetivo, confirmando la eficacia, así como identificar las reacciones de las personas al observar este material.

Cada integrante del grupo pudo evaluar la diagramación, el color, la utilización de las fotografías y la funcionalidad del material. Al finalizar con la evaluación del material se procedió a una plática, en la que se anotó la reacción de las personas.

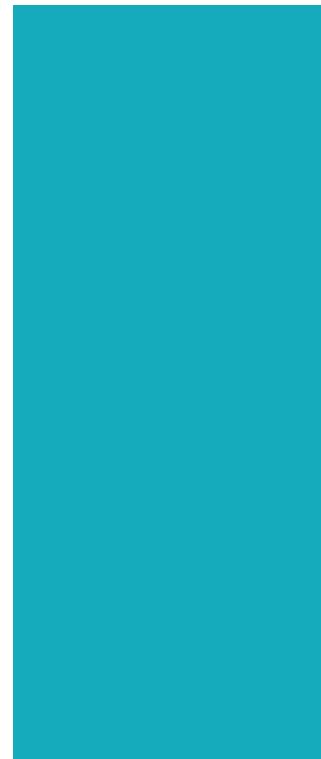
Al analizar el Focus Group con las personas seleccionadas del Grupo Objetivo se obtuvieron varios comentarios, algunas ideas, sugerencias y observaciones por parte de las personas, de las cuales se presenta el análisis y síntesis extraídos de las mismas.

COMENTARIOS OBTENIDOS

- El tamaño más adecuado para la propuesta es el de 8 x 23 pulgadas, ya que éste era mucho más fácil de manejar y transportar, mientras que la otra pieza se asemejaba más a un póster decorativo y sería mucho más complicado de manejar durante un recorrido.

- La implementación de este material como guía del Paseo de la Sexta fue considerado como necesario por la mayoría; probablemente durante su período formativo, la Sexta Avenida no era un lugar de referencia pues estaba en decadencia.
- La cantidad de texto incluida era suficiente, es de fácil lectura y el tamaño de la fuente es aceptable.
- Las fotografías llaman la atención porque ejemplifican algunos detalles del recorrido y animan al usuario a buscarlos durante una caminata.
- Los colores son agradables y familiares, y fáciles de asociar con el concepto del Paseo de la Sexta.
- Es importante incluir en el material la Plaza Central y la Plaza El Amate, ya que son puntos de referencia importantes.
- En cuanto a los canales de difusión es necesario generar material para Facebook.

4.2.4 FOTOGRAFÍAS TERCER NIVEL DE VALIDACIÓN


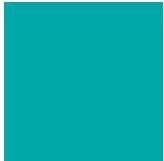










De acuerdo con los resultados obtenidos en el proceso de validación se hicieron cambios para mejorar la efectividad del diseño de los materiales.

Por la opinión del grupo objetivo se concluye que al público le parece más atractivo ver un collage de fotos y los motiva a buscar los detalles que están viendo en el material.

Los colores que se implementaron corresponden al código de color que fue creado para el Paseo de la Sexta. Esto da unidad con el diseño que ya fue creado además de ser bastante familiar para las personas.

Los colores utilizados son los siguientes pantones que corresponden a los colores institucionales del Paseo de la Sexta:

					
PANTONE Process Magenta C	PANTONE 3272 C	PANTONE 390 C	PANTONE 137 C	PANTONE Purple C	PANTONE Blue 072 CVC
					
C 85 M 10 Y 100 K 10	C 40 M 70 Y 100 K 50	C 42 M 38 Y 65 K 9	C 0 M 0 Y 0 K 70		

Los códigos de color fueron utilizados de la siguiente forma:

- **Las esculturas** se representan en color magenta, pues en el código de color empleado para el Paseo de la Sexta, este color identifica todas las actividades de "paseo o caminata". El magenta representa el dinamismo e interacción en el Paseo, pues en algunas esculturas el título de la obra y el autor se encuentra en la parte de arriba y en otros en la parte de abajo, formando la anomalía que se busca en cada pieza.
- **Los lugares históricos y culturales** se identifican con el color morado, que representa vivienda en el código de comunicación del Paseo de la Sexta. El principal motivo para usar este color es que muchos

de los lugares históricos en el pasado fueron casas habitacionales y lo que se busca es promover en las personas esa curiosidad por la historia de los inmuebles.

■ **La comida** fue representada con el color naranja, por las implicaciones psicológicas del color asociadas a la comida y el hambre, además en el código de color del Paseo representa el desarrollo económico. Los logos de los lugares de comida se colocaron en escala de grises para que no compitan con el diseño en general.

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

4.4



Los bares y cafés están marcados con un tono café por lo cálido de tal color y para reforzar la idea de reunión y estar en compañía asociada con “tomarse un café”.

Los comercios están representados con el color turquesa, ya que este es el tono que se emplea en toda referencia a la Plaza El Amate y refuerza esa misma idea de local comercial aprovechando el posicionamiento del color.

Las iglesias fueron representadas por un color gris, por la sobriedad del color y la implicación de respeto que transmite.

Los bancos se marcan con el color verde, pues este color hace alusión al dinero. A esta sección también se le colocaron logos, siempre en escala de grises.

Los cajeros automáticos se representan en tono café claro para no desentonar con la gama ya empleada y conservar el balance.

Paseos Cercanos se ven en color verde claro para transmitir el mensaje de familiaridad y espacio público que tiene la gente hacia la imagen corporativa de la Municipalidad.

Los símbolos de parqueos se representan en azul para transmitir confianza y estabilidad.

La tipografía utilizada fue la “moderna”, pues es la que se utiliza en la imagen institucional.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s
t u v w x y z

La fuente utilizada es “Helvética” por ser una tipografía de fácil lectura.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w
x y z

La diagramación de las piezas se hizo en base a una estructura de retícula modular, la principal razón es que al momento de tener bastante información, esta retícula es bastante útil para poder ubicarla toda teniendo un espacio ordenado y fácil de leer. El concepto creativo es la anomalía, y al utilizar una retícula modular es más sencillo romper la secuencia, por medio de bloques de color o fotografías formando de esta forma una “anomalía” sin que el diseño en general se vea afectado.

Al utilizar la diagramación modular que es usual en el diseño del Paseo de la Sexta, este proyecto refleja que es parte de la Municipalidad y no algo aislado.

4.4.1 DESPLEGABLE

4.4.1.1 FUNDAMENTACIÓN

La importancia de este material es que en un solo documento las personas pueden encontrar todos sus sitios de interés, además el material tiene un tamaño cómodo (8 x 23 pulgadas) como para llevarlo mientras se hace el recorrido.

Es indispensable incluir una portada, ya que es la introducción al contenido y es lo primero que el grupo objetivo observará. Sobre la base de los resultados obtenidos en el proceso de validación se realizaron los cambios y se elaboró la propuesta final; se colocaron fotografías del recorrido mostrando algunas esculturas, edificios antiguos ricos en arquitectura y fotos de urbanismo en donde se ven personas caminando por el Paseo.

Entre las fotos se incluyó un poco de aire para que el mosaico no se viera tan cargado.

El título principal se ubicó sobre las fotografías con un cuadro blanco en opacidad para que no dificultara la lectura. Los colores empleados son los mismos que se utilizan en todo el sistema de comunicación del Paseo de la Sexta. La tipografía empleada es la llamada “moderna” y es la misma que se emplea de igual forma para la elaboración de las carteleras del Paseo de la Sexta.

Parte interior

Se colocaron los numerales de los 100 sitios.

La razón por la cual no se le colocaron logos a los 100 sitios fue para no cargar el diseño, considerando que el material ya tiene bastante información y color.

Además de esto se agregó una sección de Paseos Cercanos, para que los visitantes sepan qué otras opciones pueden encontrar.

Del lado derecho del material se encuentra una pequeña reseña histórica de 8 lugares que se han convertido en referentes de los guatemaltecos.

Se incluyeron íconos para representar cajeros automáticos, sin embargo estos no están tomados en cuenta como sitios dentro del recorrido, es por esta razón que no se marcan con un numeral.

La utilización de los banners de color para cada apartado sirven para que los usuarios dividan mentalmente la información por tema, y para que la lectura sea mucho más fluida y relajada.

Parte Exterior

Se colocó el mapa, en un tamaño suficientemente grande para que las personas lo puedan leer sin dificultad.

100 SITIOS UN SOLO DESTINO



4.4.2 CARTELERA DE PROMOCIÓN

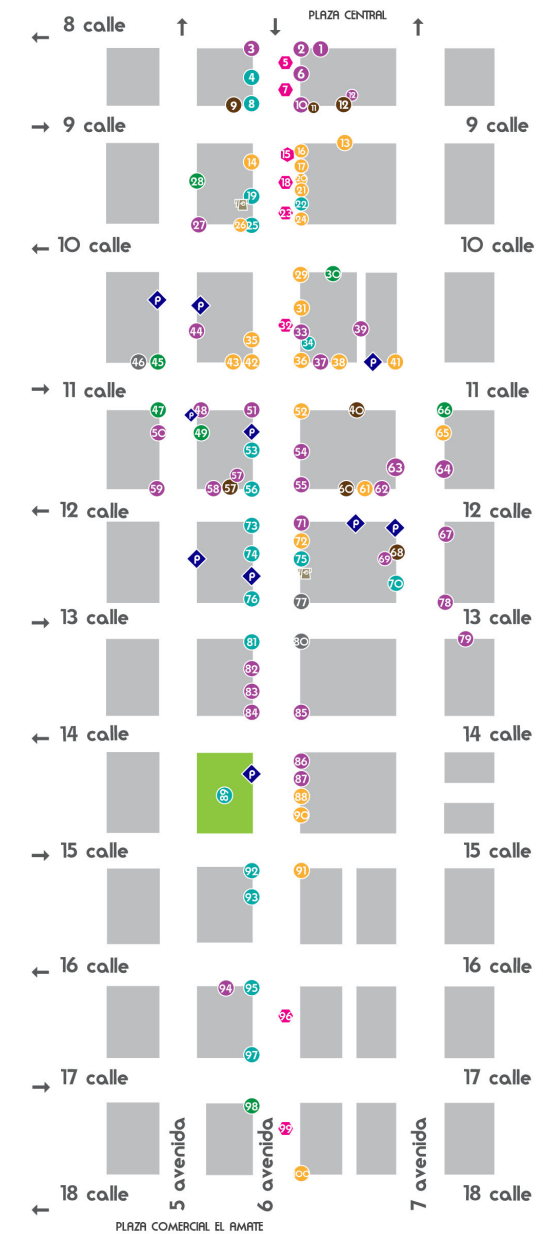
El tamaño de la cartelera es de 35.43 x 45.66 plg, el material será impreso en manta vinílica.

4.4.2.1 FUNDAMENTACIÓN

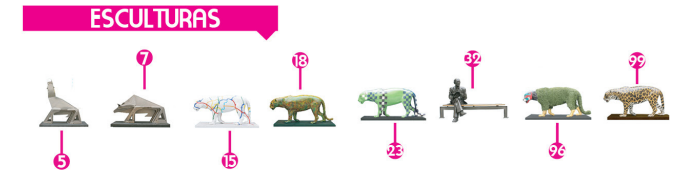
Título: El título utilizado es “100 sitios en un solo destino” para unificar todas las piezas. El color y la tipografía es igual a la presentada en el desplegable.

Cuerpo de texto: La información colocada tiene el propósito de despertar el interés del visitante. El texto empleado fue “Haz el recorrido de los 100 lugares que te ofrece el Paseo de la Sexta. Pregunta por el desplegable con el mapa”, con esto se busca motivar a las personas a ir en busca del material.

Las fotografías utilizadas: Estas representan detalles arquitectónicos y de esculturas, pues de esta forma el grupo objetivo se ve interesado en hacer el recorrido buscando esos detalles que se presentan en el material. La anomalía está en la utilización de cuadros con colores planos que rompen con la secuencia de fotografías.



100 SITIOS UN SOLO DESTINO



- ### LUGARES HISTÓRICOS Y CULTURALES
- 1 Portal del Comercio
 - 2 Edificio ELMA
 - 3 EEGSA
 - 6 Pasaje Rubio
 - 10 Edificio La Perla
 - 12 Pasaje Aycinena
 - 27 Contraloría General de Cuentas
 - 33 Antiguo Radio Nuevo Mundo
 - 37 Edificio Engel
 - 39 Callejón de Tasso
 - 44 Espacio Bakabs
 - 48 Torre de Estacionamiento
 - 50 Galería Incubador
 - 51 Cine Lux
 - 54 Edificio Pan Am
 - 55 Edificio Aycinena
 - 57 Galería Nuevo Objetivo Artístico
 - 58 Centro Artístico Trasciende (Hip Hop)
 - 59 Edificio Herrera
 - 62 Camtur
 - 63 Casa Ibargüen
 - 64 Antiguo Palacio de Correos Centro Municipal de Arte y Cultura
 - 67 TELGUA
 - 69 Galería Ex Céntrico
 - 71 Casa Edwards
 - 78 Club Guatemala
 - 79 Museo de los Músicos Invisibles
 - 82 Edificio Camille
 - 83 Antiguo Cine Tikal
 - 84 INACIF
 - 85 Palacio de Gobernación
 - 86 Edificio Valenzuela
 - 87 Edificio Briz
 - 89 Parque Gomez Carrillo
 - 94 Galería El Tunel

- ### IGLESIAS
- 16 Iglesia San Agustín
 - 77 Iglesia Santa Clara
 - 80 Iglesia San Francisco

- ### BANCOS
- 28 C&T CONTINENTAL
 - 30 C&T CONTINENTAL
 - 45 Banco de Antigua
 - 47 BANCO PARQUEBOMBO
 - 49 BAC | CREDOMAT
 - 66 BANCO INDUSTRIAL
 - 98 BANCO PARQUEBOMBO



4.4.3 CARTELERA CON RECORRIDO

El tamaño de la cartelera es de 35.43 x 45.66 plg, el material será impreso en manta vinílica.

4.4.3.1 FUNDAMENTACIÓN

Se colocó el mismo título, para que las personas sepan que se trata del mismo mensaje; en esta versión se incluyó el mapa con las 11 cuadras del Paseo y están divididas en dos carteleras.

En la Primera se encuentra la información de las esculturas, centros históricos, culturales, iglesias y bancos.

En la segunda cartelera se incluyó la información de la comida, bares y cafés, comercios y otros paseos.

La disposición de las carteleras tiene el propósito de hacer accesible la información, aunque los visitantes no tengan el desplegable a la mano.

100 SITIOS UN SOLO DESTINO

ESCULTURAS

LUGARES HISTÓRICOS Y CULTURALES

- 1 Portal del Comercio
- 2 Edificio ELMA
- 3 EEGSA
- 4 Pasaje Rubio
- 5 Edificio La Perla
- 6 Pasaje Aycinena
- 7 Contraloría General de Cuentas
- 8 Antigua Radio Nuevo Mundo
- 9 Edificio Engel
- 10 Callejón de Tasso
- 11 Espacio Bakabs
- 12 Torre de Estacionamiento
- 13 Galería Incubador
- 14 Cine Lux
- 15 Edificio Pan Am
- 16 Edificio Aycinena
- 17 Galería Nuevo Objetivo Artístico
- 18 Centro Artístico Trasciende (Hip Hop)
- 19 Edificio Herrera
- 20 Camtur
- 21 Casa Iburgüen
- 22 Antiguo Palacio de Correos Centro Municipal de Arte y Cultura
- 23 TELGUA
- 24 Galería Ex Céntrico
- 25 Casa Edwards
- 26 Club Guatemala
- 27 Museo de los Músicos Invisibles
- 28 Edificio Camille
- 29 Antiguo Cine Tikal
- 30 INACIF
- 31 Palacio de Gobernación
- 32 Edificio Valenzuela
- 33 Edificio Briz
- 34 Parque Gomez Carrillo
- 35 Galería El Tunel

IGLESIAS

- 36 Iglesia San Agustín
- 37 Iglesia Santa Clara
- 38 Iglesia San Francisco

BANCOS

- 39 BANCOS
- 40 BANCOS
- 41 BANCOS
- 42 BANCOS
- 43 BANCOS
- 44 BANCOS
- 45 BANCOS
- 46 BANCOS
- 47 BANCOS
- 48 BANCOS
- 49 BANCOS
- 50 BANCOS
- 51 BANCOS
- 52 BANCOS
- 53 BANCOS
- 54 BANCOS
- 55 BANCOS
- 56 BANCOS
- 57 BANCOS
- 58 BANCOS
- 59 BANCOS
- 60 BANCOS
- 61 BANCOS
- 62 BANCOS
- 63 BANCOS
- 64 BANCOS
- 65 BANCOS
- 66 BANCOS
- 67 BANCOS
- 68 BANCOS
- 69 BANCOS
- 70 BANCOS
- 71 BANCOS
- 72 BANCOS
- 73 BANCOS
- 74 BANCOS
- 75 BANCOS
- 76 BANCOS
- 77 BANCOS
- 78 BANCOS
- 79 BANCOS
- 80 BANCOS
- 81 BANCOS
- 82 BANCOS
- 83 BANCOS
- 84 BANCOS
- 85 BANCOS
- 86 BANCOS
- 87 BANCOS
- 88 BANCOS
- 89 BANCOS
- 90 BANCOS
- 91 BANCOS
- 92 BANCOS
- 93 BANCOS
- 94 BANCOS
- 95 BANCOS
- 96 BANCOS
- 97 BANCOS
- 98 BANCOS
- 99 BANCOS
- 100 BANCOS



8 calle ↑ ↓ PLAZA CENTRAL ↑

9 calle → ←

10 calle ← →

11 calle → ←

12 calle ← →

13 calle → ←

14 calle ← →

15 calle → ←

16 calle ← →

17 calle → ←

18 calle ← →

5 avenida 6 avenida 7 avenida

PLAZA COMERCIAL EL AMATE

100 SITIOS UN SOLO DESTINO

COMIDA

- 13 JERK'S PLACE
- 14 QUIZOS SUB
- 16
- 17 Saviches La Seta
- 20 CHURROS CHOCOLATE
- 21 LOS CEBOLLINES
- 24 BURGER KING
- 26 Berna
- 29 Heliopoli
- 31 Café
- 35 McDonald's
- 36 La Llave Caseros
- 38 Café Chocolate
- 41 Cava
- 42 POPS
- 43 Rey Sol
- 52 Pizzeria
- 61 KATOK
- 65 Pasa Campero
- 72 Fu Lu Sho
- 88 McDonald's
- 87
- 91 Pasa Campero
- 100

BARES & CAFÉS

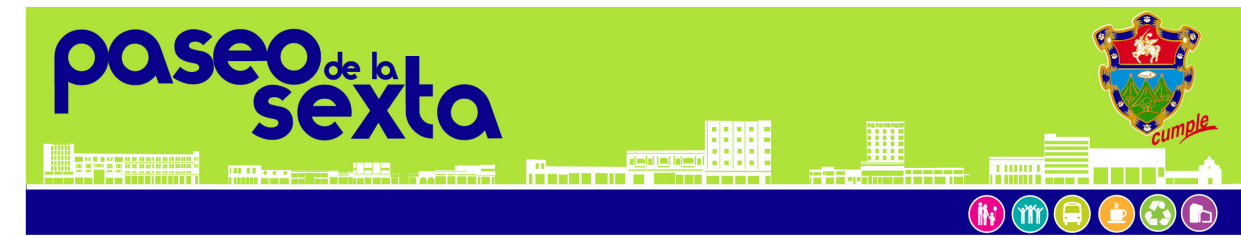
- 9 El Barcito (Panamerican)
- 11 Café Bravissimo
- 12 Cien Puertas Capuchinos La Luna
- 40 Café de Tasso
- 57 N.O.A.
- 6C Café León
- Oveja Negra
- 68 Bar Central

COMERCIOS

- 4 CHIC
- 8 Hotel Panamerican
- 19 Despensa Familiar
- 22 La Juguetería
- 25 C.C. Plaza Viver
- 34 Casa Música
- 53 Distefano
- 56 Fraiche
- 70 Hotel Maya Excelsior
- 73 Payless
- 74 Elektra
- 75 C.C. Capitol
- 76 Hotel Royal Palace
- 81 La Curacao
- 92 Shoe Depot
- 93 Almacenes Tropigas
- 95 Calzado La Torre
- 97 Tic Tac

PASEOS CERCANOS

- Palacio Nacional de la Cultura
- La Catedral Metropolitana
- Plaza Comercial El Amate
- Paseo Jocotenango



4.4.4 CARTELERA PRINCIPAL

La cartelera principal está colocada a un lado de la Empresa Eléctrica, que está ubicada en la 6ª avenida 8-14, zona 1. El tamaño de este material es de 149.208 x 109.847 plg, impresa en manta vinílica.



100 SITIOS UN SOLO DESTINO

ESCULTURAS

- TAURUS: José Toledo Ordóñez
- JAGUAR SELVA: Escuela Municipal de Pintura
- TASSO: Escuela Municipal de Escultura
- EL GRITO: José Toledo Ordóñez
- SIN TITULO: Taller 406
- RETICULO: SION Arquitectura
- WILSON: Jalil Daccarett y Luis Ponce con

LUGARES HISTORICOS Y CULTURALES

- 1 Portal de Comercio, 2 Edificio ELMA, 3 EEGSA, 4 CHIC, 5 EEGSA, 6 Pasaje Rubio, 7 Casa Edwards, 8 Hotel Panamericano, 9 Centro Municipal de Arte y Cultura, 10 Edificio La Perla, 11 Pasaje Aycinena, 12 Contraloría General de Cuentas, 13 Antiguo Palacio de Correos, 14 TELGUA, 15 Galería Ex Céntrico, 16 Casa Edwards, 17 Club Guatemala, 18 Museo de los Misioneros Invisibles, 19 Despensa Familiar, 20 Antiguo Radio Nuevo Mundo, 21 Edificio Camille, 22 La Juguetería

COMIDA

- 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100

COMERCIOS

- 4 CHIC, 8 Hotel Panamericano, 19 Despensa Familiar, 22 La Juguetería, 25 C.C. Plaza Vivar, 34 Casa Música, 53 D...

IGLESIAS

- 46 Iglesia San Agustín, 77 Iglesia Santa Clara, 80 Iglesia San Francisco



4.4.4.1 FUNDAMENTACIÓN



Socialmente Responsable

BARES & CAFÉS

- 9 El Barcito (Panamerican), 11 Café Bravissimo, 12 Cien Puertas Capuchinos La Luna Oveja Negra Bar Concordia, 40 Café de Tasso, 57 N.O.A., 60 Café León, 68 Bar Central

BANCOS

- 28, 30, 33, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100

COMERCIOS

- 4 CHIC, 8 Hotel Panamericano, 19 Despensa Familiar, 22 La Juguetería, 25 C.C. Plaza Vivar, 34 Casa Música, 53 D...

IGLESIAS

- 46 Iglesia San Agustín, 77 Iglesia Santa Clara, 80 Iglesia San Francisco



Por ser el espacio más amplio que posee la Municipalidad, se decidió colocar todo el recorrido y la información de forma paralela, para que los visitantes puedan ubicarla fácilmente.

Esta cartelera es la principal de todo el Paseo y las personas la buscan porque saben que allí encuentran la información mensual del lugar.

4.4.6 ANUNCIO WEB

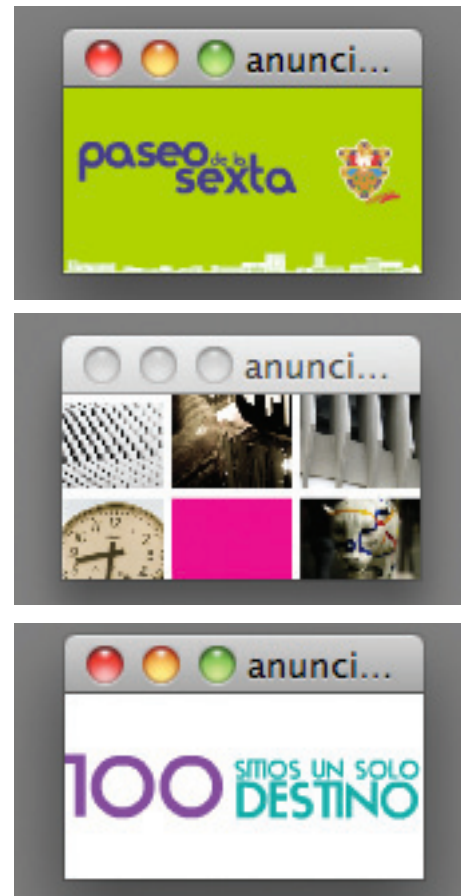
El tamaño del anuncio es de 134 x 69 pixeles, este será colocado en el portal de la Municipalidad.

4.4.6.1 FUNDAMENTACIÓN

El anuncio se diseñó para ser colocado en el portal de la Municipalidad de Guatemala, principalmente para que las personas que visitan la página puedan enterarse del recorrido y busquen el desplegable impreso, además se refuerza la idea que este material es parte de la Municipalidad.

El anuncio se realizó en flash para desplegar la información necesaria y para atraer a los usuarios con un componente interactivo.

La primera parte del anuncio está conformada por un collage de fotos y por los cuadros de color: la segunda parte tiene en el fondo el tono verde municipal, el logo del Paseo de la Sexta y el escudo de la Municipalidad; la tercera incluye el texto “100 sitios un solo destino” con fondo blanco para que no sea difícil leer.



4.4.8 VOLANTE PARA FACEBOOK

El tamaño de esta pieza es de 960 x 573 pixeles y será colocada como fotografía de muro en la página institucional de Facebook del Centro Histórico.

4.4.8.1 FUNDAMENTACIÓN

El propósito de esta pieza es reforzar el mensaje del banner, aquí se incluyó el mapa del recorrido y un texto de invitación para que las personas visiten en su paseo no sólo lugares históricos sino también restaurantes y comercios.



4.4.7 BANNER PARA FACEBOOK

El tamaño del arte es de 200 x 243 pixeles, el cual se colocará en la página institucional de Facebook del Centro Histórico.

4.4.7.1 FUNDAMENTACIÓN

La comunidad de Facebook del Centro Histórico es bastante numerosa y las personas siempre toman en cuenta este canal para enterarse de actividades que el Centro Histórico está desarrollando, sobre todo aquellas que tienen que ver con cultura y diversión.

Lo que se desea lograr con esta pieza es tener un impacto visual bastante fuerte, por lo que se utilizó la frase “100 sitios un solo destino”. Se colocaron los cuadros de color que poseen las otras piezas y como soporte se puso parte del mapa del centro histórico.



4.4.9 MAILING

El tamaño del mailing es de 452 x 747 pixeles.

4.4.9.1 FUNDAMENTACIÓN

El propósito de este canal es que los miembros suscritos en la base de datos de correos electrónicos de la Dirección del Centro Histórico se puedan enterar del nuevo recorrido creado. Debido al gran uso de este medio de comunicación es una buena vía para llegar a los miembros de la base de datos y para que ellos puedan reenviar esta información a sus contactos.

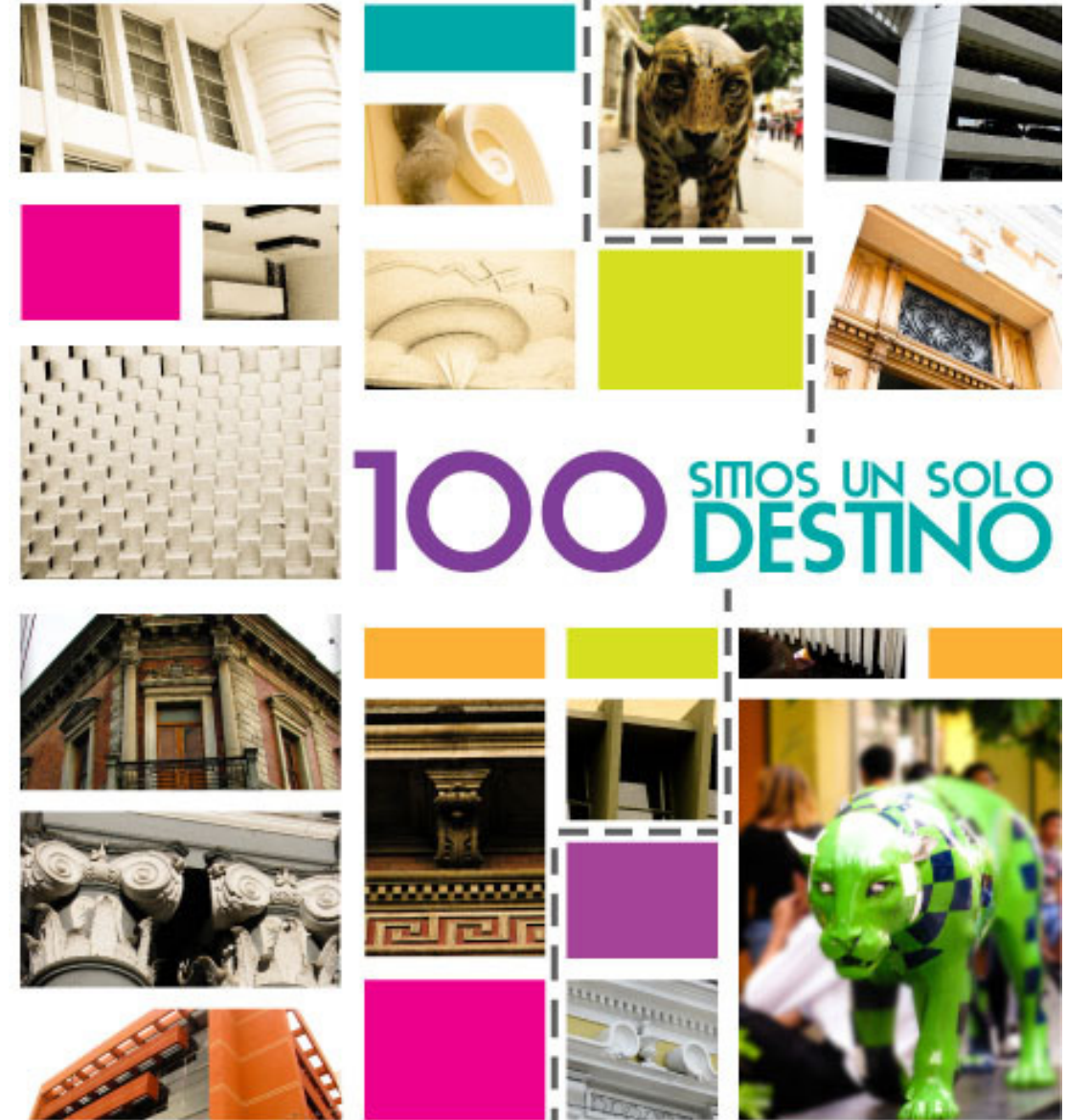
Al hacer clic en el logo del Paseo de la Sexta, el enlace redirecciona hacia el website del Paseo de la Sexta, y al hacer clic en el cuerpo del mailing se despliega una ventana con el desplegable en versión PDF.

La tipografía utilizada para el titular es la llamada "moderna", para conservar la unidad del diseño. Se incluye el nombre del titular que va en todas las piezas, fotografías alusivas al recorrido con detalles de las esculturas y detalles de elementos arquitectónicos.

La anomalía también está presente a través de los cuadros de colores y la irregularidad de algunas fotografías.



SI NO SABES QUÉ HACER, TE INVITAMOS A QUE VISITES



100 SITIOS UN SOLO DESTINO

Haz el recorrido con 100 lugares dentro del Paseo de la Sexta en donde puedes encontrar comida, lugares culturales e históricos, comercios y arte.



LINEAMIENTOS

PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA

Material	Tamaño	Soporte	Color
Desplegable	8 x 23 plg	papel bond	full color
Cartelera	35.43 x 45.66 plg	manta vinílica	full color
Cartelera Recorrido	35.43 x 45.66 plg	manta vinílica	full color
Cartelera Principal	149.208 x 109.847 plg	manta vinílica	full color
Anuncio en Revista	7.78 x 4.513 plg	papel couche	full color
Anuncio Web	134 x 69 pixeles	digital / flash	full color
Banner para Facebook	200 x 600 pixeles	jpg	full color
Volante para Facebook	960 x 573 pixeles	jpg	full color
Mailing	452 x 747 pixeles	html	full color
Total			

Medio de difusión	Observaciones	Costo
A través de los comercios	Diseño e impresión	Q. 16,200.00
Carteleras de la Sexta	La impresión de las carteleras ya está presupuestada	Q.375.00
Carteleras de la Sexta	La impresión de las carteleras ya está presupuestada	Q.375.00
Cartelera EEGSA	Impresión por parte de la EEGSA	Q 450.00
Revista Guía de Compras	Espacio gratuito	Q 225.00
Portal de la Municipalidad	Espacio gratuito	Q 225.00
FB del Centro Histórico	Servicio gratuito	Q 75.00
FB del Centro Histórico	Servicio gratuito	Q 75.00
mailchimp	Servicio gratuito	Q 150.00
Total		Q 18,150.00

CONCLU SIONES

- 1 Al exponer el material al público objetivo, éste expresó el interés de conocer a profundidad del Paseo de la Sexta, cabe pensar que de la misma manera los visitantes van a apreciar de mejor forma el material gráfico con la información del Paseo de la Sexta.
- 2 Por experiencia personal puedo afirmar que las redes sociales que maneja el Centro Histórico son un buen canal para transmitir información, por lo que difundir la información a través de las mismas, se logrará alcanzar a ese público que sólo obtiene su información a través de las redes sociales.
- 3 La forma para que una persona retenga el material es a través de colores llamativos, fotografías llamativas y una retícula que sea funcional para ubicarse en el espacio.

- 1 Simultáneamente a la impresión y distribución de los despleables, deben imprimirse y colocarse las piezas gráficas de mayor tamaño, como las carteleras, con el propósito de ahorrar costos para no tener que distribuir un ejemplar por visitante y a la vez tener diversos canales que repitan el mensaje.
- 2 Es importante que cada 6 meses se haga una revisión del recorrido para actualizar los puntos de interés que hayan cambiado dentro del Paseo de la Sexta, sin embargo, no se recomienda que el número de lugares sobrepase el número 100, ya que se perdería todo el concepto de “100 puntos un solo destino”.
- 3 Se recomienda la implementación de un recorrido virtual es importante para poder tener mayor impacto a nivel del turismo internacional. La posibilidad de poder llegar a todas las personas en el extranjero que usan el internet aumenta las probabilidades de que El Paseo de la Sexta se convierta en el lugar turístico con mayor relevancia dentro de la ciudad, sobre todo porque contiene muchísima historia y representa diferentes movimientos de arte reflejados en su arquitectura.

RECOMEN
DACIONES

BIBLIOGRAFÍA

A

1. Avella, N (2009). *Diseñar con papel*. España: Gustavo Gili.

C

2. Cabrera, A (1998). *Material de ayuda en el proceso de Diseño*, Instituto Superior de Diseño.

L

3. *Legible London, A wayfinding study*. (2006). Central London Partnership, London.

4. Lemus, J. (2011). Así Somos los guatemaltecos. *Revista D*. (No. 369) 32.

M

5. Morales, S & Cardona, R. (1996). *Rediseño del mapa turístico del INGUAT*. (Tesis inédita Técnico en Diseño Gráfico), Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala.

6. Multivex Sigma Dos de Guatemala S.A. (2006), *Clasificación y Características de los niveles socioeconómicos*, Guatemala.

P

7. Pérez Estrada, Lourdes Eugenia (2006), *El uso de la retícula*. (Tesis de Licenciatura en Diseño Gráfico), Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala.

8. Plan de Desarrollo Metropolitano. (1995). *Guatemala y el contexto internacional: Primer Estudio Base*. Guatemala: Municipalidad de Guatemala.

R

9. Rivera, S. & Berger, O. (1992). *Acuerdo de la Corporación Municipal, el que se refiere a la creación del Departamento del Centro Histórico, de la ciudad de Guatemala, como dependencia de la unidad de Planificación Urbana*. Municipalidad de Guatemala.

10. Romero, A. & Medrano, J. (2006). *Creación de Piezas Gráficas para campaña de limpieza del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala*. (Tesis de Técnico en Diseño Gráfico), Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala.

U

11. Urbanística-Taller del Espacio Publico, (2010). *Estrategia de Difusión para el Paseo de la Sexta*. Guatemala: Municipalidad de Guatemala.

12. Urbanística - Taller del espacio Publico (2010). *Flujo de Peatones, Guatemala*. Guatemala: Municipalidad de Guatemala

V

13. Valle, O (2007). *Guía para el desarrollo de Grupos Focales*. Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura USAC. Guatemala

W

14. Wong, W. (2004). *Fundamentos del Diseño*. España: Gustavo Gili.

BIBLIOGRAFÍA WEB

C

1. Chévez, N. (2005). *Taller de Campañas de Comunicación*. Recuperado de http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio_pers/rmartel/document/clase2_tcc.pdf

M

2. Manjarrez, J. *Inografía*, (pag. 5-14). Universidad de Londres. Recuperado de <http://www.youblisher.com/p/29090-Please-Add-a-Title/>

3. Morales, F. (2004-2011). *Configuración de la Sexta Avenida*. Recuperado de <http://cultura.muniguate.com/index.php/component/content/article/87-sextaavenida/541-configuracionsextaavenida>

4. Morales, F. (2004-2011). *Paseo de la Sexta*. [Cultura]. Recuperado de: <http://cultura.muniguate.com/index.php/component/content/article/87-sextaavenida/542-paseosexta>

5. Maldonado, M. (2010). *Recopilación Histórica-Arquitectónica*. Municipalidad de Guatemala. Recuperado de <http://www.muniguate.com>

U

6. Urbanística-Taller del Espacio Publico, (2010). *El Amate*. Recuperado de <http://paseosexta.muniguate.com/paseosexta/Amate.html>

7. Urbanística-Taller del Espacio Publico, (2010). *Desarrollo Económico*. [Desarrollo]. Recuperado de <http://paseosexta.muniguate.com/paseosexta/Desarrollo.html>

8. Urbanística-Taller del Espacio Publico, (2010). *El Paseo*. Recuperado de <http://paseosexta.muniguate.com/paseosexta/Paseo.html>

9. Urbanística-Taller del Espacio Publico, (2010). *Movilidad*. [Transmetro]. Recuperado de <http://paseosexta.muniguate.com/paseosexta/Transmetro.html>

ENTREVISTAS

B

1. Bendfeldt, H. (2011, Abril). *Atribuciones y población que atiende la Dirección del Centro Histórico*. Guatemala

T

2. Torres, M. (2011, Agosto). *Las funciones de la Dirección del Centro Histórico*. Guatemala.

GLOSARIO

ANOMALÍA: La anomalía de módulo es la presencia de la irregularidad en un diseño, en el cual aun prevalece la regularidad.

Marca un grado de desviación, lo que resulta en una interrupción, que podría ser leve o considerable.

El uso de la anomalía debe tener propósitos como:

- Quebrar la regularidad
- Aliviar la monotonía
- Atraer la atención
- Transformar la regularidad

ARTE FINAL: Creación de las reproducciones de alta calidad utilizadas en filmación o impresión CtP.

DESPLEGABLE: Extensión de la hoja de un libro que la hace más ancha que una página estándar, por lo que debe plegarse hacia el interior de la página.

FACEBOOK: Es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado por Eduardo Saverin, Chris Hughes, Dustin Moskovitz y Mark Zuckerberg.

DOBLEZ: Bordes de una hoja de papel plegada que se va a recortar.

LÍNEAS DE CORTE: Líneas impresas que caen fuera del área de las imágenes y que indican por dónde hay que cortar la hoja. También pueden utilizarse como marcas de registro si no aparecen otras.

OPACIDAD: Grado en que se transparenta lo impreso en el dorso de una hoja de papel.

PAPEL COUCHÉ: Papel estucado, con un acabado duro, suave y brillante, que se consigue mediante un estucado uniforme de caolín en una o ambas caras del papel.

TROQUEL: Objeto de metal fabricado a partir del arte final, que se utiliza para la impresión de un diseño determinado. Su finalidad es imprimir relieves, recortar formas o hender.



IMPRIMASE

Arq. Carlos Enrique Valladares
Decano

Lic. Gustavo Jurado
Asesor Gráfico
Colegiado No. 4,401

Andrea Alejandra Osuna Juárez

