



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Escuela de
Diseño Gráfico
Arquitectura



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

**"RENOVACIÓN DE IMAGEN INSTITUCIONAL Y CREACIÓN DE LA PÁGINA
DE INTERNET Y VIDEO PROMOCIONAL DEL MUSEO DE HISTORIA NATURAL
DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA"**

Proyecto de Graduación
presentado por:

Zoyla Michell Quiñónez López de Cano

para optar el título de:

"Licenciada en Diseño Gráfico "
Énfasis Informático Visual

egresada de la Facultad de Arquitectura
de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, agosto del 2012





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Escuela de
Diseño Gráfico
Arquitectura



arquitectura

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

**“RENOVACIÓN DE IMAGEN INSTITUCIONAL Y CREACIÓN DE LA
PÁGINA DE INTERNET Y
VIDEO PROMOCIONAL DEL MUSEO DE HISTORIA NATURAL DE
LA UNIVERSIDAD
DE SAN CARLOS DE GUATEMALA”.**

Proyecto de Graduación
presentado por:

Zoyla Michell Quiñónez López de Cano

para optar al título de:

**“Licenciada en Diseño Gráfico”
Énfasis Informático Visual**

egresada de la Facultad de Arquitectura
de la Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, agosto del 2012



NÓMINA DE JUNTA DIRECTIVA

FACULTAD DE ARQUITECTURA

Decano: Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Vocal I: Arqta. Gloria Ruth Lara de Corea

Vocal II: Arq. Edgar Armando López Pazos

Vocal III: Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras

Vocal IV: Br. Jairon Daniel Del Cid Rendón

Vocal V: Br. Carlos Raúl Prado Vides

Secretario: Arq. Alejandro Muñoz Calderón



TRIBUNAL EXAMINADOR

Decano: Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Secretario: Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Examinador: Licenciada Emperatriz Pérez

Examinador: Licenciada Wendy Herrera

Examinador: Licenciado Rualdo Anzueto



Dedicado a.....

Nuestro Señor Jesucristo por guiar mi camino para que siga adelante y nunca darme por vencida.

Mis papas Rodolfo y Ruth, por su amor, apoyo incondicional y por creer en mi dandome el ejemplo que todo esfuerzo tiene su recompensa.

Mi bebita Michy por ser mi razón de vivir y brindarme parte de su tiempo para poder seguir mis estudios, sabiendo que el logro alcanzado también es suyo.

Mi esposo Franklin, por su amor, comprensión y apoyo.

Mis hermanas Nancy, Betzy, Esthefany e Ivoncita por su cariño.

Mi tia Angelita por su cariño y apoyo.

A mi bisabuelita y abuelitas por su cariño.

A mi suegra Miriam de Cano, por su cariño y consejo.

A mis sobrinos, primos, tios, cuñadas y familia por su cariño.

A mis amigos, por su motivación y apoyo, muy en especial a Olga, Celeste, Evelyn y Lourdes.

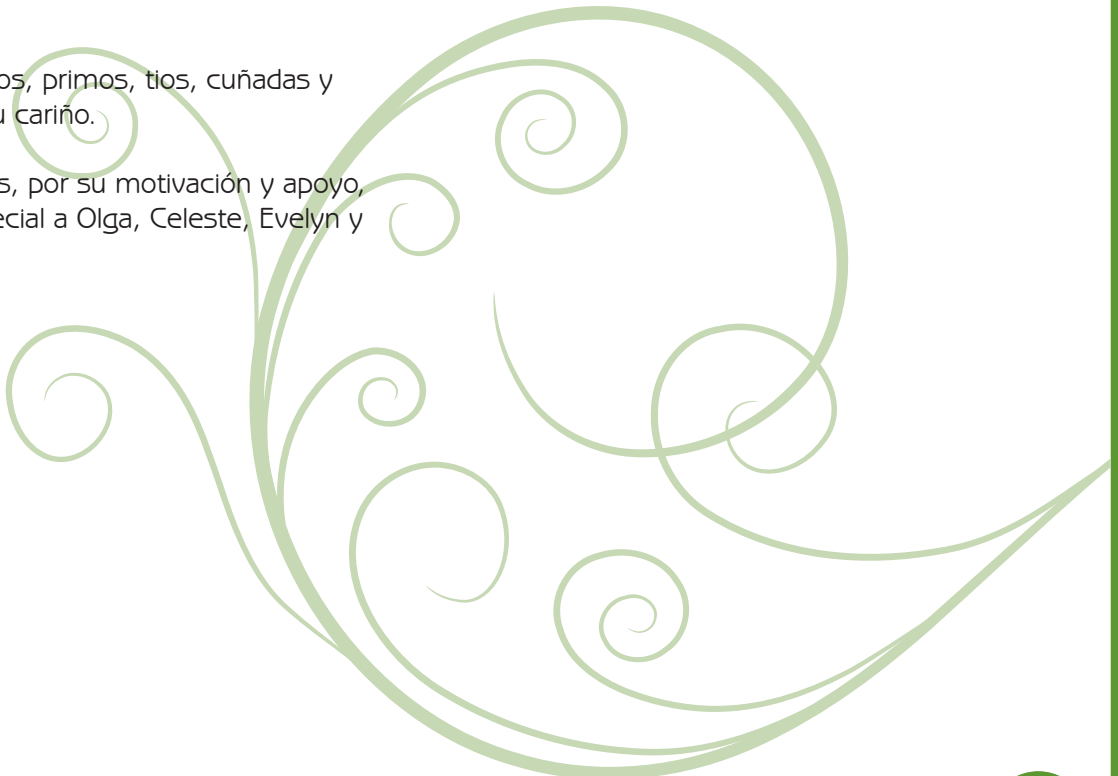
Gracias a.....

Al Museo de Historia Natural de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por su apoyo y colaboración.

A Brenda Chavez por su apoyo en la realización de este proyecto.

A mis asesores, Wendy, Americo(QPD), Rualdo y Emperatriz por el apoyo y alentarnos a seguir adelante.

A mi universidad San Carlos de Guatemala, por ser mi casa de estudio y brindarme la oportunidad de poder ser una persona profesional.





INDICE

Nómina de Junta Directiva.....	IV
Dedicatoria.....	V
Presentación.....	IX

CAPITULO I

Introducción

1.1 Antecedentes.....	13
1.1.1 Objetivos del Museo de Historia Natural.....	13
1.1.2 Servicios que presta el Museo de Historia Natural.....	14
1.1.3 Colecciones de exhibición.....	15
1.2 Problema.....	21
1.3 Justificación.....	21
1.4 Objetivos.....	22
1.4.1 General.....	22
1.4.2 Específicos.....	22

CAPITULO II

Perfil del cliente y grupo objetivo

2.1 Perfil del cliente.....	25
2.1.1 Datos Generales.....	25
2.1.2 Propósito y Actividades.....	25
2.1.3 Características Generales de la Población.....	25
2.1.4 Necesidades Visuales.....	25
2.2 Grupo objetivo.....	26

CAPITULO III

Conceptos Fundamentales

3.1 Conceptos relacionados con el tema del proyecto.....	29
3.1.2 Museo.....	29
3.1.2 Ecología.....	29
3.1.3 Geología.....	30
3.1.4 Minerología.....	30
3.1.5 Paleontología.....	31
3.1.6 Zoología.....	31
3.1.7 Botánica.....	31
3.2 Conceptos de Diseño.....	31
3.2.1 Diseño gráfico.....	31
3.2.2 Formas, colores y textos en un grafismo.....	32
3.2.3 Imagen.....	33
3.2.4 Imagen Corporativa.....	38
3.2.5 Logotipo.....	39
3.2.6 Identidad Corporativa.....	40
3.2.7 Página WEB.....	43

CAPITULO IV

Conceptos de Diseño, Método y Bocetaje

4.1 Concepto Creativo.....	47
4.2 Método de Diseño.....	47
4.3 Proceso de Bocetaje.....	48

CAPITULO V

Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

5.1 Comprobación de Eficacia.....	59
5.2 Propuesta Gráfica Final y Fundamentación.....	69

CONCLUSIONES.....

LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA.....

PROPUESTAS ALTERNATIVAS.....

BIBLIOGRAFÍA.....

ANEXOS.....

.....	94
-------	----



Presentación

El Museo de Historia Natural fundado en el año de 1918, es una institución que pertenece a la Facultad de Biología de la Universidad de San Carlos de Guatemala, cuenta con gran cantidad de material de apoyo para poder estudiar la Naturaleza, por lo mismo se ve la necesidad de la renovación de su imagen institucional, elaboración de apoyo publicitario y promocional, para así poder estar en ventaja con respecto a los demás museos de la ciudad de Guatemala.

El proyecto dará un aporte publicitario visual para dar a conocer al museo y así mismo aprovechar todos los recursos con los que cuenta y que servirán de gran ayuda en la enseñanza y educación de la población estudiantil de Guatemala.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN





1.1 Antecedentes:

El Museo se cuenta con minerales, aves y mamíferos, siendo estas colecciones de la primera feria Centroamericana en 1897. Estas colecciones fueron engrosadas por piezas que enviaron los jefes departamentales según edicto del gobierno (ley 5ª) en 1831. Las colecciones pasaron a ser parte de la Escuela de Medicina y Farmacia en 1880. En 1918 se separó de la Facultad de Medicina la Facultad de Ciencias Naturales y Farmacia, a la cual quedaron adjudicadas las colecciones.

El Museo de Historia Natural pertenece a la Escuela de Biología de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia de la Universidad San Carlos de Guatemala. Actualmente cuenta con 25,000 ejemplares de los grupos más importantes de fauna y flora que pueden ser utilizados, dispuestos en 10 salones. Cuenta también con una valiosa colección Científica de 35,000 ejemplares con datos de colector, fecha de colecta y localidad; que abarca gran parte de nuestro territorio. Estas colecciones suman 60,000 ejemplares que lo convierten en una Institución con gran potencial educativo.

De la historia del museo se sabe que el animal llamado Megatherium es la mascota oficial del mismo y, por eso, en el salón de paleontología se encuentra la pintura y los restos fósiles de este animal.

1.1.1 Objetivos del Museo de Historia Natural:

1. Proteger, preservar y mantener las colecciones de exhibición y científicas del Museo, como patrimonio nacional.
2. Servir como medio de divulgación de la Historia Natural de Guatemala (características de la fauna, flora, especies en peligro de extinción, particularidades de los ecosistemas y otros).
3. Procurar el intercambio científico y cultural, así como mantener relaciones de consulta y cooperación con Instituciones afines a esta Institución.
4. Lograr que el usuario que visita el Museo comprenda la importancia de la preservación de la especie y su hábitat a través de su recorrido por los salones,

- guías del Museo y por el material que se le proporcione.
5. Ofrecer un lugar de estudio y esparcimiento al guatemalteco.
 6. Aprovechar al máximo los materiales biológicos del Museo y el espacio como recurso didáctico para elaborar paquetes educativos, cursos, biblioteca, audiovisuales, talleres y otros.
 7. Prestar servicios de asesoría sobre temas científicos, sobre Historia Natural, y Educación Ambiental a las personas e instituciones que así lo soliciten.



1.1.2 Servicios que presta el Museo de Historia Natural:

El museo cuenta con varios servicios, por lo que se sugiere que se indique el tema o servicio que se desea:

- 1. El servicio de guía:** Durante su recorrido en el Museo y Jardín (este servicio debe ser solicitado con 15 días de anticipación y con un máximo de 80 alumnos). Incluye visita a los salones de minerales, fósiles, botánica, invertebrados, insectos, anfibios y reptiles, aves y mamíferos de Guatemala, como también la visita al Jardín Botánico, considerado patrimonio nacional.
- 2. Conferencias sobre temas afines a las Ciencias Naturales:** Solicitadas con 15 días de anticipación y con un máximo de 100 alumnos (temas como ecología, fauna, flora etc.). Las personas que imparten las conferencias poseen experiencia en los temas mencionados.
- 3. Orientación a maestros en temas específicos:** Tanto el Jardín Botánico como el Museo cuentan con biblioteca de fauna, flora, ecología, etc. se imparten foros, talleres y asesoría en temas de medio ambiente. Se puede orientar al maestro para temas específicos, por ejemplo, si se quiere saber de insectos se puede utilizar el material que tiene el salón de insectos o se puede aprovechar también el recurso del Jardín Botánico para aprender cualquier tema específico de la flora de Guatemala.
- 4. Cine-Forum Ecológicos:** Este servicio incluye proyectar un video a los estudiantes y luego dialogar sobre el mismo.
Se cuenta con 93 videos de todos los temas. Los videos están catalogados según la edad del grupo solicitante.



5. Servicio de Biblioteca en el Museo y Jardín Botánico. El museo cuenta con 575 libros ingresados en una base de datos y si se esta interesado se puede solicitar una copia en el museo. Entre el material se cuenta con la primera publicación de Humedales de Guatemala.

6. Laboratorio de descubrimientos: Durante 35 minutos los niños pueden jugar y aprender sobre: Bosque tropical, área marina, insectos, animales nocturnos, etc. "En este salón es prohibido no tocar". El niño interactúa con huesos de animales, cráneos, pieles, juegos, animales vivos y muchísimas cosas más. Este salón esta dedicado a niños de 1° a 3° de primaria y grupos de 20 alumnos. Este servicio se solicita con 15 días de anticipación.

1.1.3 Colecciones de exhibición:

El Museo tiene 11 salones de los cuales 7 se han remodelado, faltan remodelar tres salones y abrir dos nuevos; los salones que cuenta actualmente son:

- 1. Fósiles:** Este salón se remodeló en 1994, en 1997 se elaboró un mueble de 1.20 de ancho por 4.20 de largo, se pintó y se elaboraron dos maquetas. La colección de fósiles consta de 1,500 piezas. Alrededor del 90 % de muestras fueron obtenidas en la zona 12 de esta ciudad y datan de hace 35,000 años. Al inicio del recorrido en el salón se explica: Qué es un fósil, Las eras y evolución sobre la tierra, cómo se forma un fósil, diferentes formas de fosilización para terminar con fósiles dispuestos en forma cronológica: Fósiles marinos, fósiles vegetales y fósiles de mamíferos.
- 2. Herpetario:** Esta sección muestra aproximadamente 74 ejemplares que corresponden a 29 especies de reptiles y anfibios venenosos y no venenosos de nuestro país en sus recintos con representación de los habitats en los que se encuentran. En este salón se tiene proyectada la remodelación con mobiliario más duradero y dispuesto evolutivamente como el resto del Museo.
- 3. Rocas y Minerales:** Esta colección cuenta con 1,267 rocas y minerales; la mayoría pertenecen a nuestro país y el resto proviene de donaciones de Estados Unidos, Francia y México. En este salón se inicio un proyecto de remodelación

en el 2001 que incluyo la colocación de 8 dioramas.

4. Hongos y Plantas: Este salón se inaugura en el segundo semestre del 2001.

Se muestra la evolución de las plantas, y está colocado en forma cronológica como fueron evolucionando los diferentes taxones: Plantas unicelulares, algas, helechos, líquenes, musgos, gimnospermas, angiospermas, monocotiledóneas. También cuenta con una exhibición de plantas medicinales para terminar con dos muebles de Hongos. En medio del salón hay un mueble con una colección de semillas. Consta de 350 especímenes, frutos y plantas preservadas en seco y líquido, dispuestas en 10 muebles.

5. Invertebrados Marinos. Se inauguró la remodelación en febrero de 1999.

Este salón es la representación del Océano Atlántico, contiene los ecosistemas más importantes como arrecifes, grama marina, zona costera, playa y el fondo oceánico. Cuenta con 1,938 ejemplares. El recorrido del salón representa la forma del caracol Nautilus, fósil viviente que vive a grandes profundidades. Para realizar el recorrido en este salón hay que subir a una tarima, esto se hizo con el fin de que se comprendan las profundidades del mar, así como que organismos se encuentran en la parte más baja y que organismos se encuentran casi a nivel de la parte terrestre. Las exhibiciones están colocadas evolutivamente. Los dioramas representan ecosistemas marinos característicos del Océano Atlántico.

6. Insectos: En el mundo hay 1,000, 000 especies de insectos. Este salón cuenta con 1,500 especímenes dispuestos en orden evolutivo iniciando con los insectos como los quiebra palitos y terminando con abejas y mariposas. Encontramos 13 órdenes de los insectos representados del los 31 órdenes que existen.

7. Peces: Este salón no se ha remodelado. Representa el Océano Pacífico de Guatemala, ya que la colección consta de 150 peces colectados en 1968 por el Cuerpo de Paz de Estados Unidos en el Pacífico de Guatemala. Entre los ejemplares están los tiburones, pez sierra, manta rayas, pez sapo, pez erizo y otros. Los especímenes están colocados evolutivamente de acuerdo a como fueron apareciendo sobre nuestro planeta. En este salón se encuentra un mapa en relieve de la distribución de los peces y las paredes están pintadas





con temas del mar

8. Anfibios y reptiles: Se remodelo en 1997. La colección de anfibios cuenta con 70 especies diferentes y tres representaciones de las 3 familias de serpientes venenosas de Guatemala. Presenta los dioramas en forma evolutiva iniciando con un diorama de anfibios, tortugas, cocodrilos, iguanas y serpientes.


Este salón se remodeló y se expuso a los especímenes en dioramas, se agregaron las exhibiciones de mitos y leyendas de los reptiles, causas de su extinción, huesos y dientes de serpientes, también se pintó el salón con anfibios y hojas.

9. Aves y Mamíferos: Para la remodelación de este salón se obtiene el primer fondo en octubre de 1993, y otros fondos en 1994 se inauguro en 1995 (remodelación de la primera etapa). En 1996 se inaugura la segunda etapa. Estos salones cuentan con 754 aves y 150 mamíferos de los cuales parte se encuentra representados en 10 dioramas: Bosque nuboso, bosque seco, monte espinoso, bosque húmedo tropical nocturno y diurno, manglar, humedal, agro sistema y aves de jardín. Este salón se encuentra al final del recorrido con el objeto de que los estudiantes comprendan como interaccionan las diferentes especies en un ecosistema y reconozcan de esta forma los ecosistemas terrestres de Guatemala.

10. Laboratorio de descubrimientos: El salón fue elaborado e inaugurado en febrero de 1999. Este salón fue creado con el fin de que los niños aprendan sobre los recursos naturales de nuestro país partiendo de tres temas: Mamíferos de Guatemala, bosques tropicales y animales increíbles. En este salón es prohibido no tocar, ya que los niños entran a jugar y aprender por medio del tacto, olor y sonido de los materiales naturales. El museo cuenta con una pequeña biblioteca y juegos. Además de estos salones el museo cuenta con otro tipo de áreas como:

Exhibición del Caimanario. En 1987 se construyó la pared del caimanario-tortugario con su laguneta. En 1998 se separó a los caimanes de las tortugas por medio de una pared y se construyó una laguneta con malla, para las mismas.

Biblioteca. En 1991 se inician gestiones para que el señor Rigoberto López



Menchú desalojara un área del Museo que ocupaba como vivienda desde varios años atrás y es hasta diciembre de 1993 que desaloja el lugar. Por estas razones se decide que parte del área será dedicada para biblioteca y es así como desde 1994 se empiezan a comprar libros para inaugurar en 1996 la biblioteca. En el 2001 se obtienen Q27,000.00 del CONCYT; por lo que se le cambia el nombre como centro de Información con 575 libros, 86 videos, un recibidor de 6 metros y 6 estanterías de metal, inaugurados el 2 de marzo del 2001.

Área de Humedales. En marzo del 2,000 se convirtió el jardín en un humedal que representa la Reserva de Punta de Manabique, se coloca una pasarela de cemento y hierro con una cartelera sobre los Humedales de Guatemala y se elabora un folleto sobre los humedales de Guatemala. El proyecto se ejecuto por la colaboración del encargado de reptiles y gracias a la donación de la UICN.

Bioterio: El bioterio es el área donde se mantienen ratas para dar de comer a los reptiles, está área se inició en 1996 con el fin de darle de comer a los reptiles.

El aserrín que se usa para cambiar los recintos es donado por el aserradero italiano desde 1998 y la comida de ratones es donada por purina desde 1999. El museo es anualmente visitado por 15,000 a 18,000 personas entre ellos distribuidos 90% estudiantes de establecimientos educativos y el 10% de visitantes locales y extranjeros y el precio de entrada al público en general es de Q.3.00. En el museo pueden encontrarse diversidad de colecciones de especies naturales, como lo son: Plantas y Hongos, Serpentario, Rocas y Minerales, Paleontología, Invertebrados Marinos, Insectos, Peces, Anfibios y Reptiles, Aves y Mamíferos, etc.

El museo esta dividido en 2 áreas:

1. Investigación de Colecciones Zoológicas (Solo son mostradas a investigadores, o a personas que lo soliciten por medio del encargado de estas colecciones, no están en exhibición al público.)
2. Educación Ambiental (Tres tipos de servicio del cual el público solo puede escoger uno de ellos)




- 2.1 Video foros.
- 2.2 Charlas (Medio Ambiente).
- 2.3 Colecciones de exhibición.

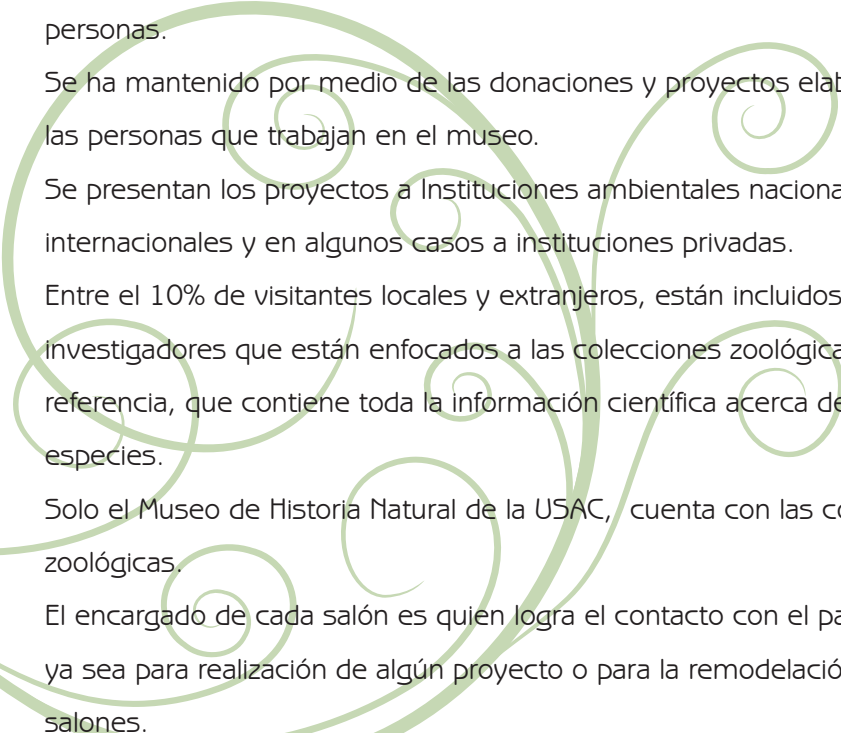
Del valor de la entrada el museo recibe el 40%, el Jardín Botánico 40% y la USAC el 20%.

Por este bajo porcentaje el museo cuenta con las siguientes limitaciones:

- Paredes y techo en malas condiciones, lo que afecta también a las especies que ahí se conservan.
- El edificio esta obsoleto y en malas condiciones.
- Deterioro en el cableado eléctrico y en cañerías de agua.
- Falta de personal para limpieza.
- El presupuesto no es suficiente para las necesidades y exigencias del público.
- No hay una persona asignada para atender al público.
- Los técnicos tienen diversas atribuciones como investigaciones, tramites, taxonomía, charlas etc., y por lo mismo no pueden atender a todas las personas que visitan el museo.
- El museo cuenta con una biblioteca pero no hay una persona asignada para atenderla.
- El valor de la entrada es de Q.3.00 por persona (incluye visita al museo y al jardín botánico),
- El museo cuenta con internet por medio de línea telefónica por lo que es ilimitado.
- Por estar fuera del campus universitario no cuenta con todos los beneficios, mejores instalaciones, mantenimiento, internet por medio de fibra óptica, etc.
- No cuenta con un presupuesto para publicidad.
- El museo no cuenta con una secretaria para atender llamadas.
- El material escrito (guías) están en blanco y negro.
- Falta de información para las personas, ya que solo se cuenta con las guías.
- La información de las guías esta solamente en español.

- 
- La presentación de las especies no es la adecuada, como los peces que se encuentra en frascos de vidrio.
 - El museo no tiene la capacidad para viajar a los departamentos a dar charlas, ya que no cuenta con el transporte para las especies y personal del museo.
 - En algunos casos los establecimientos visitan el museo con grupos grandes de niños sin previo aviso, lo cual provoca un poco de aglomeración y espera sin hay otros grupos grandes de alumnos visitándolo.
 - El museo no cuenta con un reglamento, sino con normas.
 - Las personas que lo visitan tienen poca cultura, provocando deterioro a las instalaciones.
 - Debido a que no hay vigilancia, las personas que lo visitan en ocasiones han roto vidrios, destruido material de referencia o sustracción de las diferentes especies.

El museo también cuenta con atributos:

- 
- Las personas que atienden al público son biólogos y por lo tanto saben el nombre común de las especies así como el científico.
 - Esta ubicado en una zona cultural y por lo mismo con afluencia de personas.
 - Se ha mantenido por medio de las donaciones y proyectos elaborados por las personas que trabajan en el museo.
 - Se presentan los proyectos a Instituciones ambientales nacionales e internacionales y en algunos casos a instituciones privadas.
 - Entre el 10% de visitantes locales y extranjeros, están incluidos también investigadores que están enfocados a las colecciones zoológicas de referencia, que contiene toda la información científica acerca de las especies.
 - Solo el Museo de Historia Natural de la USAC, cuenta con las colecciones zoológicas.
 - El encargado de cada salón es quien logra el contacto con el patrocinador ya sea para realización de algún proyecto o para la remodelación de salones.



- El museo recibe aproximadamente grupos de 60 estudiantes, de los cuales 30 visitan en el museo mientras los otros 30 el jardín botánico.
- Los salones que han sido remodelados son los que mas llaman la atención de las personas.

1.2 Problema:

El museo no cuenta con una imagen institucional, el logotipo del mismo fue creado en el año de 1997 y desde ese año nunca se ha renovado, este problema abarca todo lo que es papelería, rotulación y señalización interna del museo. El museo no cuenta con una pagina de internet, lo cual lo hace estar en desventaja con otros museos, ya que el internet se ha vuelto uno de los medios de comunicación mas usados por las personas a nivel mundial. Aunado a esto, no posee un video promocional, que sirva de ayuda para que los patrocinadores conozcan en que consiste el museo.

Por lo anterior, se pudo identificar el problema como una falta de imagen institucional del museo, la cual afecta en varios aspectos al museo, desde su logotipo hasta la rotulación y señalización interna.

1.3 Justificación:

1.3.1 Magnitud

Entre 15,000 a 18,000 personas visitan el museo anualmente, de ellas 90% son estudiantes (de 2 a 20 años) de establecimientos educativos tanto colegios como escuelas y el 10% de visitantes locales, extranjeros, de ambos sexos e investigadores de colecciones zoológicas.

1.3.2 Trascendencia

Siendo el museo una de las pocas instituciones en donde el aprendizaje de la historia natural se da con colecciones reales de las diferentes especies de la historia natural, la imagen institucional no ha tenido ninguna renovación del logotipo, papelería, señalización interna, rotulación, etc. Al no tener una página de internet el museo se encuentra en desventaja y no es visto mundialmente. El museo no cuenta con ninguna clase de apoyo visual para que los donadores puedan conocerlo y tomen más rápido la decisión de ayudar con donaciones.

1.3.3 Vulnerabilidad

La imagen institucional será renovada creando un nuevo logotipo que tenga elementos que identifiquen al museo, con esto también se renovara toda la papelería, señalización y rotulación. La creación de la página de Internet hará que el museo sea visto por todas las personas a nivel nacional e internacional, proporcionándoles a todas las personas que la visiten la información necesaria del museo. El video promocional mostrara los salones principales del museo, para poder proporcionárselo a los donadores y establecimientos que deseen visitar el museo.

Es importante transformar toda la información con la que cuenta el museo en piezas gráficas atractivas a la vista de los visitantes.

1.3.4 Factibilidad

Para poder llegar a realizar la renovación de la imagen, creación de la página de internet y del video promocional, se utilizara los recursos de la tecnología, ya que con programas de diseño grafico actualizados se creara la pagina de internet y el video promocional.

1.4 Objetivos:

1.4.1 General:

“Creación de material gráfico institucional y promocional del Museo de Historia Natural de la Universidad de San Carlos de Guatemala”.

1.4.2 Específicos:

- Que el museo posea una imagen que lo represente y que al mismo tiempo sea llamativa, para que sea más fácil su identificación en relación a los otros museos que existen en Guatemala.
- Que el museo sea conocido a nivel mundial y que cualquier persona tenga acceso a la información principal del museo, como lo es la localización, teléfonos, horarios, salones, conferencias etc.
- Dar la información necesaria a los patrocinadores sobre el museo, creando en ellos la inquietud de ayudar al museo con sus donaciones para así poder explotar todo el material que se expone en el mismo.



CAPITULO II

PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO

The background of the slide is a dark green color with a lighter green horizontal band at the top. The top band contains the text 'CAPITULO II' in white. A vertical light green bar on the right side contains the text 'PERFIL DEL CLIENTE Y GRUPO OBJETIVO' in black. The main area of the slide features a decorative pattern of light green swirls and lines.

2.1 Perfil del cliente:

2.1.1 Datos Generales:

Nombre: Museo de Historia Natural de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Dirección: Calle Mariscal Cruz 1-56 Zona 10.

Sede: Guatemala, Guatemala

Encargados: Licda. Lucia de Prado y Licda. Brenda Chávez.

2.1.2 Propósito y Actividades:

Tiene como propósito, exhibir la presentación de especies naturales, de una forma no formal sino ambiental, a través de las diferentes colecciones.

El museo esta dividido en 2 áreas:

1. Investigación de Colecciones Zoológicas (Solo son mostradas a investigadores, o a personas que lo soliciten por medio del encargado de estas colecciones, no están en exhibición al público.)
2. Educación Ambiental (Tres tipos de servicio del cual el público solo puede escoger uno de ellos)
 - 2.1 Video foros.
 - 2.2 Charlas (Medio Ambiente).
 - 2.3 Colecciones de Exhibición.

2.1.3 Características Generales de la Población:

Entre 15,000 a 18,000 personas visitan el museo anualmente, de ellas 90% son estudiantes (de 2 a 20 años) de establecimientos educativos tanto colegios como escuelas de nivel socioeconómico A-B y el 10% de visitantes locales, extranjeros de ambos sexos e investigadores de colecciones zoológicas.

2.1.4 Necesidades Visuales:

El museo cuenta con las siguientes necesidades visuales:

- El logotipo no identifica al museo.

- El logotipo no ha sido modificado desde el año de 1997.
- La señalización y rotulación no tiene unidad.
- No hay imagen de marca.
- No cuenta con una página de internet que la identifica.
- No cuenta con un video promocional para los patrocinadores y establecimientos educativos.



2.2 Grupo objetivo:

2.2.1 Perfil del Grupo Objetivo:

Estudiantes (de 2 a 20 años) de establecimientos educativos tanto colegios como escuelas de nivel socioeconómico A-B.

Visitantes locales, extranjeros de ambos sexos e investigadores de colecciones zoológicas.

En general, estudiantes tanto a nivel primario, básico, diversificado y universitario que visitan el museo como parte del curso de Ciencia Naturales o Biología, o por algún trabajo de investigación en especial.



CAPITULO III

CONCEPTOS FUNDAMENTALES

The background of the page is a dark green color with a lighter green horizontal band at the top. The text 'CAPITULO III' is written in white, bold, sans-serif font within this band. Below the band, the text 'CONCEPTOS FUNDAMENTALES' is written in black, bold, sans-serif font, oriented vertically on the right side of the page. The background is decorated with several light green, stylized swirls and lines that resemble a plant or a decorative pattern.



3.1 Conceptos relacionados con el tema del proyecto:

3.1.1 Museo:

En su origen un museo fue un templo de Musas, un lugar sagrado que ellas frecuentaban, y no hay que olvidar que, en su origen, las Musas eran las diosas de la memoria. Más tarde, en la época de la dinastía Ptolemaica, Ptolomeo II Filadelfo mandó construir en Alejandría un edificio al que llamó Museo (otras fuentes aseguran que su fundador fue Ptolomeo I Sóter, padre del anterior). Estaba dedicado al desarrollo de todas las ciencias y servía además para las tertulias de los literatos y sabios que vivían allí, bajo el patrocinio del Estado. En aquel museo se fue formando poco a poco una importante biblioteca.

Un museo en la actualidad es un establecimiento bastante complejo que requiere múltiples cuidados. Suele estar dotado de una amplia plantilla de trabajadores de las más diversas profesiones. Empezando por el director, allí son necesarios además, los restauradores, conservadores, analistas, administradores y conserjes. Los museólogos afirman que el verdadero objetivo de los museos es la divulgación de la cultura, la investigación, las publicaciones al respecto y las actividades educativas. En los últimos años ha surgido la idea de las exposiciones itinerantes en las que cada museo de distintas ciudades aporta algunas de sus obras para que puedan verse todas juntas en un determinado lugar. Por el momento no se tiene una evaluación correcta sobre los beneficios de esta nueva costumbre. Hay eruditos a favor y en contra y todos los razonamientos expuestos son aceptables.

3.1.2 Ecología:

“Entendemos por ecología el conjunto de conocimientos referentes a la economía de la naturaleza, la investigación de todas las relaciones del animal tanto con su medio inorgánico como orgánico, incluyendo sobre todo su relación amistosa y hostil con aquellos animales y plantas con los que se relaciona directa o indirectamente. En una palabra, la ecología es el estudio de todas las complejas interrelaciones a las que Darwin se refería como las condiciones de la lucha por la existencia. La ciencia de la ecología, a menudo considerada equivocadamente como «biología» en un sentido restringido, constituye desde hace tiempo la esencia de lo que generalmente se denomina «historia natural». Como se ve claramente

por las numerosas historias naturales populares, tanto antiguas como modernas, este tema ha evolucionado en íntima relación con la zoología sistemática. En la historia natural se ha tratado la ecología de los animales con bastante inexactitud; de todos modos, la historia natural ha tenido el mérito de mantener vivo un amplio interés por la zoología.”

“La ecología se ocupa de las interrelaciones que existen entre los organismos vivos, vegetales o animales, y sus ambientes, y éstos se estudian con la idea de descubrir los principios que regulan estas relaciones. El que tales principios existen es una suposición básica -y un dogma- para el ecólogo. Su campo de investigación abarca todos los aspectos vitales de las plantas y animales que están bajo observación, su posición sistemática, sus reacciones frente al ambiente y entre sí y la naturaleza física y química de su contorno inanimado. Debe admitirse que el ecólogo tiene algo de vagabundo reconocido; vaga errabundo por los cotos propios del botánico y del zoólogo, del taxónomo, del fisiólogo, del etólogo, del meteorólogo, del geólogo, del físico, del químico y hasta del sociólogo. Invade esos terrenos y los de otras disciplinas establecidas y respetadas. El poner límite a sus divagaciones es realmente uno de los principales problemas del ecólogo y debe resolverlo por su propio interés.”

3.1.3 Geología:

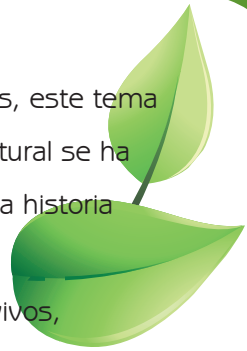
Dentro del estudio de la tierra, la Geología trata de la composición y estructura de la misma, así como de los fenómenos que en ella tienen o tuvieron lugar. No es una ciencia meramente descriptiva, ya que investiga también el porqué de los fenómenos observados y formula las leyes que los rigen. Esto requiere la utilización de otras ciencias o técnicas auxiliares, imprescindibles para poder comprender el proceso geológico.

El estudio de los fenómenos que modelan la superficie del globo terráqueo corresponde a la Geodinámica externa, en la cual se incluyen la Geomorfología y la Fisiografía.

3.1.4 Mineralogía:

Se define la Mineralogía como la ciencia que estudia los minerales, especies químicas naturales con muchas impurezas, que se encuentran en la endosfera y, a veces, en la litosfera. Las rocas son agregados en cuya composición entran diversos minerales.

Los minerales tienen una importancia considerable ya que son una necesidad absoluta para el hombre. Son sustancias sólidas o líquidas que tienen una composición química fija y una



estructura cristalina.

3.1.5 Paleontología:

Ciencia que trata de los restos animales o vegetales que poblaron la tierra en épocas pretéritas, conservados en los sedimentos y asociados ahora a rocas sedimentarias.

Actualmente cobra un auge la Micropaleontología, que efectúa investigaciones sobre los fósiles y fragmentos susceptibles de observación microscópica.

3.1.6 Zoología:

Es la parte de la ciencia naturales que estudian a los animales, su proceso reproductivo, clasificación y descripción.

Entre la clasificación se encuentran: invertebrados, insectos, peces, anfibios, reptiles, aves, mamíferos.

3.1.7 Botánica:

Tiene por objeto el conocimiento de las plantas. La importancia de esta ciencia se basa principalmente en que los primeros seres organizados fueron los vegetales y en que los animales y los hombres sacan directamente o indirectamente provecho de ellos.

3.2 Conceptos de Diseño:

3.2.1 Diseño gráfico:

El diseño gráfico es un proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados.

El diseño gráfico busca transmitir las ideas esenciales del mensaje de forma clara y directa, usando para ello diferentes elementos gráficos que den forma al mensaje y lo hagan fácilmente entendible por los destinatarios del mismo.

El diseño gráfico no significa crear un dibujo, una imagen, una ilustración, una fotografía.

Es algo más que la suma de todos esos elementos, aunque para poder conseguir poder comunicar visualmente un mensaje de forma efectiva el diseñador debe conocer a fondo los diferentes recursos gráficos a su disposición y tener la imaginación, la experiencia, el buen

gusto y el sentido común necesarios para combinarlos de forma adecuada.

El resultado final de un diseño gráfico se denomina grafismo, y es una unidad por sí misma, aunque esté compuesto por multitud de elementos diferentes. Podemos establecer una analogía entre un grafismo y un plato de cocina. Ambos están compuestos por diferentes elementos individuales que, unidos correctamente y con sabiduría, componen una obra final única y definida que va más allá de la suma de las partes que la forman.



3.2.2 Formas, colores y textos en un grafismo:

Toda obra de comunicación visual nace de la necesidad de transmitir un mensaje específico.

Un diseñador gráfico no es un creador de formas, sino un creador de comunicaciones, un profesional que mediante un método específico (diseño) construye mensajes (comunicación) con medios visuales (grafismos). No es el creador del mensaje, sino su intérprete.

El principal componente de toda composición gráfica es pues el mensaje a interpretar, la información que se desea hacer llegar al destinatario a través del grafismo. Esta información se debe representar por medio de diferentes elementos gráficos, que pueden ser muchos y variados, aunque los más comunes son:

- Elementos gráficos simples: puntos y líneas de todo tipo (libres, rectas, quebradas curvas, etc.)
- Elementos geométricos, con contorno o sin él: polígonos, círculos, elipses, óvalos, etc.
- Tipos: letras de diferentes formas y estructura, utilizadas para presentar mensajes textuales.
- Gráficos varios: logotipos, iconos, etc.
- Ilustraciones
- Fotografías
- Cualquier otro elemento visual apto para comunicar un mensaje.

Estos elementos básicos se combinan unos con otros en un grafismo, y de esta combinación surge un resultado final en el que tienen mucha importancia una serie de conceptos propios del diseño gráfico, entre los que destacan:

- Las agrupaciones: conjuntos de elementos relacionados mediante proximidad, semejanza, continuidad o simetrías.



- La forma: forma de cada elemento gráfico aislado y de las agrupaciones de elementos.
- Los contornos: partes límites de los elementos, que permiten distinguirlos de los demás y del fondo, pudiendo estar definidos mediante bordes, cambios de color o cambios de saturación.
- La ubicación: lugar que ocupa cada elemento gráfico o agrupación de ellos en el espacio del grafismo.
- El tamaño: tamaño relativo de cada elemento gráfico respecto los que le rodean. Escalas.
- El color: color de cada elemento individual, colores de cada agrupación de elementos, conjunto total de colores usado en un grafismo, disposición relativa de los elementos con color y armonía entre colores.
- El contraste: intensidad de visualización de cada elemento con relación a los que le rodean y al grafismo completo.
- El equilibrio: cada grafismo conlleva un sistema de referencia espacial que consigue un nivel de equilibrio mayor o menor.
- La simetría: disposición espacial regular y equilibrada de los elementos que forman la composición gráfica.

Los diferentes elementos de un grafismo son percibidos por el destinatario de acuerdo con la influencia que ejercen cada uno estos conceptos a nivel individual, grupal y total. Pero la unión de todos ellos, la obra gráfica, es una entidad comunicativa individual y completa, cargada de complejos elementos humanos asociados con el lenguaje, la experiencia, la edad, el aprendizaje, la educación y la memoria.

3.2.3 Imagen:

Lic. Antonio E. Di Génova

Definición de imagen

La definición establece que las personas, los productos, los servicios, las marcas, las empresas y las instituciones generan imagen. Esto significa que todo ente de existencia real o ideal es generador de imagen. Todas las cosas generan una imagen, las cotidianas y también las que no conocemos aunque sabemos que existen.

Hay hechos de comunicación planificados como tales (la forma de vestir, una marca, un aviso) y otros que comunican aunque esta no sea su misión principal (el precio de un producto, la forma de expresarse, la opinión de un tercero).

Una imagen puede corresponder a la realidad o no. La imagen es el conjunto de creencias que cada persona tiene y de las asociaciones que efectúa; y estas son personales y propias de cada individuo.

Importancia de la imagen

La imagen es uno de los factores de mayor peso de la actitud final hacia un producto y a veces, la imagen por si sola configura la actitud. En otros casos es un componente de la configuración de la actitud final.

En algunos productos, donde las diferencias con sus competidores no son apreciables a simple vista por el consumidor, la imagen es casi el único factor que influye en la toma de una actitud.

En el caso de empresas, la imagen desempeña un papel muy importante, ya que las mismas son juzgadas por la imagen, porque el contacto con ellas es solo a través de los productos.

Algo similar ocurre con los personajes notorios que no se conocen personalmente. Todos tienen opiniones formadas sobre políticos, artistas, deportistas y cualquier otra persona que haya trascendido el ámbito cotidiano sin haber tratado jamás con ella. Sin embargo se emiten juicios de valor sobre aspectos personales de ellos expresando solamente la imagen que tienen de los mismos.

Clasificación

La imagen de acuerdo a quien la genera puede clasificarse en:

- **Imagen Personal:** es la que se articula sobre personas. El accionar de éstas articula una imagen en la gente que está en contacto con ellas. A veces esta imagen es involuntaria, no está elaborada conscientemente por el emisor, pero en otros casos sucede todo lo contrario. Las personas públicas tratan siempre de articular en el público objetivo la imagen más positiva. Estas imágenes deben adecuarse a las expectativas del público elegido. Lo que esperan los jóvenes de la imagen de un cantante es lo opuesto a lo que espera un hombre maduro de su médico. Las imágenes personales, como cualquiera de las otras, deben ser elaboradas y definidas previamente para implementar las





acciones estratégicas adecuadas para lograrlas.

- **Imagen de Producto:** son las creencias y asociaciones que se tienen de un producto genérico. El pan, el vino, el arroz, etc., tienen una imagen propia y perfectamente definida independientemente de la que puedan tener determinadas marcas. Esta imagen de producto no es una imagen determinada: es el resultado de las creencias y asociaciones que las personas fueron elaborando durante años y de las que se transmiten de generación en generación. El pan, por ejemplo, tiene varios significados incluidos en su imagen, cuyos valores varían según la época y la circunstancia. Así, la connotación de alimento básico que tiene el pan fue perdiendo preponderancia a través de los años. La cantidad y variedad de otros alimentos y los cuestionamientos dietéticos sufridos por el pan han hecho retroceder su condición de alimento en la escala de valores de su imagen.
- **Imagen de Marca:** es esta la imagen que de una marca determinada articula el público, sea consumidor o no del producto de esa marca. En este caso la imagen debe ser definida a priori, antes del lanzamiento del producto, y luego articulada con acciones estratégicas que respondan a un plan bien estructurado. Lamentablemente muchas veces la realidad no concuerda con esta afirmación.
- **Imagen Institucional:** es la imagen que la empresa como entidad articula en las personas. Suele llamarse también imagen corporativa o de empresa. La imagen institucional engloba y supera a las anteriores, puesto que una acción u omisión de cualquier organización contribuye a la conformación de una buena o mala imagen institucional.

Articulación y componentes de la Imagen

Los hechos de comunicación tienen tres orígenes básicos: un agente físico, real, palpable, que comunica por sus componentes formales, una acción de comunicación planificada que transmite conceptos y tercero, un área valorativa. Por eso se dice que toda imagen se genera a partir de tres componentes: los físicos, los conceptuales y los valorativos. Esto lleva a definir una imagen física y una conceptual que, actuando juntas, generan las imagen personal, de producto, de marca, de empresa o institucional.

Por eso cuando se quiere articular una imagen correctamente es necesario planificar, crear e implementar una imagen física y una imagen conceptual. El área valorativa de la imagen es

una instancia propia de cada uno de los destinatarios de la comunicación.

La imagen física

La imagen física, también llamada imagen formal, es la articulan en los públicos los objetos físicos, sean éstos comunicaciones directas o hechos comunicadores. La vestimenta de una persona, la forma del envase de un producto, el color o el estuche de un producto, y muchos hechos más, son entes generadores de imagen. El hecho físico es percibido de inmediato y en ese momento se transforma en un comunicador.

Todos los hechos y actos personales o empresarios generan elementos que contribuyen a articular la imagen. Estos hechos comunican y de esa comunicación se generan creencias y asociaciones que contribuyen a articular la imagen, por eso a la hora de planificar la construcción de la imagen física, estos hechos deben tenerse en cuenta.

La imagen conceptual

Se denomina imagen conceptual la que articulan los hechos de comunicación que brindan al público conceptos acerca de las personas, la marca, la empresa, el servicio o la institución. Los hechos de comunicación tienen también un componente físico que genera imagen, pero más importante es el concepto que comunican, lo que propone el mensaje, ya que los hechos formales son olvidados y el concepto perdura como el fundamento de la comunicación.

La imagen conceptual no solo se articula a partir de las comunicaciones directas. Como en el caso de la imagen física, la generan las comunicaciones directas, las planeadas como tales, y las indirectas, aquellos hechos que tienen una finalidad distinta de la de comunicar, y que sin embargo, son comunicadores.

Cualquier pieza publicitaria, cualquier acto promocional, o de merchandising o de relaciones públicas son ejemplos de comunicaciones directas.


En cambio, la manera que responde un servicio técnico o el trato que se recibe de un empleado- favorable o adverso- de un minorista o el precio o la buena o mala distribución del producto son ejemplos de comunicaciones indirectas porque, aunque no son específicamente hechos de comunicación, son hechos que comunican.

La valoración de la imagen

Esta tercera esfera que compone la imagen refiere a la valoración que el individuo o la sociedad hacen, tanto de los aspectos físicos como conceptuales.

Dicha valoración debe ser considerada como el factor motivacional de la conducta humana.





Es una valoración de uso, pues define la capacidad de un objeto (producto, servicio, empresa, institución) para proveer la satisfacción de determinadas necesidades, cualitativas y concretas.

Esta red de significaciones establece el modo de ver la realidad, el hombre, los hechos y las acciones.

El componente valorativo nos permite introducir una dimensión crítica en la recepción pasiva de los mensajes.

Detrás de lo aparente hay un inventario de sistema de connotación que define la naturaleza de lo percibido.

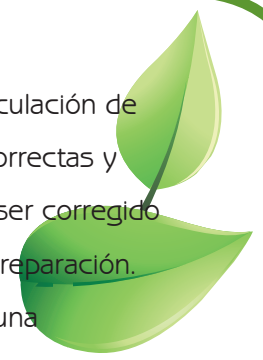
Cómo articular una buena imagen

Todas las personas, productos, marcas, servicios, empresas e instituciones articula inexorablemente una imagen. El hecho de existir hace que ella genere comunicaciones directas o indirectas y esas comunicaciones articulan una imagen.

A veces se articula una buena imagen y otras veces no y que, en algunos casos, la imagen lograda sea totalmente negativa.

Pasos para articular una imagen positiva:

- Conocer el problema: muchas veces se adopta el nombre de la empresa, o el producto, o el símbolo, o el envase, o los colores, sin detenerse a considerar su capacidad para generar imágenes; y sólo cuando el mal está hecho, se repara en él. Esto implica mucho esfuerzo, tiempo y dinero para rectificar la imagen, en el caso de que esto pueda lograrse.
Es mejor tomar los recaudos al comienzo y articular, desde el principio, una correcta imagen. Pero para ello se necesita ser consciente del problema.
- Definir la imagen deseada: para lograr una imagen determinada, hay que definir con anterioridad, clara y específicamente la que se desea lograr. Sin esta definición, resulta imposible el logro de una imagen predeterminada.
- Establecer estrategias conducentes: todo hecho de comunicación directa o indirecta debe ser considerado como un generador de imagen. Todos esos hechos son estrategias para lograr la imagen deseada y debe, analizarse cada uno como si únicamente estuviera destinado a ese fin. En el caso de detectarse alguno que resulte nocivo para la articulación de la imagen el mismo debe ser descartado.

- 
- Investigar la articulación de la imagen: durante el período de la articulación de la imagen se debe estudiar si las estrategias planificadas son las correctas y actúan con eficacia. Cualquier inconveniente en las mismas debe ser corregido inmediatamente antes de que el daño ocasionado sea de costosa reparación.
 - Investigar la imagen estable: la imagen estable, es la que alcanza una articulación completa. Esto no significa que en ese momento la imagen se inmovilice y se torne inmutable. Por el contrario, la imagen es muy inestable, porque está formada por creencias y asociaciones y sobre éstas influyen todo cuanto realiza la persona, la empresa o producto; sin embargo se llama imagen estable cuando llega a un punto en su articulación que adquiere permanencia, como consecuencia del tiempo y las acciones que se llevan a cabo. Hay que investigar periódicamente la imagen que se ostenta para corregir las desviaciones que pueda ir sufriendo por causas ajenas al accionar propio.


3.2.4 Imagen Corporativa:

Es la Creación de la imagen gráfica de una empresa.

Para explicarlo de una manera clara e inmediata recurriremos a una comparación: un hombre elegante y pulcro, cuando se viste por la mañana, trata de elegir su ropa de forma que los colores, tejidos y estilos combinen entre sí. Pero no se limita a esto; de hecho combina con su ropa un determinado tipo de zapatos, una determina corbata, calcetines en sintonía con la camisa y lo mismo ocurre con el abrigo, la bufanda y el sombrero. En definitiva, cada detalle de su vestimenta esta elegido en estrecha relación con la imagen general que ese hombre quiere dar de sí.

La misma filosofía regula el comportamiento de las empresas; estas incluso, para mantener un cierto estilo, deben procurar reglamentar todas las expresiones en las que se mezcla su imagen (papel de cartas, rótulos externo, medios de transportes, etc) por este motivo, es fundamental recurrir a un diseñador gráfico para que estudie el programa de imagen de la empresa.

Su trabajo consiste en realizar un auténtico código de comportamiento, denominado (manual de los estándares) o simplemente manual. En el se hallan todas las normas operativas a las que debe atenerse la empresa que se rige por ejemplos visuales determinados. Ante todo existe una detalla presentación del logotipo, cuyas variaciones de tamaño y de color según



las circunstancias se explicaran convenientemente. Luego se explica como realizar una impresión y en general todo lo referente al material de papelería de la sociedad incluyendo tarjetas personales, papel tamaño carta y sobres.

Finalmente se dan las disposiciones para los distintos externos, los escaparates, los medios de transporte y las estructuras expositivas (decoración de las oficinas y colores dominantes) como puedes observar, la tarea del diseñador gráfico no es de la más sencilla: a veces, sobre todo para las grandes empresa crear una imagen corporativa requiere años.

Siendo un área generalmente relegada a un segundo plano, la imagen corporativa de una empresa es un de sus más importantes elementos de ventas.

En mercado tan competitivo y cambiante. La imagen corporativa es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento

Así como las empresas deben adecuarse a los cambios con una velocidad y profundidad, jamás vista, de igual manera deberá adecuar su imagen, para transmitir dichos cambios.

La imagen corporativa es la manera por la cual trasmite, quién es, qué es, qué hace y como lo hace. El diseño coordinado de los diferentes agentes de comunicación, hará que la imagen sea correctamente transmitida, al auditorio deseado.

La construcción de una imagen conlleva una optimización de recursos, dado que tanto los envases, como la publicidad, los

uniformes, el mobiliario y la papelería, son elementos necesarios de todos modos para el funcionamiento de una empresa. Al transformarlos a su vez en agentes de comunicación, se rentabilizan al máximo las inversiones obligadas.

Imagen Corporativa: es la personalidad de la empresa, lo que la simboliza, dicha imagen tiene que estar impresa en todas partes que involucren a la empresa para darle cuerpo, para repetir su imagen y posicionar esta en su mercado.

Al ver su logotipo constantemente esta se irá quedando fijo en la mente de las personas, eso es posicionarse. Cuando alguien piensa en algo referente a su producto o servicio se imaginará su logotipo como opción. Las imágenes de empresas tienen una gran influencia en el éxito global de una compañía. Abarcan desde un logo, hasta el estilo de la casa, que incluye todo, desde el diseño o decoración interior hasta los uniformes de la empresa.

3.2.5 Logotipo:

Un logotipo es un grupo de letras, símbolos, abreviaturas, cifras etc., fundidas en solo bloque

para facilitar una composición tipográfica, no es más que la firma de la compañía que se puede aplicar a todas clases de material impreso o visual.

El principal requisito de un logo consiste en que debería reflejar la posición de mercado de la empresa. El logo le permitirá a la compañía colocarse visualmente al lado de sus competidores y le ayudaría a aparecer como el proveedor más profesional y atractivo dentro de su sector de mercado.

El logo puede incorporarse, como un trabajo posterior de diseño, a la papelería, el transporte y en carteles que indiquen la presencia de la empresa o identifiquen sus locales comerciales. También se puede utilizar en la publicidad de prensa, en muchos casos en blanco y negro. Por lo tanto es importante tener en cuenta una amplia gama de posibles aplicaciones en las fases iniciales de la creación de la imagen, para asegurar una eficacia permanentemente en una variedad de medios informativos diferentes.

Tipografía

Las son usadas a diario, por ejemplo cuando hacemos un trabajo escrito con una computadora y seleccionamos el tipo de letra que emplearemos; cuando consultamos un libro u hojamos una revista o el periódico y notamos distintas letras, pues ellas son las tipografías.

“La tipografía lo que busca es que las letras, el mensaje se adapte hacia el público al que va dirigido”

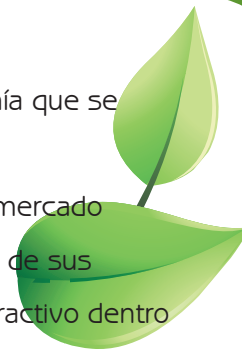
“La tipografía lo que busca principalmente es ser funcional, comunicar, transmitir, aunque sea experimental no deja de comunicar.”


Diagramación

La diagramación es el manejo de l espacio, donde se muestra las relaciones entre las diferentes partes de un conjunto (folletos, papelería, revistas etc.)

3.2.6 Identidad Corporativa:

Eso que llamamos Identidad Corporativa a sufrido a través de las últimas décadas un proceso evolutivo revolucionario. Se advierten tres estadios. Se advierten tres estadios en el desarrollo de esta actividad empresarial. Primero, arranca con una problemática empírica, muy concreta, vinculada al desarrollo de las marcas, en tanto identificadores. Es decir, comenzamos el trabajo sobre identificadores corporativos y en ese sentido, los programas de identidad corporativa llevan en sus ancestros a una etiqueta, un logotipo.





En efecto, la primera etapa es el desarrollo de estos signos, pero el propio desarrollo del mercado, la sociedad, el creciente y acelerado despliegue comunicacional, la saturación, va presionando sobre estos mismos signos y empieza a generarse la necesidad de una instrumentación sistemática, obsesiva, rigurosa de esas marcas, que se plasman en los célebres manuales sobre identidad corporativa, a tal punto que cuando se habla de identidad corporativa, hay que dejar en claro, si uno se está refiriendo a la identificación global de una organización o si se está hablando de manual gráfico. Tal dificultad proviene de, al ser gráficos, drásticos y críticos, un 90% de la población empresarial está en esta segunda era, no pudiendo pasar a la tercera.

Recién en la tercera etapa, que llamamos Programa global de Identidad y Comunicación, podemos decir, sin que nos tiemble la voz, que los programas de identidad corporativa y comunicación adquieren un carácter estratégico. Es decir, un simple manual de identidad gráfica, por ultra profesional que sea, difícilmente podrá insertarse estratégicamente sino existe una estrategia global de identidad y comunicación.

¿Cuándo Una Empresa Necesita Identidad Corporativa?

- Una nueva empresa u organización se pone en marcha.
- Una empresa u organización se ha fusionado con otra.
- Una empresa diversifica su gama de productos.
- Una empresa toma conciencia que debe modernizarse.
- Una empresa ofrece servicios y productos muy parecidos a los de su competencia.
- Los productos son más famosos que la empresa.
- Una empresa tiene cambio de directorio o dueño por consiguiente, comienza un nuevo orden.
- Una empresa es identificada con demasiados elementos y debe integrar su impacto.

Beneficios De La Identidad Corporativa

- Aumento de la reconocibilidad de la empresa u organización.
- Mayor confianza de los empleados o voluntarios de la empresa u organización.
- Ahorro de costos por estandarización.
- Aumento del conocimiento público de una empresa u organización.
- "En resumen, una imagen más apropiada en el mercado."

Manual Corporativo

El Manual Corporativo constituye una herramienta para el manejo de las directrices de presentación de los mensajes institucionales, como medio que garantice el respeto y la promoción de la identidad de la institución, en cada uno de los programas de información. En el Manual Corporativo se habla de la definición comercial de la empresa o marca, la actividad principal y secundaria de la empresa (definición del producto y características), el tiempo en el mercado y ubicación, tipo de mercado (clasificación), competencia, análisis de a imagen que posee, compatibilidad entre la imagen y el mercado, (demostrado mediante encuestas), qué se debe mejorar, cómo y por qué, cómo, cuándo, y dónde se deberá usar la imagen, por qué.

Todas estas reflexiones se deben realizar en función de la empresa y su capacidad y en función del mercado y sus exigencias. "El desarrollo del manual, es fundamental para la correcta aplicación de una Identidad Corporativa.

Manual De Identidad Corporativa:

El Manual de Identidad Corporativa, es la recopilación de la Imagen y la Identidad Corporativa, el cual se encarga de facilitar a nivel global todo lo concerniente a la empresa u organización.

Partes En Las Que Se Divide Un Manual De Identidad Corporativa:

- Presentación.
- Introducción.
- Reseña Histórica
- Objetivos del programa
- Vocabulario
- Signos de identidad.
- Emblema
- Símbolo
- Logotipo
- Gama cromática
- Cuatricromía
- Tramas permisibles
- Normas Básicas
- Disposición formal de los colores
- Control de un solo color





- Negro y escalas de grises
- Control de proporción
- Normas tipográficas
- Normas complementarias
- Control de sombras
- Control de rotación
- Control de deformación
- Aplicaciones
- Papelería
- Papelería administrativa
- Indumentaria
- Fachada
- Transporte
- Anexos desprendibles
- Artes finales
- Carta de colores.

3.2.7 Página WEB:

Las página WEB o página hipertexto es el soporte más utilizado para publicar la información en la World Wide Web. Las páginas WEB pueden presentarse con texto, gráficos, imágenes, sonido, etc. Lo más característicos de las páginas WEB son los enlaces. Estos aparecen normalmente resaltados (subrayados y color diferente) y en todo caso se identifican por el cambio del puntero del ratón (habitualmente de una flecha a una mano con el dedo índice extendido).

Las páginas WEB se hacen con cualquier editor de texto. Ni tan siquiera es estrictamente necesario conocer el lenguaje de marcas HTML, para diseñarlas. En este sentido, la mayor parte de los procesadores de textos modernos (Word, WP, etc.) incorporan módulos específicos para convertir un documento en una página WEB.

Un vez hecha la página WEB, esta debe ser alojada en un Servidor para que sea visible, a través de una dirección específica (URL), en internet. La mayoría de los proveedores de acceso a internet ofrecen a sus clientes, además del acceso, espacio para alojar sus páginas WEB.

CAPITULO IV

CONCEPTO DE DISEÑO METODO Y BOCETAJE





4.1 Concepto Creativo:

El concepto creativo surge de los objetivos del proyecto, con el cual se transmitirá al grupo objetivo la sensibilidad hacia nuestra naturaleza, que este concepto cumpla también con la función de identificar al museo.

Siendo el concepto la frase: **"CONOCE TU PROPIA NATURALEZA"**, lograremos que las personas tomen conciencia en cuidar más a la naturaleza, todo lo que nos rodea como lo son los animales, los bosques, plantas, agua etc.

Para realizar la propuesta se utilizaron todos los elementos que tuvieran que ver con una naturaleza en armonía, cada una de las piezas tanto en cuanto a color, formas y símbolos están entrelazados con el concepto fundamental.

4.2 Método de Diseño:

El método que se utilizó fue el de caja de cristal, ya que todo surgió en base a una investigación previa en la cual se recopiló toda la información y antecedentes del museo, así como cuáles son los servicios que ofrece el museo el método se realizó de la siguiente forma:

1. Conocimiento físico del lugar, su ubicación, en qué estado estaban sus instalaciones, que personas laboran en el museo.
2. Identificación del logotipo e imagen institucional que tenía el museo anteriormente, incluyendo toda su papelería y rotulación.
3. Recopilación de información sobre los servicios que presta el museo.
4. Investigación sobre quien es el grupo objetivo y sus características principales.
5. Se estableció el concepto creativo el cual sirvió como base para la elaboración de todas las piezas.
6. Recopilación de información gráfica por medio de fotografías y video.
7. Al tener la información gráfica, se estableció cuáles son los principales elementos que destacan al museo.
8. Realización de bocetos en base a todo lo anterior investigado.
9. Validación de las piezas de diseño con el grupo objetivo.
10. Según los datos obtenidos de la validación, presentación de la Propuesta Final.

4.3 Proceso de Bocetaje:



Se muestra el proceso de bocetaje y las variaciones que fueron teniendo las piezas durante el proceso hasta llegar a la propuesta final la cual cumpliera con los requerimientos del grupo objetivo.

Logotipo:



Se buscaron elementos que tuvieran relación con el museo, así como también se trató de buscar una tipología que connotara naturaleza, y que al mismo tiempo fuera dinámica.



El logotipo debe representar a todos los salones del museo, se debe utilizar un fósil que existió en Guatemala.



Se utilizó a la mascota del museo llamado megatherium, debe utilizarse solo una imagen para que se vea más clara, se debe utilizar una tipografía más dinámica.



Las imágenes de los animales deben colocarse con un color más oscuro, la tipografía debe ser más dinámica.



La tipografía es mas dinámica y debe resaltar mas sobre la imagen del megatherium, se sugirió colocar la imagen en un medio círculo y el texto abajo en un bloque, la textura hace que el diseño se vea cargado.



Se debe agrandar la tipografía de la palabra museo para que se lea mejor.



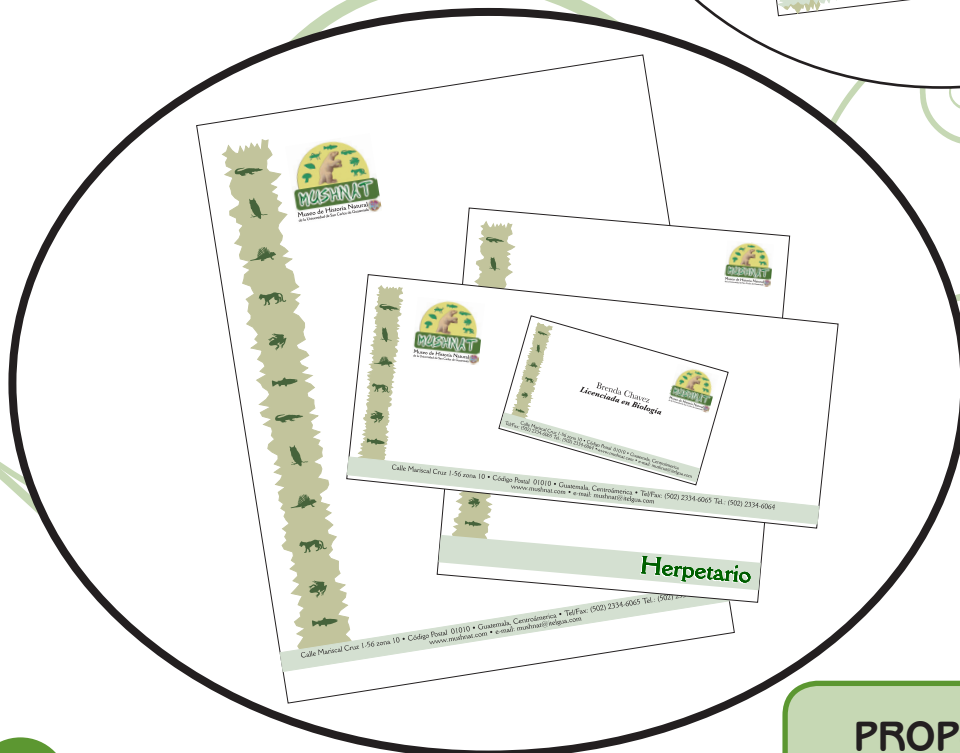
PROPUESTA FINAL

Papelería:



La diagramación y la tipografía son muy simples, ver armonía en los colores y agrandar el logotipo











Dejar el diseño más simple para que no se repitan los elementos,













PROPUESTA FINAL

Rótulos:



 Paleontología	 Herpetario	
 Rocas y minerales	 Hongos y Plantas	 Invertebrados Marinos
 Insectos	 Peces	 Anfibios y Reptiles
 Aves Mamíferos	 Descubrimientos	

Algunas de las figuras no representan a las especies de cada uno de los salones, el texto no llama la atención y el logotipo del museo esta muy pequeño.

 Paleontología	 Herpetario	
 Rocas y minerales	 Hongos y Plantas	 Invertebrados Marinos
 Insectos	 Peces	 Anfibios y Reptiles
 Aves y Mamíferos	 Descubrimientos	

PROPUESTA FINAL

Portada y Etiqueta de CD:

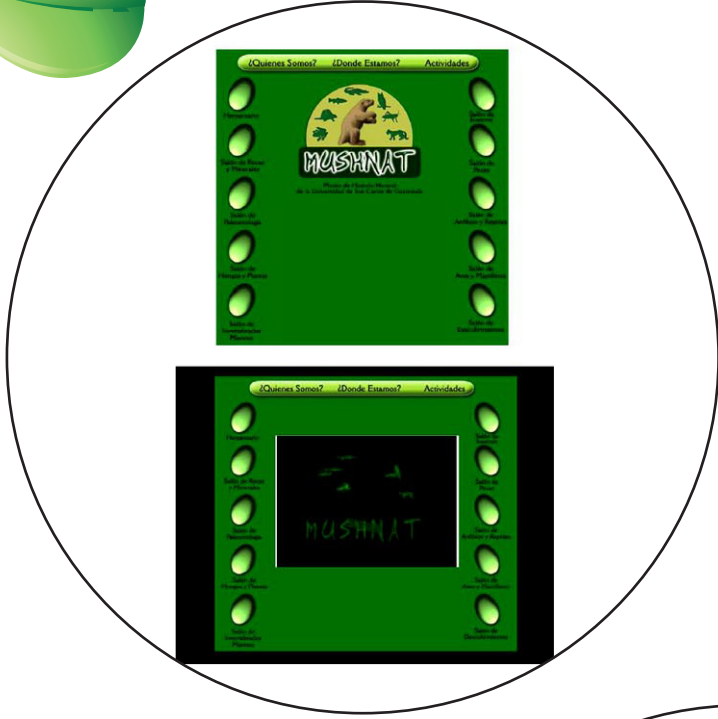


Utilizar otro tipo de letra mas legible, agrandar el logotipo del museo, ordenar los elementos en la etiqueta del cd.



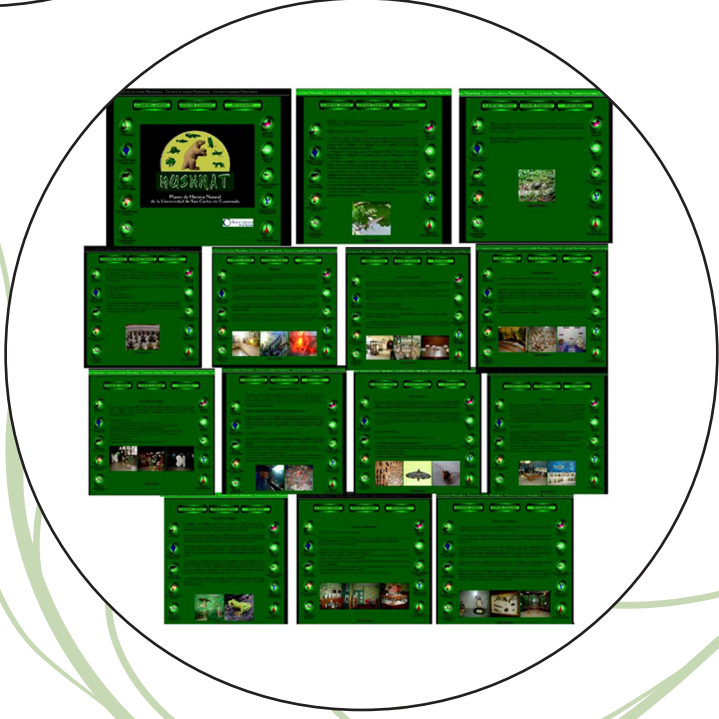
PROPUESTA FINAL

Página de Internet:



En la primer propuesta el logotipo se ve muy simple, y el color no resalta, en la segunda propuesta, se inserto una animación del logotipo, pero los botones no llaman la atención ya que todos son iguales.

Se utilizaron figuras de las diferentes especies de animales como botones, pero el tipo de letra no es legible además de que el color negro no resalta sobre el color verde de fondo.





PROPUESTA FINAL



Video Promocional:

El logotipo se ve muy plano, el tipo de música no connota naturaleza, el nombre de cada salón no resalta. Se cambiaron algunas tomas para mostrar lo más importante de cada uno de los salones.



Calibracion del monitor



Animación del logotipo del Museo de Historia Natural de la USAC
Musica de fondo Danza de pajaros sobre la aldea RAHIFERI AGUILAR



Segue animacion logotipo
Musica de fondo Danza de pajaros sobre la aldea RAHIFERI AGUILAR



Termina animacion logotipo
Musica de fondo Danza de pajaros sobre la aldea RAHIFERI AGUILAR



Texto con datos del video
Musica de fondo Danza de pajaros sobre la aldea RAHIFERI AGUILAR



Texto con título del Video
Musica de fondo Danza de pajaros sobre la aldea RAHIFERI AGUILAR



Texto Herpetario con imagen de serpiente
Musica de fondo Danza de pajaros sobre la aldea RAHIFERI AGUILAR

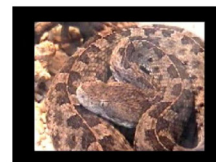


Imagen de serpiente moviendose
Musica de fondo Danza de pajaros sobre la aldea RAHIFERI AGUILAR



Texto Salón Rocas y Minerales imagen de fondo de exhibidores de rocas
Musica de fondo Danza de pajaros sobre la aldea RAHIFERI AGUILAR



Imagen de exhibidores del salon
Musica de fondo Danza de pajaros sobre la aldea RAHIFERI AGUILAR



Texto Salón de Paleontología fondo de fosiles de animales
Musica de fondo Danza de pajaros sobre la aldea RAHIFERI AGUILAR

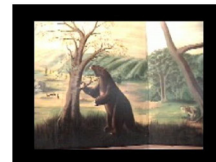


Imagen de mascota de museo Megatherium
Musica de fondo Danza de pajaros sobre la aldea RAHIFERI AGUILAR

PROPUESTA FINAL

CAPITULO V

COMPROBACIÓN DE EFICACIA Y PROPUESTA
GRÁFICA FINAL



5.1 Comprobación de Eficacia:

Para la comprobación de los resultados se utilizó el método de encuesta. Se elaboró un cuestionario que permitiera comprobar si las piezas cumplían con su objetivo. A cada una de las personas encuestadas se les mostró los bocetos finales y luego se les pidió que llenaran el cuestionario. Los temas que se utilizaron en esta encuesta, son:

- Identificación del logotipo del museo.
- Colores adecuados para el logotipo.
- Tipología adecuada para el logotipo.
- Diagramación apropiada para la papelería.
- La señalización cumple con sus funciones.
- Rotulación es llamativa y contiene la información necesaria sobre los salones.
- La página web es de fácil acceso.
- La página web cumple con informar datos principales del museo.
- El video promocional identifica al museo.
- El video promocional cumple con su objetivo de motivar a los donadores a conocer e invertir en el museo.

5.1.1 Informantes:

El cuestionario fue dirigido a dos grupos de personas, los cuales son:

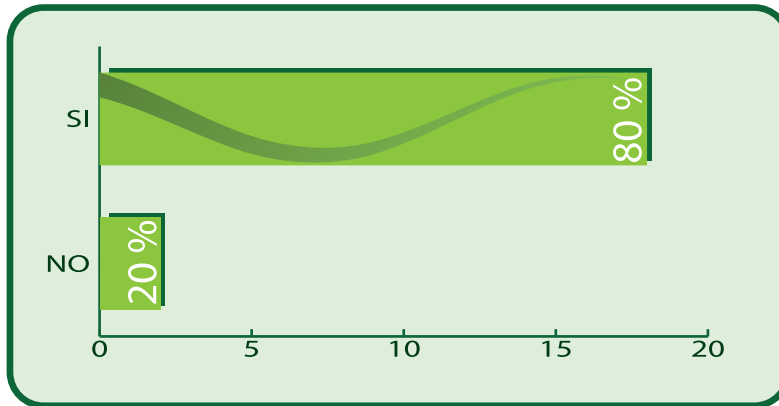
- Personal que labora en el museo como encargados de cada uno de los salones, siendo estos biólogos comprendidos en las edades de 30 a 40 años, ambos sexos, conocedores de las diferentes especies de animales que se encuentran en el museo.
- Personas que visitan el museo, comprendidas en las edades de 10 a 25 años, estudiantes de nivel primario, secundario, diversificado y universitarios, ambos sexos.

La interpretación de los resultados se presenta de la siguiente forma:

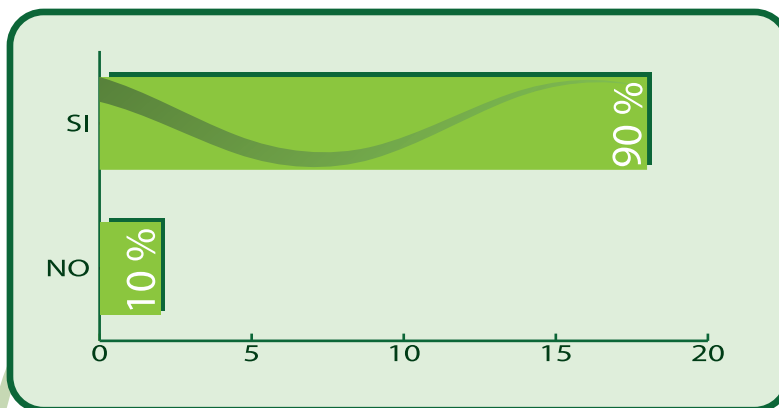


I. LOGOTIPO

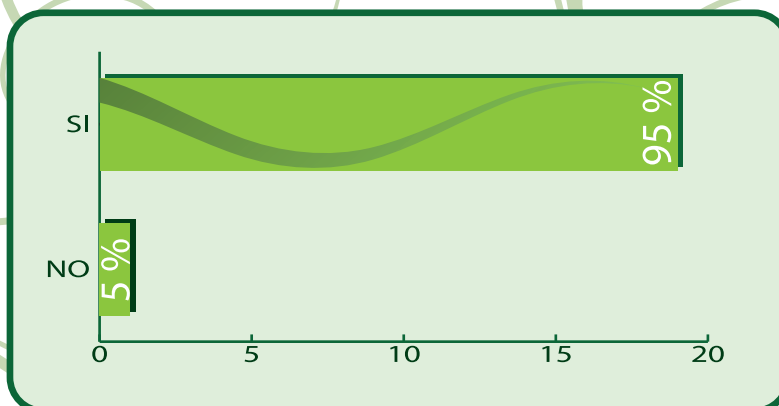
1. ¿Cree que el logotipo representa al Museo?



2. ¿Los colores utilizados son los adecuados para el museo?

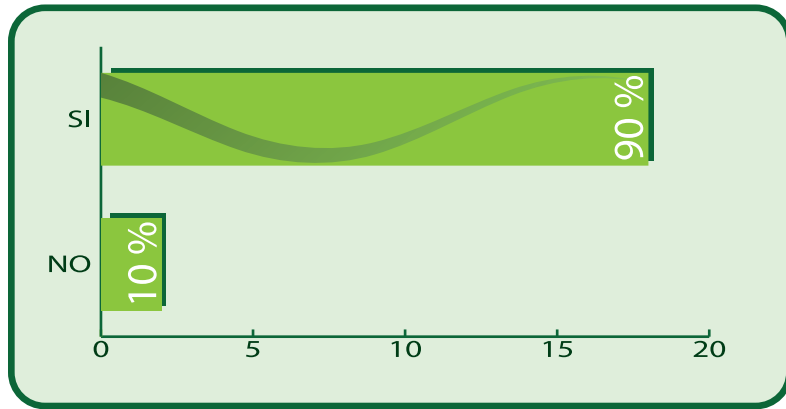


3. ¿La tipología usada en la palabra MUSHNAT es legible?

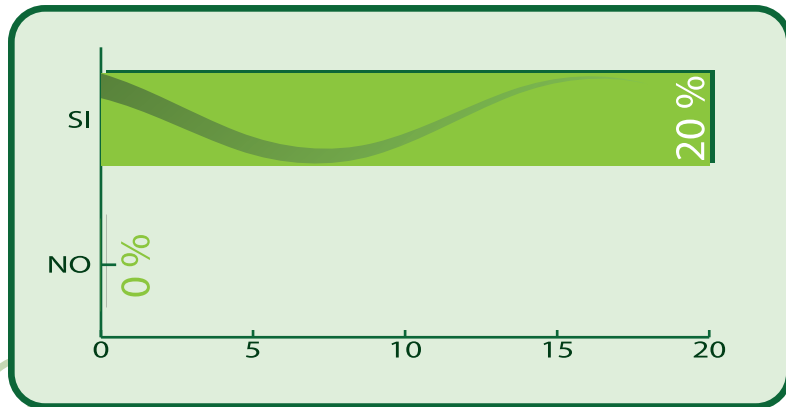




4. ¿El logotipo guarda equilibrio y unidad?

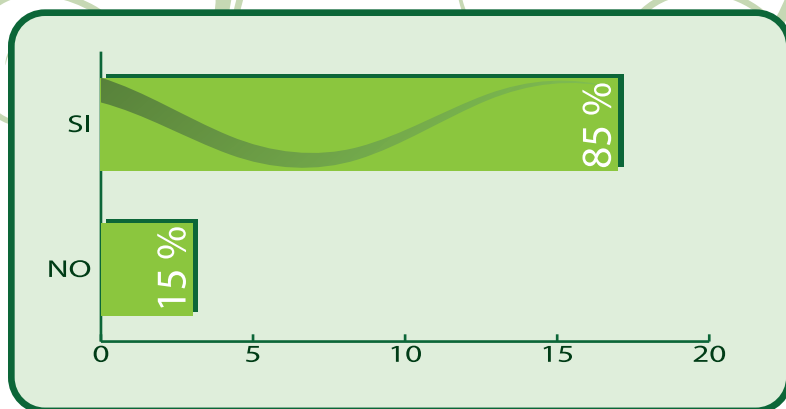


5. ¿Cree que es adecuada la utilización del personaje del museo llamado Megatherium?

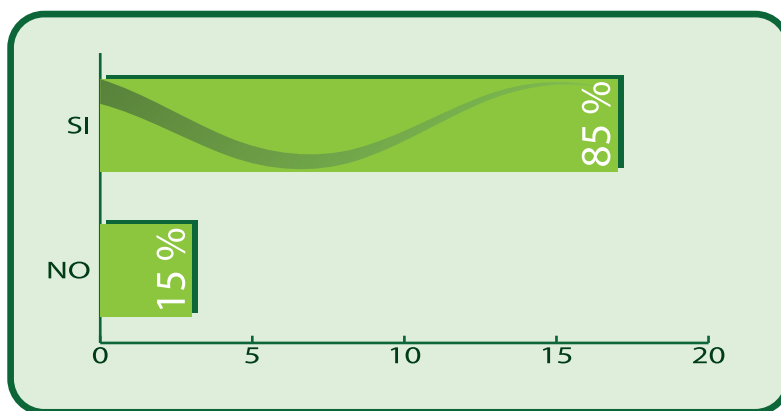


II. PAPELERIA

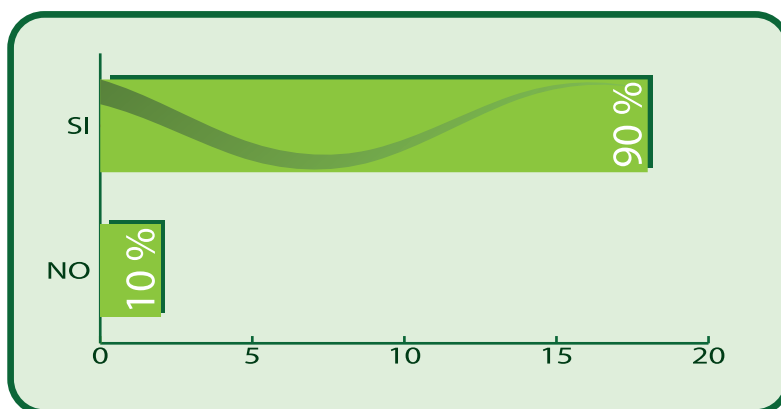
1. ¿Cree que la diagramación de la hoja membretada es la adecuada?



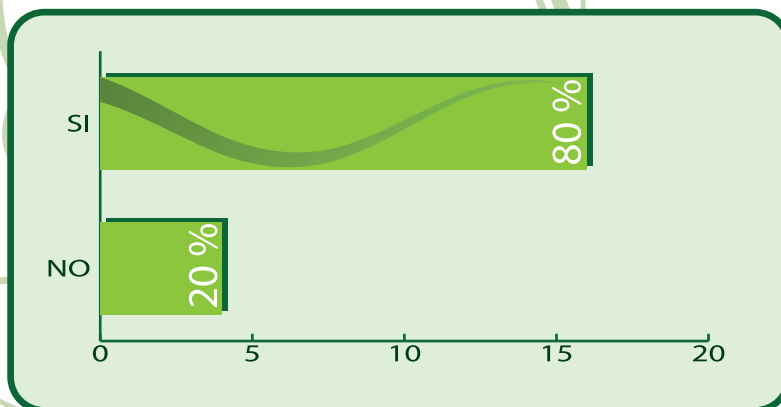
2. ¿Cree que la diagramación del sobre es la adecuada?



3. ¿Cree que la diagramación de la tarjeta de presentación es la adecuada?

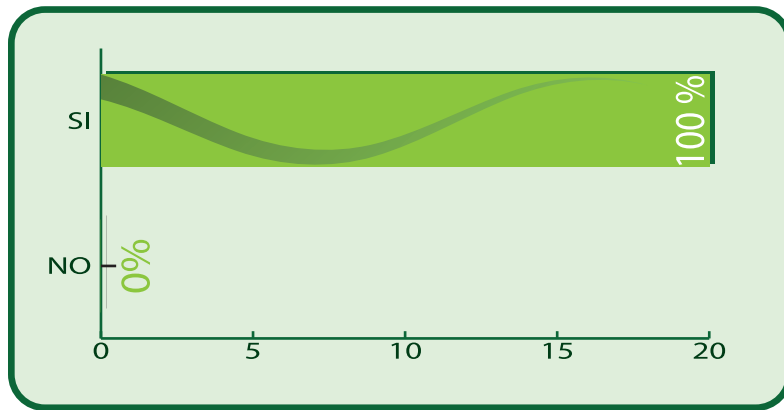


4. ¿Cree que la diagramación de la cédula informativa es la adecuada?

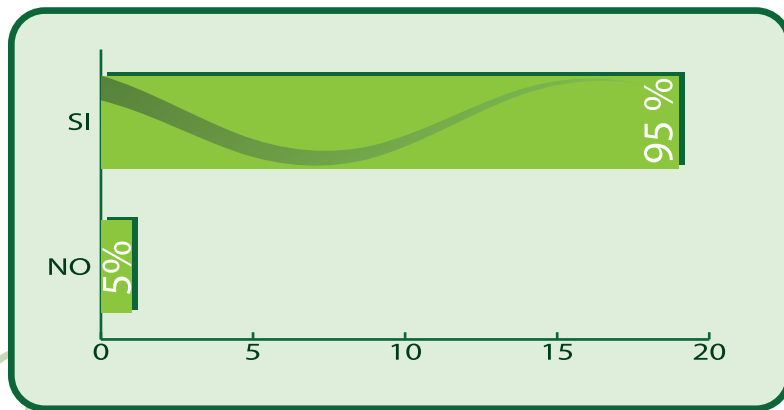




5. ¿Cree que los rótulos cumplen con su función de identificar a cada uno de los salones?

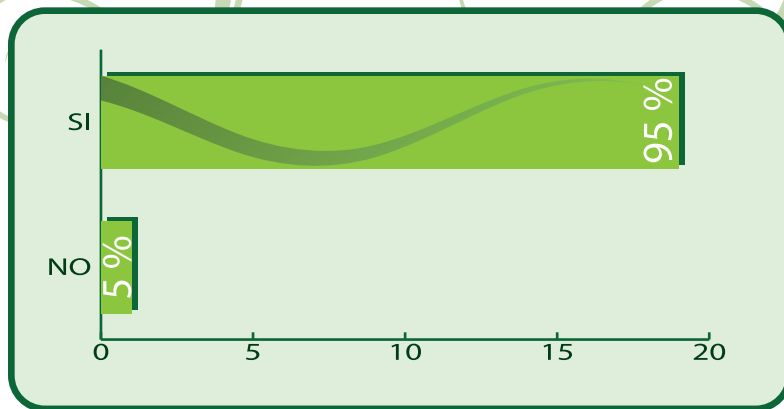


6. ¿Cree que el formato de los rótulos es el adecuado?

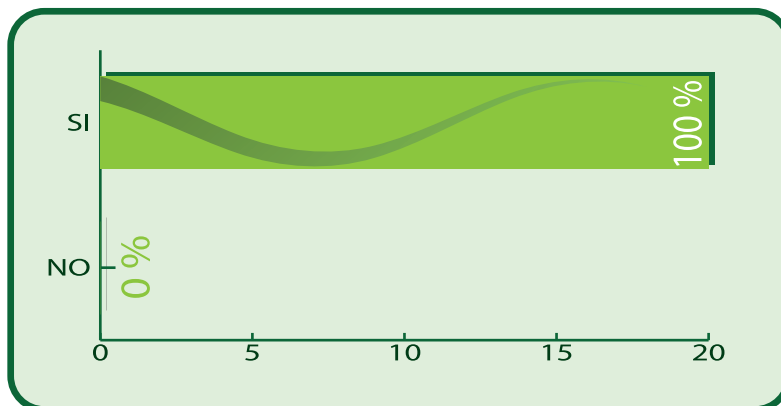


III. PAGINA WEB

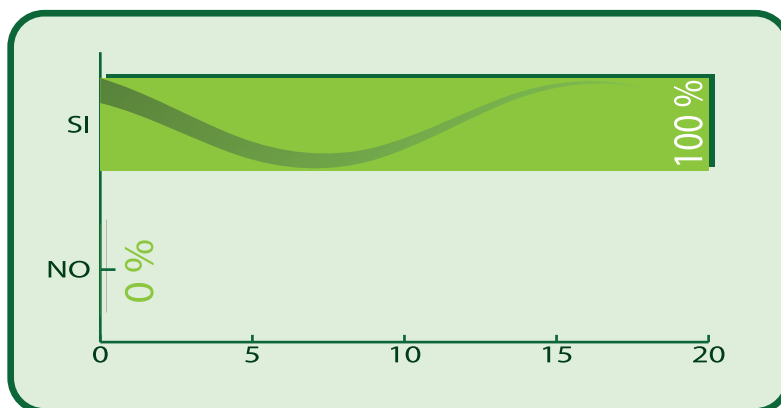
1. ¿Cree que la diagramación de la página de internet es la adecuada?



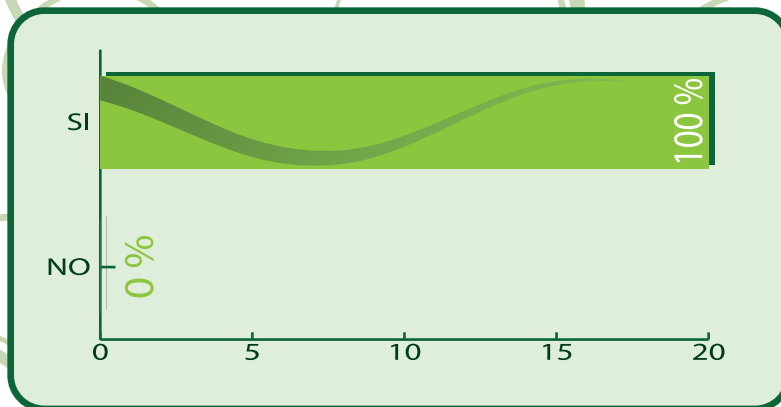
2. ¿Cree que los colores utilizados en la página representan al museo?



3. ¿Cree que la animación flash del logotipo es dinámica?

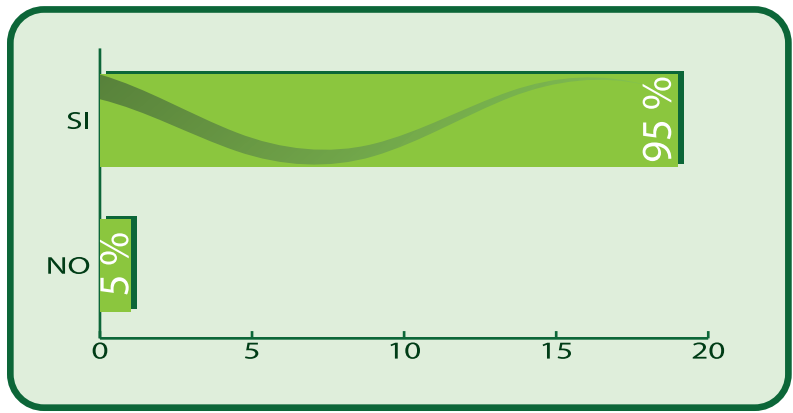


4. ¿Los botones utilizados cumplen con su función de identificar a los diferentes salones del museo?

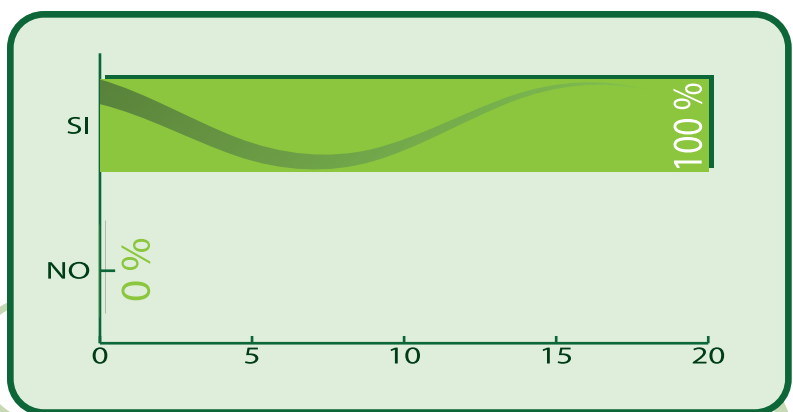




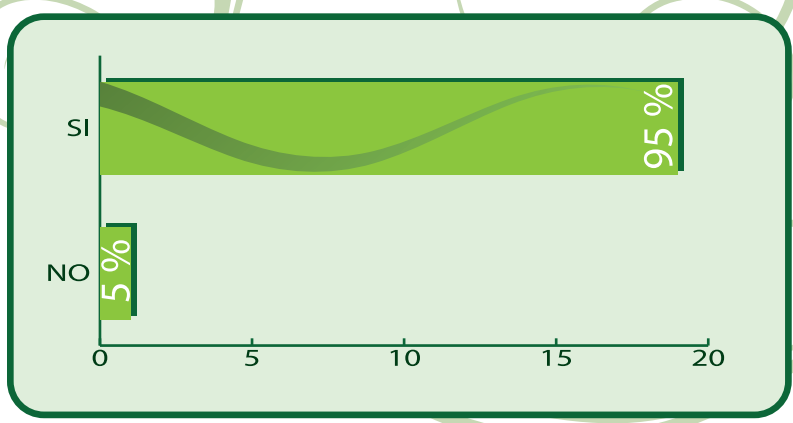
5. ¿El contenido de cada una de las páginas coincide con cada uno de los salones del museo?



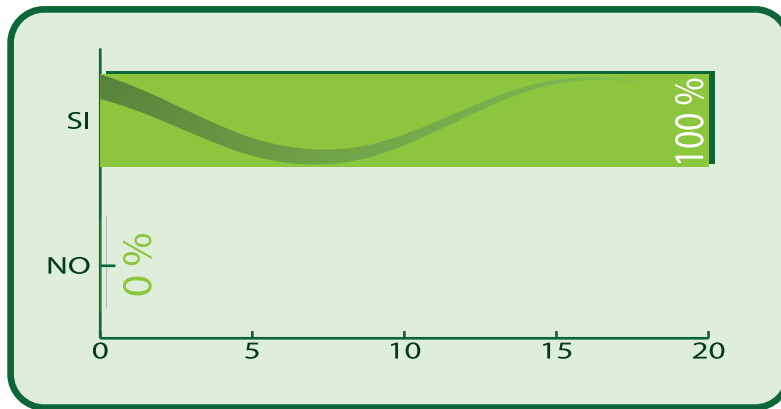
6. ¿La tipología utilizada en las páginas es legible?



7. ¿Cómo es la navegación en las páginas?

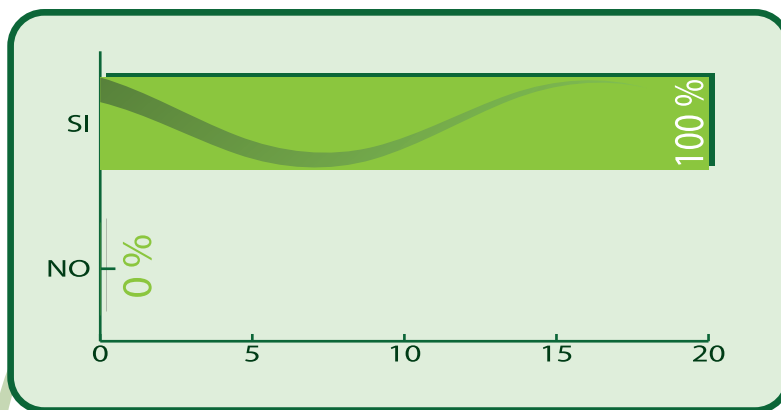


8. ¿Al dar click en cada uno de los botones se logra el acceso a las diferentes páginas del sitio?

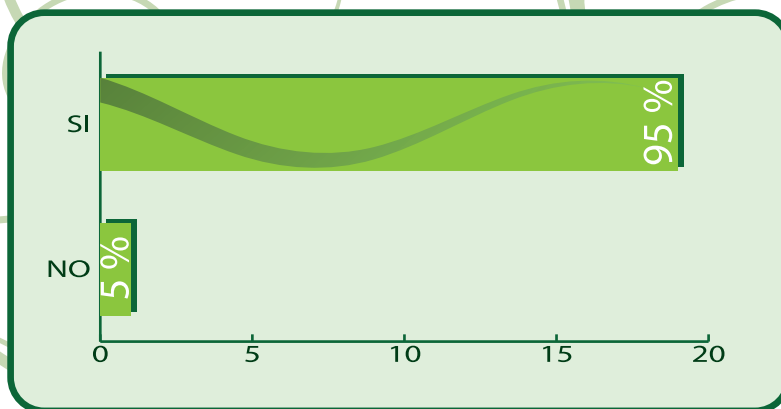


IV. CONCEPTO

1. ¿Cree que el slogan "Conoce tu propia Naturaleza" gira entorno al concepto del museo?

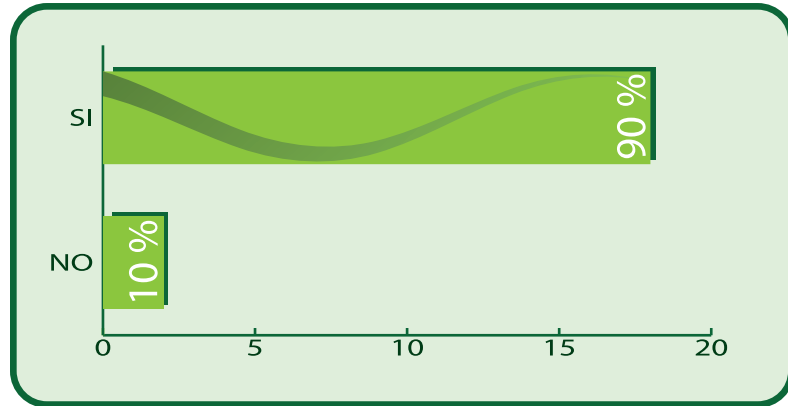


2. ¿Cree que el diseño de todas las piezas es el adecuado para el G.O.?



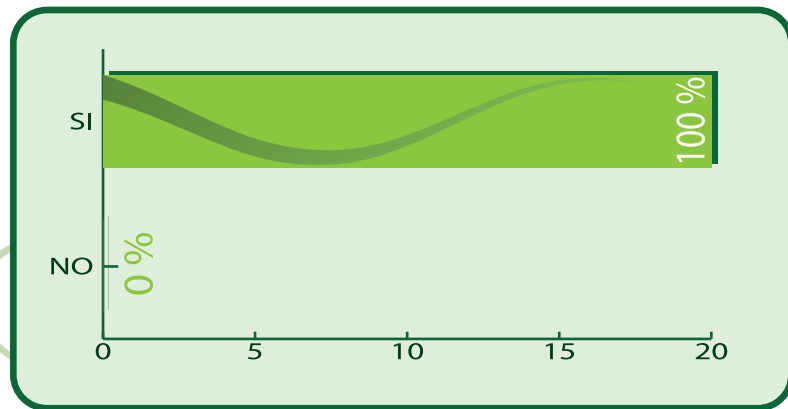


3. ¿Cree que los colores utilizados en todas las piezas representan al museo?

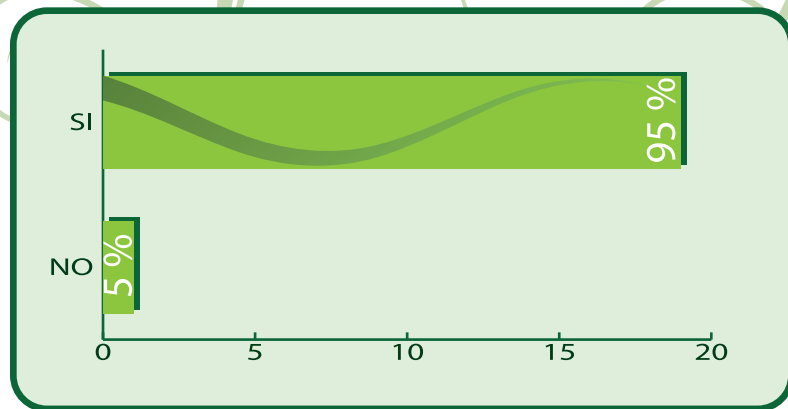


V. VIDEO PROMOCIONAL

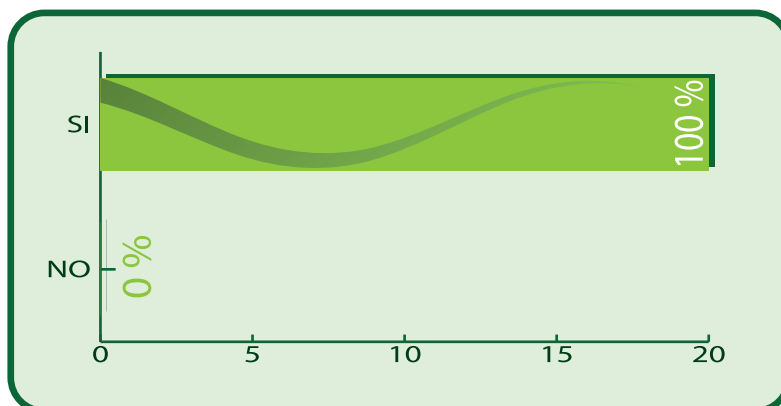
1. ¿El video cumple con su función de promocionar al museo?



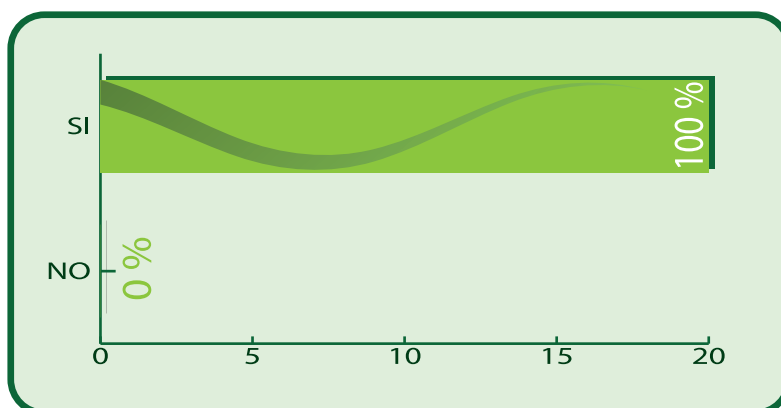
2. ¿La música utilizada en el video es la adecuada?



3. ¿Son adecuados los efectos utilizados en el video?



4. ¿Es representado visualmente en el video cada uno de los salones del museo?



5.2 Propuesta Gráfica Final y Fundamentación:

En las siguientes páginas se presenta la Propuesta Grafica Final, con su descripción y justificación de todas las piezas diseñadas para este proyecto.

LOGOTIPO



Museo de Historia Natural
de la Universidad de San Carlos de Guatemala



Descripción de la Pieza

Tipo de Letra palabra MUSHNAT: Another
Tipo de letra Museo de Historia Natural: DellaRobbia BT

Justificación:

Los elementos utilizados, son siluetas de animales que están representados en cada uno de los salones del museo. La figura del animal llamado Megatherium se utilizó como elemento principal, ya que es la mascota del museo. El color verde se utilizó porque connota armonía con la naturaleza, y se utilizaron varias tonalidades para que el diseño no se viera plano y simple. La palabra MUSHNAT es la abreviatura de Museo de Historia Natural de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y el tipo de letra utilizado le da dinamismo a la palabra.

Se colocó el párrafo Museo de Historia Natural de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para que las personas que no entienden el significado de la palabra MUSHNAT, puedan saber que representa el logotipo. Para este párrafo, se utilizó un tipo de letra con remates, ya que este museo fue fundado ya hace muchos años, y este tipo de letra connota antigüedad, además de que es de fácil lectura. Se utilizó un tamaño de tipología más grande en la palabra Museo de Historia Natural, ya que es lo que queremos resaltar.

HOJA MEMBRETADA



Descripción de la Pieza

Tamaño: carta (8.5 x 11 pulg.)

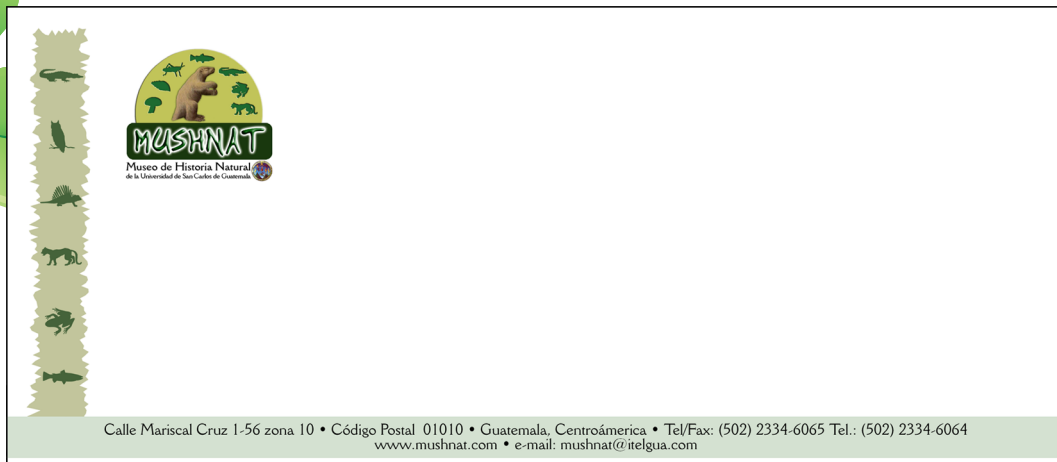
Tipo de letra utilizada párrafo inferior: DellaRobbia BT

Justificación:

Se colocó el logotipo del museo de un tamaño que pueda ser apreciado por el lector. También se colocó el logotipo de la universidad de San Carlos de Guatemala, ya que el museo pertenece a esta institución.

En el lado izquierdo se colocó una franja verde con picos para que no fuera un diseño rígido, sobre esta franja se colocaron siluetas de diferentes especies animales que pueden ser encontradas en el museo. En la parte inferior están los datos principales del museo como lo es dirección, teléfono, fax, e-mail y pagina web. Se utilizó este tipo de letra para que guarde unidad con el logotipo y que además es legible a la vista de las personas.

SOBRE MEMBRETADO



Descripción de la Pieza

Tamaño: 9.5 x 4 pulg.

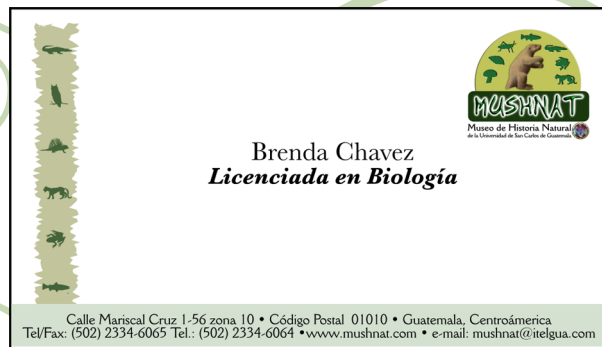
Tipo de letra utilizada párrafo inferior: DellaRobbia BT

Justificación:

Se colocó el logotipo del museo de un tamaño que pueda ser apreciado por el lector. También se colocó el logotipo de la universidad ya que el museo pertenece a esta institución.

En el lado izquierdo se colocó una franja verde con picos para que no fuera un diseño rígido, sobre esta franja se colocaron siluetas de diferentes especies animales que pueden ser encontradas en el museo. En la parte inferior están los datos principales del museo como lo es dirección, teléfono, fax, e-mail y pagina web. Se utilizó este tipo de letra para que guarde unidad con el logotipo y que además es legible a la vista de las personas.

TARJETA DE PRESENTACIÓN



Descripción de la Pieza

Tamaño: 3.5 x 2 pulg.

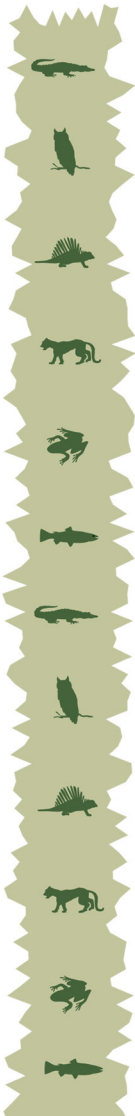
Tipo de letra utilizada párrafo inferior: DellaRobbia BT

Justificación:

Se colocó el logotipo del museo de un tamaño que pueda ser apreciado por el lector. En el lado izquierdo se colocó una franja verde con picos para que no fuera un diseño rígido, sobre esta franja se colocaron siluetas de diferentes especies animales que pueden ser encontradas en el museo. En la parte inferior están los datos principales del museo para lo cual el tipo de letra utilizado es legible.

En el centro de la tarjeta se colocó el nombre de la persona, resaltando el puesto que desempeña.

CÉDULA INFORMATIVA



Herpetario

Descripción de la Pieza

Tamaño: 7 x 8 pulg.

Tipo de letra utilizada en el título: DellaRobbia BT

Justificación:

Se colocó el logotipo del museo de un tamaño que pueda ser apreciado por el lector. El logotipo de la USAC, se colocó a la par del logotipo del museo ya que la información que contienen estas cedulas primero llevarán el nombre de la especie y luego se desglosará su descripción.

En el lado izquierdo se colocó una franja verde con picos para que no fuera un diseño rígido, sobre esta franja se colocaron siluetas de diferentes especies animales que pueden ser encontradas en el museo. En la parte inferior se colocó el nombre del salón al cual pertenece la especie descrita.

RÓTULOS



Descripción de la Pieza

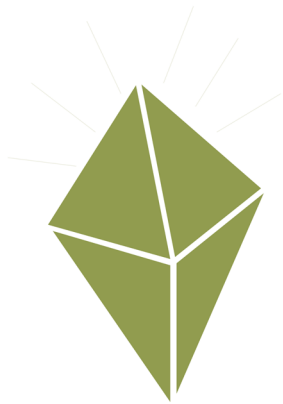
Tamaño: 16 x 7 pulg.

Tipo de letra utilizada en los títulos: DellaRobbia BT

Justificación:

Se utilizó un formato horizontal para aprovechar el espacio y tener una mejor distribución visual. En cada uno de los rótulos se colocó la silueta de un animal que representara a cada uno de los diferentes salones del museo, para que el diseño se lograra apreciar desde una vista lejana, se utilizó una abstracción de la figura en una tonalidad de verde que contrastara con el fondo blanco, además de que el tamaño no fuera lo suficientemente grande para lograr visualizarse. En cada uno de los rótulos se colocó el nombre del salón. Se utilizó este tipo de letra ya que es legible a distancia y para guardar unidad con el logotipo y toda la papelería, además se le colocó una sombra en otra tonalidad de verde para que el texto resaltara. Se guardó unidad con las demás piezas colocando la franja verde con el logotipo del museo.





Rocas y minerales



Hongos y Plantas

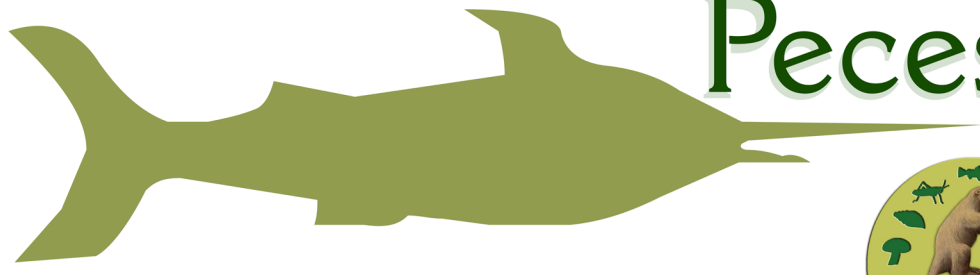


Invertebrados Marinos

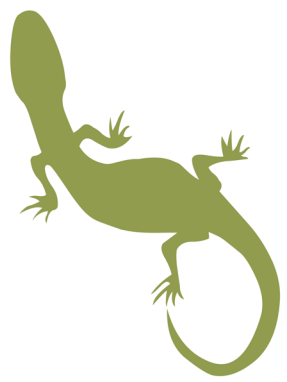




Insectos



Peces



Anfibios y Reptiles





Aves y Mamíferos



Descubrimientos



PORTADA DE CD



Descripción de la Pieza

Tamaño: 4.75 x 4.75 pulg.

Tipo de letra utilizada en el título: DellaRobbia BT

Justificación:

Se utilizaron los mismos elementos de las siluetas de las especies, sobre un fondo con textura para que resalten, se siguió utilizando la armonía del color verde. Para que identifiquen al museo, se colocó el logotipo en la parte inferior a un tamaño que pudiera ser legible.

Como título se colocó el concepto del proyecto ya que es lo que queremos mostrar con este video, que las personas conozcan su propia naturaleza visitando al museo. En la parte inferior se describe que contiene el video.

Para guardar unidad con los demás diseños se siguió utilizando el mismo tipo de letra.

ETIQUETA DE CD



Descripción de la Pieza

Tamaño: 4.5 x 4.5 pulg.

Tipo de letra utilizada en el título: DellaRobbia BT

Justificación:

Para que guardara unidad se utilizaron los mismos elementos de la portada de cd, solo que colocados de diferente forma por este un formato circular, se colocó el título del video siendo este el concepto del proyecto "Conoce tu propia naturaleza"

PÁGINA DE INTERNET



INDEX



Descripción de la Pieza

Tamaño: 955 X 600 pixels

Tipo de letra utilizada en el títulos: DellaRobbia BT

Tipo de letra utilizada en texto: Arial

Justificación:

Se utilizaron diferentes tonalidades del color verde, ya que este connota naturaleza, el color negro y blanco se utilizaron para crear contraste con el verde para resaltar el diseño.

En la parte superior de todas las paginas aparece un banner con movimiento en donde esta escrito el concepto "Conoce tu propia naturaleza", y el objetivo de esto es que se quede grabado en la mente de las personas que visiten el sitio.

En la página principal se elaboro una animación del logotipo para que invite a las personas a conocer el sitio completo. Los botones utilizados representan a cada uno de los salones del museo, así como la información del mismo, para que el diseño fuera mas llamativo se les dio volumen a los botones y al colocar el curso en cada uno de ellos la figura cambia de color.

El color del texto forma contraste con el fondo y los títulos de cada página están de un tamaño mayor para resaltar de todo el texto.

¿QUIÉNES SOMOS?

Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza

¿Quiénes Somos? ¿Dónde Estamos? Actividades

El Museo de Historia Natural de la Universidad de San Carlos, es una institución CULTURAL y EDUCATIVA al servicio de la comunidad guatemalteca.

El Museo cuenta con varios servicios:

1. El servicio de guía. Durante su recorrido en el Museo y Jardín Botánico, incluye visita a los salones de minerales, fósiles, botánica, invertebrados, insectos, anfibios y reptiles, aves y mamíferos de Guatemala; así como también la visita al Jardín Botánico, considerado patrimonio nacional.

- Conferencias sobre temas afines a las ciencias naturales. Temas como Ecología, fauna, flora son expuestos por personas que poseen experiencia en los temas mencionados.
- Orientación a maestros. En temas específicos; tanto el Jardín Botánico como el Museo cuentan con biblioteca de fauna, flora, ecología, etc. El museo imparte foros, talleres y asesoría en temas de medio ambiente. Se puede orientar al maestro para temas específicos, por ejemplo, si se quiere saber de insectos se puede utilizar el material que tiene el salón de insectos o se puede aprovechar también el recurso del Jardín Botánico para aprender cualquier tema específico de la flora de Guatemala.
- Cine-Forum Ecológicos. Este servicio incluye darles un video a los estudiantes y luego se dialoga sobre el mismo.
- Servicio de Biblioteca en el Museo y Jardín Botánico. Se cuenta con 575 libros ingresados en una base de datos.



Salón de Paleontología

Herpetario

Salón de Rocas y Minerales

Salón de Hongos y Plantas

Salón de Invertebrados Marinos

Salón de Insectos

Salón de Peces

Salón de Anfibios y Reptiles

Salón de Aves y Mamíferos

Salón de Descubrimientos



¿DÓNDE ESTAMOS?

Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza

¿Quiénes Somos? ¿Dónde Estamos? Actividades

El Museo de Historia Natural de la Universidad de San Carlos, esta ubicado en la Calle Mariscal Cruz 1-56, zona 10. Tel. 2334-6065

Atención al público de martes a sábado de 8:30 a.m. a 12:30 p.m.

Valor del ingreso: Q 3.00 nacionales Q 10.00 extranjeros Q 1.00 establecimientos públicos con carta firmada por el director.



Salón de Paleontología

Herpetario

Salón de Rocas y Minerales

Salón de Hongos y Plantas

Salón de Invertebrados Marinos

Salón de Insectos

Salón de Peces

Salón de Anfibios y Reptiles

Salón de Aves y Mamíferos

Salón de Descubrimientos



ACTIVIDADES

Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza

¿Quiénes Somos?

¿Dónde Estamos?

Actividades



Salón de Paleontología



Herpetario



Salón de Rocas y Minerales



Salón de Hongos y Plantas



Salón de Invertebrados Marinos

El museo está dividido en 2 áreas:

- Investigación de Colecciones Zoológicas, en Guatemala que sólo pueden encontrarse en el Museo de Historia Natural. No están en exhibición al público por lo que sólo son mostradas a investigadores, y/o personas que lo soliciten por medio del responsable.
- Educación Ambiental (Existen tres tipos de servicio, del cual el público sólo puede escoger uno de ellos): Video foros, Charlas (Ambiente), Colecciones de exhibición

Las personas que atienden al público son biólogos y por lo tanto saben el nombre científico de las especies, así como el nombre común; adicionalmente pueden proporcionar y ampliar cualquier información acerca de las colecciones de exposición e impartir charlas sobre el ambiente.



Salón de Insectos



Salón de Peces



Salón de Anfibios y Reptiles



Salón de Aves y Mamíferos



Salón de Descubrimientos

SALÓN PALEONTOLOGÍA

Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza

¿Quiénes Somos?

¿Dónde Estamos?

Actividades



Salón de Paleontología



Herpetario



Salón de Rocas y Minerales



Salón de Hongos y Plantas



Salón de Invertebrados Marinos

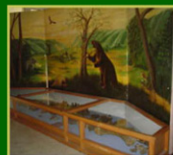
Salón de Paleontología

La palabra "fósil" proviene del latín "Fossilem" que significa excavar.

La ciencia encargada del estudio de los fósiles es la Paleontología, que se inició en el siglo XVIII.

Los fósiles son restos o pruebas de la existencia de animales o plantas que vivieron hace miles o millones de años y que se han conservado en forma natural ó como rocas a través del tiempo. La mayoría de éstos lo constituyen las partes duras de animales o plantas, como conchas, huesos, dientes o madera. Otra forma en la que se presentan los fósiles son las huellas, impresiones y moldes.

Los fósiles que se encuentran en exhibición proceden de: Barranco de Ciudad Real zona 12, Palencia, Sierra de Mico en Izabal, Chaque en Huehuetenango, Livingston en Izabal, Sierra de los Cuchumatanes en Huehuetenango y Chiantla.



Salón de Insectos



Salón de Peces



Salón de Anfibios y Reptiles



Salón de Aves y Mamíferos



Salón de Descubrimientos

HERPETARIO



Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza

¿Quiénes Somos? ¿Dónde Estamos? Actividades

Herpetario

Un herpetario es un lugar en el cual se mantienen ejemplares vivos de anfibios y reptiles. El serpentario del Museo de Historia Natural está abierto al público desde 1971, siendo uno de los salones que más admiración causa a los visitantes.

Se cuenta con ejemplares de todas las especies venenosas de Guatemala, y algunas no venenosas como la mazacuata, que es la serpiente más grande de nuestro país, llegando a medir hasta 6 metros de largo.

Hay algunas serpientes exóticas o que no son de Guatemala, como la cascabel diamantina (*Crotalus atrox*) que poseen un veneno mucho más tóxico que las cascabeles centroamericanas.

Al entrar al herpetario se puede observar que las serpientes no se mueven, no es porque estén muertas, la inmovilidad que adoptan en un mecanismo de defensa para confundirse con el entorno y pasar desapercibidas.

En Guatemala habitan 133 especies de serpientes de las cuales solamente 20 son venenosas, la gran mayoría que se encuentra en el bosque no son venenosas. Poseen dietas muy variadas, alimentándose de peces, anfibios y otros reptiles incluyendo otras serpientes, aves y mamíferos.

Salón de Paleontología
Herpetario
Salón de Rocas y Minerales
Salón de Hongos y Plantas
Salón de Invertebrados Marinos
Salón de Insectos
Salón de Peces
Salón de Anfibios y Reptiles
Salón de Aves y Mamíferos
Salón de Descubrimientos

SALÓN DE ROCAS Y MINERALES

Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza

¿Quiénes Somos? ¿Dónde Estamos? Actividades

Salón de Rocas y Minerales

La palabra Geología proviene del griego geos = tierra y logos = tratado. Es la ciencia que estudia la tierra. Cada roca y mineral provee información sobre la evolución del planeta, tierra.

En la naturaleza podemos encontrar 93 elementos formados por pequeñas partículas llamadas átomos. Estos elementos pueden encontrarse solos o combinados formando minerales. Los minerales forman cristales y se clasifican en ocho diferentes grupos, entre los cuales se puede mencionar:

- Elementos puros, como oro, plata y cobre.
- Combinados, como cuarzo, calcita, yeso.
- Compuestos de hidrocarburos, como ámbar, petróleo.

Las rocas están formadas por uno o varios minerales y pueden tener tres orígenes: ígneas o volcánicas, sedimentarias y metamórficas.

Los minerales son indispensables para la vida. Las plantas los absorben del suelo como nutrientes y estas a su vez son utilizadas para alimento de los animales. De esta forma se transfieren los minerales de un nivel a otro en cadenas alimenticias.

Salón de Paleontología
Herpetario
Salón de Rocas y Minerales
Salón de Hongos y Plantas
Salón de Invertebrados Marinos
Salón de Insectos
Salón de Peces
Salón de Anfibios y Reptiles
Salón de Aves y Mamíferos
Salón de Descubrimientos



SALÓN DE HONGOS Y PLANTAS

Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza

¿Quiénes Somos?

¿Dónde Estamos?

Actividades

Salón de Hongos y Plantas

En este salón se cuenta con algunos representantes del Reino Vegetal, el salón está colocado en forma cronológica como fueron evolucionando los diferentes taxones: Plantas unicelulares, algas, helechos, líquenes, musgos, gimnospermas, angiospermas, monocotiledóneas; todos esto representados en 15 dioramas.

Importancia de la Plantas:

- Son productoras de oxígeno, elemento vital para el ser vivo.
- Con sus raíces mantiene los suelos compactos y evitan la erosión de los suelos
- Ayuda a reservar el agua en las capas más profundas del suelo.
- Sirven de guarida, nido, sombra y alimento a los animales incluyendo al ser humano.
- Proporcionan al ser humano madera, latex y otros productos para la industria.
- Sirven de para decorar las casas.
- Forman un lindo paisaje.
- Regresan a la tierra los minerales que ellas mismas van a utilizar.



Salón de Paleontología



Herpetario



Salón de Rocas y Minerales



Salón de Hongos y Plantas



Salón de Invertebrados Marinos



Salón de Insectos



Salón de Peces



Salón de Anfibios y Reptiles



Salón de Aves y Mamíferos



Salón de Descubrimientos

SALÓN DE INVERTEBRADOS MARINOS

Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza

¿Quiénes Somos?

¿Dónde Estamos?

Actividades

Salón de Invertebrados Marinos

El salón representa al Océano Atlántico de Guatemala, situado frente a las costas de Puerto Barrios y Livingston. Fue diseñado para que el espectador experimente la sensación de estar dentro del mar. Aquí se encuentran ecosistemas situados a diferentes niveles de profundidad, iniciando en la parte baja, se sube el nivel y nuevamente se interna en el fondo submarinario.

Peligros a los que están expuestos los Invertebrados Marinos:

Como sucede con todos los animales el mayor enemigo de los invertebrados es el hombre ya que debido a ciertas actividades, que realiza irresponsablemente a provocado la pérdida de muchas especies. Estos ecosistemas de ser protegidos ya albergarían miles de especies. En un arrecife se localizan 20,000 peces comerciales en solo quince minutos.

Las actividades humanas que destruyen estos ecosistemas son:

- Los métodos de pesca han deteriorado la grama marina y arrecifes. Los barcos arrastran con sus redes en el fondo matando todos los organismos y destruyendo arrecifes.
- El turismo mal manejado provoca contaminación con basura, gasolina y aceite.
- Las personas que se internan dentro del agua (Buzos) dañan los arrecifes al coleccionarlos para su venta, destruyendo el área.
- Las aguas residuales con contaminantes y partículas disueltas son llevadas al mar y estas cubren a los corales tapando sus orificios e impidiendo de esta forma el paso de luz que necesitan las especies para sobrevivir o enterrando la grama marina.



Salón de Paleontología



Herpetario



Salón de Rocas y Minerales



Salón de Hongos y Plantas



Salón de Invertebrados Marinos



Salón de Insectos



Salón de Peces



Salón de Anfibios y Reptiles



Salón de Aves y Mamíferos



Salón de Descubrimientos

SALÓN DE INSECTOS

Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia natura

¿Quiénes Somos? ¿Dónde Estamos? Actividades

Salón de Insectos

Los insectos forman el número mas numeroso de seres vivos con los que compartimos nuestro planeta. Poseen una adaptación sorprendente, viven en todas partes y en cualquier clima. Su tamaño les permite introducirse en sitios muy reducidos y tienen hábitos alimenticios muy variados.

Son invertebrados que perteneces a los atrópodos, diferenciándose por poseer 3 pares de patas. Se conocen en la actualidad aproximadamente un millón de especies, agrupadas en 31 diferentes órdenes, de los cuales los más conocidos son cinco: escarabajos (coleópta); chinches (hemiptera); moscas y zancudos (díptera); mariposas (lepidóptera). Estos cinco grupos representan el 75% de todos los insectos.

Insectos útiles y dañinos:

Los insectos sen esenciales para el funcionamiento de los ecosistemas:

- Las abejas y mariposas ayudan a polinizar las flores.
- Las avispas y tortolitas ayudan a destruir gusanos y pulgones que se comen las plantas.
- Los escarabajos y las moscas limpian el ambiente de estiércol, vegetales muertos y de animales.
- Las abejas producen miel y cera.
- Otros nos dan seda y colorante.
- Asimismo, en varia culturas, los insectos forman parte de la dieta humana.



Salón de Paleontología
Herpetario
Salón de Rocas y Minerales
Salón de Hongos y Plantas
Salón de Invertebrados Marinos

Salón de Insectos
Salón de Peces
Salón de Anfibios y Reptiles
Salón de Aves y Mamíferos
Salón de Descubrimientos



SALÓN DE PECES

Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza

¿Quiénes Somos? ¿Dónde Estamos? Actividades

Salón de Peces

Los peces poseen espina dorsal o columna vertebral y por ello se les llama vertebrados. Esto ha permitido que los vertebrados adquieran mayor tamaño y movilidad, lo que contribuyó a la invasión de la tierra y el aire. Los peces son los más primitivos de los vertebrados. Existen aproximadamente 20,000 especies en el mundo. En Guatemala se estima que existen 270 especies de aguas interiores. Los vertebrados más antiguos son peces sin mandíbula entre los que se encuentran las lampreas. Estos dieron lugar a los peces con mandíbula lo cual les permitió explotar otra fuente de alimento.

Importancia de los Peces:

- Pertenecen a la cadena alimenticia. Cuando una especie disminuye su número provoca el incremento de poblaciones de especies de cuales este se alimenta.
- Son una fuente alimenticia para el hombre, su carne tienen un alto contenido proteínico.
- De la piel de lagunas especies se extrae aceites que son utilizados en la industria farmacéutica (aceite de bacalao etc.).
- Los huevos de algunas especies de peces (ejemplo: caviar) son consumidos por las personas como platos exclusivos y de alto valor económico.
- Las escamas y los huesos son empleados en la elaboración de artesanías.



Salón de Paleontología
Herpetario
Salón de Rocas y Minerales
Salón de Hongos y Plantas
Salón de Invertebrados Marinos

Salón de Insectos
Salón de Peces
Salón de Anfibios y Reptiles
Salón de Aves y Mamíferos
Salón de Descubrimientos



SALÓN DE ANFIBIOS Y REPTILES

Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza

¿Quiénes Somos?

¿Dónde Estamos?

Actividades

Salón Anfibios y Reptiles



Salón de Paleontología

Los anfibios son organismos que viven en el agua en su etapa larvaria y juvenil, respirando por medio de branquias; luego pasan a la etapa adulta y sufren una metamorfosis que les permite vivir en la tierra respirando por pulmones.



Salón de Insectos



Herpetario

Su piel esta cubierta de glándulas que la mantienen húmeda debido a que un pequeño porcentaje de la respiración es la misma, además de producir antibióticos naturales para protegerse de hongos o bacterias que pueden atacarlos debido a la humedad.



Salón de Peces



Salón de Rocas y Minerales

En Guatemala existen alrededor de 112 especies de anfibios, número que puede variar de acuerdo a nuevas especies descubiertas. Los anfibios actuales se subdividen en tres órdenes que son: Gymnosphonia (Tapaicúas), Caudata (Salamandras) y Anura (Ranas y Sapos).



Salón de Anfibios y Reptiles



Salón de Hongos y Plantas

Los reptiles son organismos que poseen el cuerpo cubierto de escamas dérmicas que los protege de hongos y bacteria, del clima y los confunde con el entorno que los rodea al tomar coloraciones parecidas al ambiente. Regulan su temperatura con el ambiente por lo que son organismos poiquilotermos. Su nombre proviene de la palabra reptar que significa arrastre debido a los débiles miembros que poseen.



Salón de Aves y Mamíferos



Salón de Invertebrados Marinos

Los reptiles han sido tachados de maléficos cuando en lugar de ello dan un gran beneficio al hombre al ser controladores de plagas de insectos y roedores que podrían dañar la agricultura.



Salón de Descubrimientos



SALÓN DE AVES Y MAMÍFEROS

propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Co

¿Quiénes Somos?

¿Dónde Estamos?

Actividades

Salón Aves y Mamíferos



Salón de Paleontología

La palabra mamíferos deriva del latín MAMMA=teta y FERRE=llevar. Todas las hembras de mamíferos poseen mamas y su función es dar alimento a las crías.



Salón de Insectos



Herpetario

Los Mamíferos son vertebrados que poseen control interno de su temperatura, generalmente su cuerpo se encuentra cubierto de pelos al menos durante parte de su vida y cuenta con cuatro extremidades.



Salón de Peces



Salón de Rocas y Minerales

Las Aves, también son vertebrados de sangre caliente, poseen cuatro extremidades; las dos anteriores están modificadas formando las alas lo que les confiere en la mayoría de los casos la facultad de volar. Pueden ser fácilmente identificadas por sus plumas (están a menudo intensamente coloreadas), una característica que todas las aves poseen y ningún otro animal comparte.



Salón de Anfibios y Reptiles



Salón de Hongos y Plantas

Ambas clases (aves y mamíferos) poseen diversos tipos de adaptaciones de sus patas según el ambiente en que viven, y en las aves existe variedad de picos dependiendo su alimentación.



Salón de Aves y Mamíferos



Salón de Invertebrados Marinos

Tanto las aves como los mamíferos son magníficos dispersores de semillas, hay especies que dependen específicamente de una flor o planta para poderse alimentar, como en el caso de algunos colibríes. Hay otras especies que están tan íntimamente relacionadas con las plantas que sólo pueden ser observadas donde dichas plantas se encuentran.



Salón de Descubrimientos



SALÓN DE DESCUBRIMIENTOS



ce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza Conoce tu propia naturaleza

¿Quiénes Somos? ¿Dónde Estamos? Actividades

Salón de Descubrimientos

¿Qué es el Laboratorio de Descubrimientos?

Este salón tiene como objetivo motivar a los niños el estudio de la naturaleza, a través de novedosos métodos interactivos, donde el niño podrá desarrollar diferentes habilidades.

El salón se encuentra dividido en 5 áreas:

- **Manos a la obra:** Cuenta con microscopios y videoscópios, al lado de una caja que contiene láminas portaobjetos, insectos en miniatura, minerales, etc.
- **Área marina:** Conformada de peceras con agua en donde los niños introducen sus manos y observan de cerca animales marinos conservados.
- **Bosque tropical:** Da a conocer los diferentes niveles del bosque, los animales que habitan en cada uno y su importancia.
- **Animales vivos:** Se cuenta con animales vivos (serpientes, tortugas y ranas) para que por medio de estos y fichas autodidactas trabajen con ellos.
- **Animales Nocturnos:** Es una cueva, adentro del salón con animales nocturnos.



Salón de Paleontología
Herpetario
Salón de Rocas y Minerales
Salón de Hongos y Plantas
Salón de Invertebrados Marinos

Salón de Insectos
Salón de Peces
Salón de Anfibios y Reptiles
Salón de Aves y Mamíferos
Salón de Descubrimientos

VIDEO PROMOCIONAL



Calibración del monitor



Animación logotipo del Museo de Historia Natural de la USAC
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Sigue animación logotipo
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



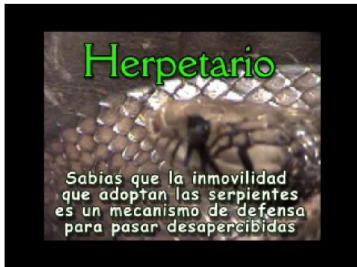
Termina animación logotipo
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Texto con datos del video
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Texto con título del Video
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Texto Herpetario con imagen de serpiente
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Imagen de serpiente moviendose
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Texto Salón Rocas y Minerales imagen de fondo de exhibidores de rocas
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Imagen de exhibidores del salón
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Texto Salón de Paleontología fondo de fósiles de animales
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR

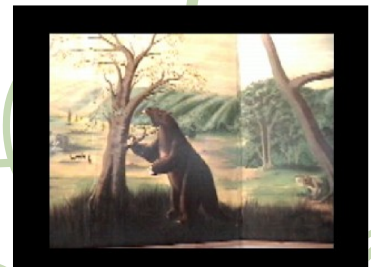


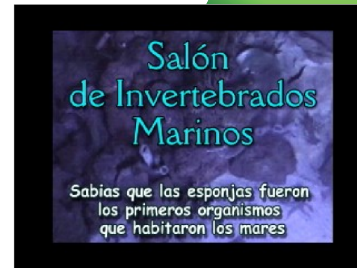
Imagen de mascota de museo Megatherium
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Texto Hongos y Plantas con imagen de dioramas
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Imagen de dioramas de plantas
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Texto Invertebrados Marinos con imagen de dioramas
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Imagen de dioramas de invertebrados marinos
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Texto Peces con imagen de peces vivos nadando en una de las peceras
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Imagen de peces enfrascados
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Texto Anfibios y Reptiles imagen de sapo
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR

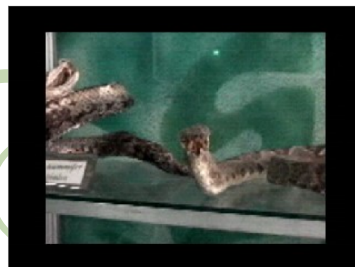


Imagen de serpiente disecada
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Texto Aves y Mamíferos imagen de aves disecadas
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Imagen de aves disecadas
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR

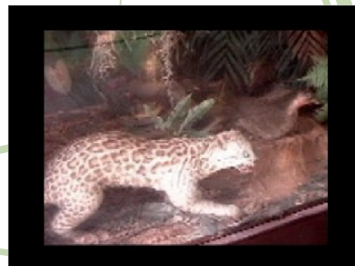


Imagen de mamíferos
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Imagen de fetos de personas y animales
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Texto Descubrimientos imagen del salón
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Imagen de objetos del salón de descubrimientos
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



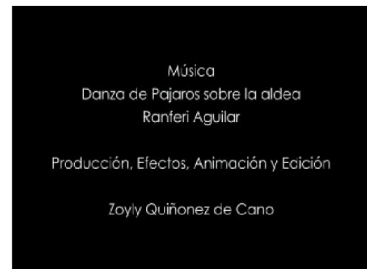
Texto título del video
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



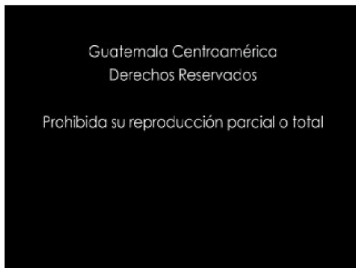
Logotipo MUSHNAT
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Información sobre el Museo
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Créditos
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR



Créditos
Música de fondo "Danza de pajaros sobre la aldea" RANFERI AGUILAR

Descripción de la Pieza
 Formato: VCD
 Tiempo de Duración: 5 minutos

Justificación:

Para la realización del video, primero se hicieron tomas de todos los salones del museo, editando las partes más importantes. Se agrego la animación del logotipo para que se viera mas dinámico, el tipo de letra utilizado en los títulos es el mismo de toda la papelería para guardar unidad, en cada uno de los salones se coloco una frase alusiva al salón para que llame la atención de las personas y saber más sobre los temas visitando el museo. La música utilizada nos invita a conocer más sobre la naturaleza y así mismo conocer todo el material que se encuentra en el museo en cada uno de los salones. El color que se utilizo en cada titulo de los salones, contrasta con el fondo. Los efectos de transición utilizados para los textos, hacen que el video sea más dinámico.

CONCLUSIONES



1. Se creó material gráfico institucional y promocional para el Museo de Historia Natural de la USAC, por medio de piezas gráficas que representaran al museo y así poder ser identificado entre los museos existentes en Guatemala.
2. Se creó el diseño de la página web con el objetivo de que el museo sea reconocido mundialmente y poder obtener información por medio de la web, teniendo fácil acceso a la página.
3. El video promocional es solo una pequeña muestra de lo que las personas encontrarán al visitar el Museo de Historia Natural USAC, y hará que los patrocinadores ayuden al museo con donaciones tomando la decisión en menor tiempo al que se tomaban anteriormente.
4. Estas piezas dan como resultado una imagen visual atractiva al museo, lo cual hará que sea más reconocido a nivel mundial.
5. Se pudo comprobar que la utilización del color verde en las piezas connota naturaleza, y que los formatos utilizados son los más adecuados al museo, así como la tipología.



LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA

Descripción	Diseño	Reproducción	Tiraje Mensual Aprox.	Especificaciones
Logotipo	Q. 1500.00	Q. 80.00 pulg ²		full color
Hoja Membretada	Q. 250.00	Q. 0.50 c/u	1000	full color
Sobre Membretado	Q. 200.00	Q. 0.50 c/u	1000	full color
Tarjeta de Presentación	Q. 50.00	Q. 1.00 c/u	2000	full color
Cédula Informativa	Q. 350.00	Q. 2.00 c/u	30	full color
Carátula cd	Q. 300.00	Q. 3.00 c/u	10	full color
Etiqueta cd	Q. 200.00	Q. 2.00 c/u	10	full color
Rótulos	Q. 300.00 c/u	Q. 200.00 c/u	1	full color
Animación Flash	Q. 600.00 c/u			
Home Página Web	Q. 800.00	Q. 800.00 anual	actualizar cada mes	1 GB espacio
Páginas Web	Q. 300.00 c/u			
Video Promocional Grabación	Q. 3000.00	Q. 2.00 c/u	10	formato VCD
Video Promocional Edición	Q. 4000.00			

PROPUESTAS ALTERNATIVAS



El museo no cuenta con un presupuesto asignado para publicidad y promoción del mismo, por lo que para llevar a acabo el cambio de la Imagen Institucional se buscarán empresas o instituciones que financien el proyecto ofreciéndoles espacios publicitarios en la rotulación, video promocional y pagina web del museo, los cuales se aplicarían de siguiente forma:

1. **ROTULACIÓN:** Insertar logotipo de la empresa o institución patrocinadora en un espacio de 2 por 2 pulgadas.
2. **VIDEO PROMOCIONAL:** Insertar logotipo de la empresa o institución en el video promocional, así como en la portada y etiqueta del cd.
3. **PAGINA DE INTERNET:** Insertar el logotipo de la empresa o institución en la página web Index, insertar banners de la empresa o institución patrocinadora.





FUENTES

1. Moreno, Luciano. Informe. Consultor, diseñador y desarrollador web en ParaRedeBJS. Especialista en usabilidad y diseño centrado en el usuario. URL: <http://www.htmlweb.net/>
2. Billorou, Oscar P. 1995. Introducción a la Publicidad. Buenos Aires: EL Ateneo
3. Caprioti, Paul. 1992. La Imagen de Empresa. Estrategia para una Comunicación Integrada. Barcelona: El Ateneo
4. Chávez, Norberto. 1994. La Imagen Corporativa. Teoría y Metodología de la Identificación Institucional. Barcelona: G. Gilli.
5. Di Génova, Antonio. 2000. Teoría de las Relaciones Públicas. Buenos Aires: LEUKA
6. Fernández Escalante, Fernando. 1974. Ciencias de la Comunicación y Relaciones Públicas. Buenos Aires: Macchi



ANEXOS



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico
Ejercicio Profesional Supervisado

I. Logotipo:

1. ¿Cree que el logotipo representa al Museo?
si no
2. ¿Los colores utilizados son los adecuados para el museo?
si no
3. ¿La tipología usada en la palabra MUSHNAT es legible?
si no
4. ¿El logotipo guarda equilibrio y unidad?
si no
5. ¿Cree que es adecuada la utilización de la mascota del museo llamado Megatherium en el logotipo?
si no

V. Concepto:

1. ¿Cree que el eslogan "Conoce tu propia Naturaleza" gira en torno al concepto del museo?
si no
2. ¿Cree que el diseño de todas las piezas es el adecuado para el grupo objetivo?
si no
3. ¿Cree los colores utilizados en todas las piezas están ligados al Museo?
si no

II. Papelería:

1. ¿Cree que la diagramación de la hoja membretada es la adecuada?
si no
2. ¿Cree que la diagramación del sobre es la adecuada?
si no
3. ¿Cree que la diagramación de la tarjeta de presentación es la adecuada?
si no
4. ¿Cree usted que la diagramación de la cédula informativa es la adecuada?
si no
5. ¿Cree usted que los rotulos cumplen con su función de identificar cada uno de los salones?
si no
6. ¿Cree usted que el formato de los rotulos cumplen con es el adecuado?
si no

IV. Video Promocional:

1. ¿El video cumple con su función de promocionar al Museo?
si no
2. ¿La música utilizada en el video es la adecuada?
si no
3. ¿Son adecuados los efectos utilizados en el video?
si no
4. ¿Es representado visualmente en el video cada uno de los salones del Museo?
si no
5. ¿Cree que es adecuada la utilización de la mascota del museo llamado Megatherium en el logotipo?
si no

III. Pagina web:

1. ¿Cree que la diagramación de la pagina de internet es la adecuada?
si no
2. ¿Cree que los colores utilizados en la pagina representan al museo?
si no
3. ¿Cree que la animación flash del logotipo es dinámica?
si no
4. ¿Los botones utilizados cumplen con su función de identificar a las diferentes páginas del sitio?
si no
5. ¿El contenido de cada una de las páginas coincide con cada uno de los salones?
si no
6. ¿La tipología utilizada en las páginas es legible?
si no
7. ¿Como es la navegación en las páginas?
lenta rapida regular
8. ¿Al presionar cada uno de los botones se logra el acceso a las diferentes paginas del sitio?
si no

Instrucciones: Marque con una x en la casilla que usted considere como su respuesta.



IMPRÍMASE

A stylized, geometric handwritten signature consisting of several vertical lines of varying heights and a horizontal base line.

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano

A complex, cursive handwritten signature with many loops and a large oval shape at the top.

Licda. María Emperatriz Pérez
Asesor Metodológico

A cursive handwritten signature with a large, flowing loop at the end.

Zoyla Michell Quiñonez López de Cano
Sustentante