



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO
LICENCIATURA INFORMÁTICO VISUAL

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico



RECORRIDO VIRTUAL POR MUSEOS Y CENTROS CULTURALES
DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

IRIS KARINA BOLAÑOS MOINO
CARNÉ:200414118

PREVIAMENTE A OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO ÉNFASIS INFORMÁTICO VISUAL

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2012

JUNTA DIRECTIVA

DECANO	Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
VOCAL 1	Arqta. Gloria Ruth Cerdón Lara de Corea
VOCAL 2	Arq. Edgar Armando López Pazos
VOCAL 3	Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras
VOCAL 4	Br. Jairo Daniel Del Cid Rendón
VOCAL 5	Br. Carlos Raul Prado Vides
SECRETARIO	Arq. Alejandro Muñoz Calderón

TRIBUNAL EXAMINADOR

DECANO	Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo.
SECRETARIO	Arq. Alejandro Muñoz Calderón
ASESORA METODOLÓGICA	Licda. Annabella Yaeggy
ASESOR GRÁFICO	Lic. Fernando Fuentes
ASESOR ESPECIALISTA	Ing. Víctor Salaza

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

IRIS KARINA BOLAÑOS MOINO
CARNE: 200414118
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO
ENFASIS INFORMÁTICO VISUAL

RECORRIDO VIRTUAL POR MUSEOS Y CENTROS CULTURALES DE LA CIUDAD DE GUATEMALA



AVENIDA
ELENA

1 AV.

2 AV.

3 AV.

4 AV.

5 AV.

6 AV.

6 AV. A

7 AV.

8 AV.

9 AV.

10 AV.

11 AV.

12 AV.

6 CALLE

7 CALLE

8 CALLE

9 CALLE

10 CALLE

11 CALLE

12 CALLE

13 CALLE

14 CALLE

15 CALLE

16 CALLE

17 CALLE

18 CALLE



RECORRIDO VIRTUAL POR MUSEOS Y CENTROS CULTURALES DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

PROYECTO DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN REALIZADO
EN LA CIUDAD DE GUATEMALA, EN EL PERÍODO DE ABRIL A OCTUBRE DE 2012



IRIS KARINA BOLAÑOS MOINO
CARNÉ:200414118
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO ÉNFASIS INFORMÁTICO VISUAL

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2012



ÍNDICE

Nómina de Autoridades	8
Agradecimientos y Dedicatoria	9
Presentación	11

CAPÍTULO 1

Antecedentes	13
Problema	15
Justificación	16
Objetivos de Diseño	18

CAPÍTULO 2

Perfil de la Organización	20
Museo de la Universidad de San Carlos MUSAC	
Perfil del Grupo Objetivo del Proyecto	23
Perfil demográfico	
Perfil geográfico	
Caracterización	

CAPÍTULO 3

Conceptos Fundamentales	25
Concepto Creativo	45
Proceso de Desarrollo de Bocetos y Decisiones de Diseño	49

CAPÍTULO 4

Comprobación de eficacia	54
Propuesta Gráfica Final	58

Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta	71
Conclusiones	73
Recomendaciones	73
Referencias	74
Glosario	77
Anexos	80



AGRADECIMIENTO

Dedico con cariño esta tesis a quienes gracias a ellos he podido dar este paso en mi vida.

A DIOS y a la VIRGEN MARÍA por darme la sabiduría y fortaleza para avanzar y cumplir cada una de las metas que me he propuesto alcanzar. Por ser el apoyo espiritual que he necesitado y por darme la familia y amigos que tengo quienes me han dado su apoyo en cada momento de mi vida.

A mis PADRES: Madeline y Enrique por compartir cada momento de fracaso y de éxito, por acompañarme siempre, por su apoyo incondicional y consejos en las decisiones que he tomado. Por darme la oportunidad de vivir a su lado y el esfuerzo que han hecho para mi formación académica. Por su amor y ejemplo de superación para poder seguir adelante.

A mis HERMANAS y HERMANO: Cynthia, Cindy, Wendy, Gabriel y a mi sobrina Fátima por su apoyo durante todos estos años, por su ayuda cuando la necesito, por estar presentes en cada momento y alegrarse por mis logros dándome ánimos para lograr alcanzar mis metas.

A TODA MI FAMILIA: Abuelita Mirtala, Abuelito Elizandro (Q E D), tío Win, tía Lis, primos y primas por estar siempre pendientes de mi vida y mis logros. Por sus muestras de cariño y por todo el apoyo que me han dado durante mi vida.

A mis AMIGOS y AMIGAS: A todos ellos gracias por la ayuda y amistad que me han brindado, por estar siempre conmigo, por los momentos que hemos vivido y los logros que hemos alcanzado juntos.

A los CATEDRÁTICOS que me han formado a lo largo de mi vida en especial a mis asesores de proyecto Licda. Annabella Yaeggy, Lic. Fernando Fuentes, Ing. Víctor Salazar por su tiempo, amistad, apoyo, consejos y conocimiento que me han brindado más allá de lo requerido por la universidad. Gracias al Lic, Otto Valle por guiarme en el proyecto del nivel técnico y darme las bases necesarias para este proyecto; así como su apoyo y tiempo cuando lo necesité. A todos ellos muchas gracias, por llevarme a ser la profesional que soy actualmente.

Al MUSAC y a la directora del mismo Licda. Gladys Barrios por su apoyo en la realización de este proyecto, por compartir su conocimiento, por su tiempo e información que ha compartido sobre los museos.

A cada Museo y centro cultural del Centro Histórico integrado en este proyecto por abrirme sus puertas de la mejor manera, por la información y apoyo que me han brindado.

A todas las personas que han sido parte de este proyecto, muchas gracias por su apoyo y ayuda para su realización.





PRESENTACIÓN

“La cultura da forma a nuestra visión del mundo. Puede, pues, dar lugar a los cambios de actitud necesarios para garantizar la paz y el desarrollo sostenible, que como bien es sabido, constituyen los únicos caminos para mantener la vida en nuestro planeta.”

Informe Mundial sobre la Cultura

El Centro Histórico de la ciudad se ha vuelto cada vez más atractivo para dar un paseo, conocer lo que se presenta y recrearse. Sin embargo, el conocimiento de todos los sitios aún es muy pobre en especial la ubicación de los museos y centros culturales, siendo esta una de las razones por las cuales la asistencia es mínima. Otra de las razones es la falta de interés por conocerlos en especial de parte de la población joven.

Es por estos motivos que se decide crear este proyecto para dar a conocer no solo la ubicación de los museos y centros culturales, sino también mostrar de una forma más llamativa y dinámica lo que en ellos se puede encontrar como una muestra BTL para llamar la atención y despertar el interés en los jóvenes. Creando un recorrido virtual que se vea apoyado con una estrategia publicitaria actual y completa.

Se presentan propuestas de diseño multimedia e impresos que se vean ligadas al tema a través de conceptos modernos y funcionales creando un diseño último acorde al gusto del grupo objetivo validado en varios grupos focales que ayudaron a decidir cuál de las propuestas mostradas les atraía más. Demostrando que es necesario emplear estrategias de diseño para lograr objetivos en común, en un grupo que se vea afectado por los mismos factores, en este caso la falta de información.



CAPÍTULO



ANTECEDENTES
PROBLEMA
JUSTIFICACIÓN
OBJETIVOS DE DISEÑO

LA CIUDAD CAPITAL DE GUATEMALA

Es la más moderna ciudad de Centroamérica. Ubicada en el valle de La Ermita a unos 1592 (msnm). Es una mezcla de lo viejo y lo nuevo. Actualmente la ciudad de Guatemala posee dos millones y medio de habitantes, su ubicación geográfica y las instalaciones del aeropuerto internacional "La Aurora" la convierten en el punto de partida para visitas al resto de Guatemala.

La ciudad de Guatemala cuenta con una activa vida cultural. La mayoría de los museos del país se encuentra aquí, además de galerías y exposiciones de pinturas, fotografías, grabados, esculturas de artistas guatemaltecos y continuamente ofrece una cantidad cada vez mayor de actividades culturales.

Entre los museos algunos de los más importantes son los que cuentan con colecciones de arte precolombinas. La Ciudad está dividida en 25 zonas, por lo cual se hace muy sencillo encontrar direcciones, cuenta con un plan urbanístico diseñado por el Ingeniero Raúl Aguilar Batres. Guatemala tiene una estructura cuadrada que se expande en todas las direcciones, esto es una característica importante del urbanismo neoclásico de principios de siglo. Así mismo la ciudad posee muchas avenidas y bulevares amplios y decorados.

El centro de la ciudad de Guatemala está actualmente en un período de recuperación, especialmente el paseo de la Sexta Avenida y el paseo de Jocotenango que se encuentra en construcción. Paulatinamente la población local se ha retirado del mismo, el cual ha quedado nada más para actividades educativas, políticas y turísticas.

La Ciudad de Guatemala ofrece numerosos atractivos turísticos. Ejemplo de ello es el Palacio Nacional de la Cultura, donde se exponen colecciones de pintura y escultura contemporánea y antigua, vitrales de gran valor artístico, entre otras atracciones, así como alberga algunas oficinas de gobierno.

A pesar de la gran cantidad de actividades que se pueden encontrar actualmente, en especial en museos y centro culturales la asistencia a los mismos es muy pobre. Este fenómeno se encuentra marcado mayormente entre la población joven. Por esta razón el país se encuentra en un notorio cambio de adaptación cultural con frecuentes presentaciones artísticas que incluyan a los jóvenes para ayudar al crecimiento cultural con actividades sanas que los involucren.

LISTA DE LOS MUSEOS QUE SE ENCUENTRAN EN LA ACTUALIDAD EN EL ÁREA DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD

Museo Nacional de Historia
Museo de la Universidad de San Carlos MUSAC
Casa M.I.M.A.
Museo Postal y Filatélico
Palacio Nacional de la Cultura
Museo Arquidiocesano de Santiago de Guatemala
Museo de la Merced
Museo del Ferrocarril
Museo de la Semana Santa
Museo de la Caridad Sor Cecilia Charrin

PROBLEMA

El desconocimiento de museos y centros culturales se debe a la falta de información acerca de su ubicación, y lo que en ellos se puede encontrar. Siendo este un grave problema que repercute en la baja asistencia a los mismos y que hace que ésta vaya en aumento. En especial entre la población joven quienes prefieren otro tipo de distracciones.

MAGNITUD

Según la Asociación de Museos de Guatemala (AMG) y el Comité Guatemalteco del Consejo Internacional de Museos (ICOM) existen 40 museos y centros culturales registrados en el país, de estos 25 se encuentran en la ciudad capital, teniendo en el Centro Histórico (zona 1) un total de 10 museos y 3 centros culturales, en los cuales se tiene una asistencia regular en su mayoría por parte de estudiantes, quienes los visitan en excursiones escolares. Sin embargo en estadísticas actuales del INE la población joven menor de 30 años en la ciudad hace al 70%. Esto indica que el porcentaje de visitas diarias a los museos en comparación con la población joven es baja, y que, de estas personas que los visitan una parte es por obligación de una institución educativa y no por gusto propio. Es así que se hace necesario que estos jóvenes sigan con la motivación de recrearse sanamente y a su vez influyan en otros jóvenes.

TRASCENDENCIA

Tener conocimiento de la existencia de estos museos y centros culturales es importante para lograr realizar un cambio en la sociedad y dar a conocer nuevas formas de cultura a través de la información correcta, conocer las propias culturas, costumbres y tradiciones que los conforman. Así como lograr el interés de más jóvenes en actividades sanas. Logrando concientizar a la sociedad de la importancia del conocimiento cultural y que sean parte de ellas por su propio interés, sin que se sientan obligados a realizarlas. Aumentando así la asistencia a estos museos y centros culturales, creando un interés en actividades artísticas de las que pueden formar parte. Con este proyecto se pretende fortalecer el área de la cultura de paz creada por la UNESCO en octubre de 1992 y firmada en Guatemala en diciembre de 1996, la cual tiene como objetivo "Fortalecer procesos de reflexión y acción que contribuyan a nuevas actividades pacíficas de convivencia en la nueva sociedad guatemalteca".

Existen ámbitos de acción sobre los cuales se trabaja en Guatemala para ir creando con

el tiempo la cultura de paz esperada, de los cuales se han tomado dos como referencia y apoyo a este proyecto que pretende llevar a cabo estos ámbitos como base del mismo, "promover una cultura de paz por medio de la educación" y "Apoyar la comunicación participativa y libre circulación de información y conocimientos. En la actualidad los cambios han sido notorios iniciando con el cese de 36 años del conflicto armado, de ahí parten avances que involucran a toda la sociedad especialmente enfocándose en los jóvenes, sin importar culturas o razas. Siendo este un proceso paulatino que va en ascenso, con el apropiado apoyo que se le ha venido dando a todas las actividades, en este caso culturales y educativas por parte de las autoridades. Sin embargo por la falta de presupuestos y apoyo privado y particular por la falta de información y de educación cultural en las personas que creen que el arte no es una forma de expresión moral y ética correctas. Por estos motivos se hace necesario el crear este tipo de proyectos que sirvan como medio de comunicación para un aprendizaje necesario para el correcto avance de la sociedad.



VULNERABILIDAD

Al distribuir un material más atractivo para informar sobre la ubicación exacta de los museos y centros culturales se pretende que los jóvenes sean fácilmente influenciados. Aún más si este material es interactivo, creando una fácil localización de los centros culturales y museos, mostrando un poco de su historia y de lo que se expone en los mismos. La afluencia de personas podría ir en aumento si se les da la orientación adecuada y de forma atrayente, divertida y de fácil utilización.

FACTIBILIDAD

EL MUSAC es una organización no lucrativa, financiado por la Universidad de San Carlos de Guatemala, siendo parte importante de la misma. Entre sus principales objetivos está el contribuir a la difusión de la cultura.

Por ello se cuenta con el apoyo de la organización, ayudando a obtener los permisos necesarios para poder tomar fotografías y la información necesaria en cada museo y centro cultural. Así como la asistencia logística para la puesta en práctica al brindar el apoyo y cediendo un espacio en su página Web para la presentación del mismo así como darlo a conocer ante otras instituciones que serán beneficiadas con el proyecto.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un material interactivo para contribuir a que las estrategias informativas de los centros culturales y museos de la zona uno de la ciudad de Guatemala logren generar mayor conocimiento e identificación en la población joven guatemalteca.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Elaborar material audiovisual que permitan el traslado de la información a los jóvenes aprovechando las redes sociales y lugares de difusión del MUSAC, con una duración mínima de 6 meses.

Desarrollar las piezas gráficas estableciendo los niveles jerárquicos y las características gráfica de la imagen, para que estos cumplan con la función del material de acuerdo al nivel de lectura del grupo objetivo.

OBJETIVOS DE DISEÑO



CAPÍTULO

— —

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN
GRUPO OBJETIVO

MUSEO DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS (MUSAC) TOMADO DE LA PÁGINA WEB DEL MUSAC

El edificio utilizado por la Universidad de San Carlos en la 9 av. 9-79 de la zona 1 sufrió fuertes daños ocasionados por el terremoto de 1976, de tal magnitud que debió ser abandonado, y en 1980 por Acuerdo del Consejo Superior Universitario es destinado para el funcionamiento del MUSAC, ya que se consideró que arquitectónica e históricamente reunía las condiciones necesarias para un proyecto de esta naturaleza.

A finales de 1985, La Universidad encarga a la División de Servicios Generales el rescate físico del inmueble, con el propósito de instalar el Museo Universitario.

MISIÓN

"Somos una entidad de servicio, que contribuye a la difusión de la cultura y el saber científico. Medio dinámico de brindar educación, asimismo, a través de exposiciones permanentes, temporales, itinerantes y actividades educativas-culturales multidisciplinarias, que fortalecen en la comunidad los vínculos de identidad, fraternidad, solidaridad y respeto por la naturaleza. A la vez que conserva los bienes materiales del pasado y presente, con el compromiso de preservarlos para las generaciones venideras."

VISIÓN

"Ser una unidad de extensión con vocación intercultural, académica, museológica, participativa, con programas novedosos y dinámicos; que investiga, divulga, expone, educa y fomenta los valores para la convivencia pacífica, de respeto al medio ambiente y la superación sostenible de la comunidad. Con programas de fines didácticos, permite el encuentro entre generadores de bienes de cultura y espectadores, logrando la participación del visitante para que aprecie y valore las cualidades tecnológicas, históricas y estéticas de culturas propias y extranjeras".

OBJETIVOS GENERALES

1. Promover la difusión de la Cultura, sentando los aspectos de la identidad, contribuyendo en el desarrollo del país y de la Universidad.
2. Manifestarse como el centro de información del quehacer universitario que exponga, divulgue y difunda la cultura el arte, la ciencia y la tecnología, razón de ser de la Universidad de San Carlos.
3. Mantener el vínculo entre pueblo y Universidad en sus distintos niveles culturales, artísticos y científicos, a través de la generación de exposiciones y de actividades educativas.
4. Cooperar estrechamente con otras instituciones nacionales e internacionales afines, para la promoción de la cultura, el arte y la ciencia de nuestro país y de otras culturas.
5. Proporcionar a la Comunidad Universitaria y al pueblo de Guatemala los beneficios de una museología adecuada que invite a la participación activa del público visitante.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Salvaguardar los bienes culturales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ya sean estos históricos, científicos o artísticos, por medio de la preservación, conservación y restauración de las colecciones del Museo.
2. Fomentar la investigación en sus distintos niveles; cooperando en su adecuada exposición y divulgación por los medios que su organización le permita.
3. Identificar, catalogar e inventariar los distintos bienes muebles e inmuebles que la Universidad posee en las diferentes unidades académicas y administrativas locales y regionales.
4. Realizar programas educativos que contribuyan a la formación de la comunidad universitaria como al pueblo en general, con temas culturales, artísticos y científicos.
5. Montar exposiciones educativas que den a conocer los resultados de investigaciones científicas, históricas y de labor creativa surgidas en el seno de la Universidad.
6. Promover la difusión del quehacer universitario hacia la población guatemalteca, mediante los medios a su alcance, para lograr una dinámica de participación.

FUNCIONES

INVESTIGACIÓN-DOCUMENTACIÓN

Como función primordial de la Universidad, la investigación funciona en el Museo, como Unidad de apoyo para la formación de los guiones científicos que se generan para las exposiciones y documentar con mayor amplitud los bienes muebles, que se presentarán en los diferentes programas expositivos del Museo. Está a cargo de la Curaduría del Museo, además genera las publicaciones que contribuyen al conocimiento de temas históricos, artísticos, científicos y culturales

CONSERVACIÓN Y RESTAURACIÓN

Función que garantiza la sobrevivencia de los bienes culturales muebles, por medio de técnicas y procedimientos adecuados, impulsando actividades para impedir el deterioro, destrucción o pérdida de los bienes de la Universidad. Sus actividades se basan en el diagnóstico del estado físico de los bienes muebles en exhibición y en bodega; cuenta con un programa de registro e inventario, evaluación y control, así como actividades de mantenimiento preventivo, de conservación y restauración de los Bienes de la Universidad y nacional que se deposita en el Museo. Está a cargo del Conservador del Museo.

EDUCACIÓN-DIFUSIÓN

Función que se encarga de establecer las técnicas pedagógicas y de comunicación con el público, siendo un medio dinámico para proyectar la educación. Unidad encargada de

elaborar material informativo y de programar actividades para lograr el mejor aprovechamiento del contenido de las exposiciones, esta a cargo de personal del Programa educativo del Museo.

MUSEOGRAFÍA Y EXPOSICIÓN

Función encargada de la elaboración de los guiones museográficos y de exhibir y/o exponer con técnicas y métodos adecuados los bienes museables, con el propósito de lograr que los objetos transmitan su más fiel significado, siendo la técnica que pone en contacto al observador con los testimonios del hombre. Su objetivo es exhibir organizadamente las colecciones con fines didácticos, estéticos y recreativos en exposiciones temporales, permanentes e itinerantes como resultado de un trabajo multidisciplinario, está coordinado por el museógrafo.

ADQUISICIÓN-DESCARTE DE BIENES CULTURALES

Función que tendrá por actividad el incremento y descarte de los bienes culturales, sirviendo de apoyo a la sección curatorial, museográfica, educación y difusión, encargándose de enriquecer el Patrimonio Cultural Universitario y establecer los lineamientos necesarios para la adquisición, ya sea por donaciones, préstamos, o adquisición. Asimismo, se encargará del descarte de bienes, que por razones funcionales y de organización del Museo, no sea de beneficio mantener en su colección, ambas funciones se desarrollarán por las políticas de adquisición y descarte del Museo.

FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Función primordial se encargará del entrenamiento especial a todo el personal y cuerpo de voluntarios, que trabajar en el Museo para obtener mejores resultados por medio de programas formativos e informativos. Recuperado de <http://www.musacenlinea.org/historia.htm>



PERFIL DEMOGRÁFICO

Mujeres y hombres entre los 20 y 35 años de edad. Solteros o casados con o sin hijos, de un nivel socio económico medio y medio alto. Con estudios universitarios o una formación artística y cultural. Con un estilo de vida tranquilo que le guste visitar sitios culturales o que sea parte del movimiento cultural ya sea de forma activa o no. Sentirse motivado e involucrado en un estilo de vida cultural. Que conozcan a personas con esta clase de actividades o con intereses similares, sociables y activos que tiendan a buscar la información relacionada a cultura.

Que valore el país, sus costumbres y culturas, con una mente abierta a conocer y disfrutar de las mismas, con una actitud positiva. Con la información necesaria acerca de las actividades estas personas tengan una percepción amplia del material que se les está presentando para así lograr su atención y posterior asistencia a los sitios culturales que se les muestre a través de la guía. Con todo lo anterior que puedan tener un aprendizaje obteniendo un cambio positivo por la experiencia que tendrán al ver un material audio gráfico informativo y entretenido. Que influye en ellos para que tengan conocimiento y el interés aún más pronunciado en las actividades que se les presentan.

PERFIL GEOGRÁFICO

Personas que viven en la ciudad capital de Guatemala que acostumbran visitar o viven en el centro histórico zona 1. En su mayoría que disfrutan pasear en los alrededores del mismo por el paseo de la sexta o por el Paseo de Jocotenango.

CARACTERIZACIÓN

PREFERENCIAS

A través del método de la observación se obtuvieron los siguientes datos referentes al grupo objetivo.

Ropa: típico, casual, algunos de forma extravagantes.

Colores: mujeres colores tierra, y cálidos.

Hombres: fríos y tierra.

Hábitos: acostumbran reunirse para conversar y tomar café o a comer, salen por las noches. Les gusta leer. Utilizan facebook para comunicarse ya sea en la computadora o en el celular y otros medios de comunicación actuales.

Gustos: les gustan las líneas gráficas simples, solidas. Puede ser con detalles o con texturas pero no tantas.



CONCEPTOS FUNDAMENTALES
CONCEPTO CREATIVO
PROCESO DE DESARROLLO DE LOS BOCETOS Y
DECISIONES DE DISEÑO

“ Más es que el verdadero Museo no enseña a repetir el pasado, sino a sacar de él todo cuánto él nos da dinámicamente para avanzar en cultura dentro de nosotros, y en la transformación dentro del proceso social”.

Mario de Andrade (1938)

LA CULTURA

Existen varias definiciones de lo que se puede entender como cultura, es importante conocer algunas de estas definiciones para lograr tener un concepto de lo que se estará hablando más adelante. Así también de la importancia que se le da en la sociedad y para qué se hace necesaria tenerla en cuenta en las actividades que se realizan diariamente.

Partiendo de sus orígenes se dice que procede de la palabra latina "cultus" o cultivar, en un principio por el hecho de cultivar la tierra, con el tiempo su definición se ha venido modificando según a sido necesario. El segundo principio que se cree es el de "Cicerón quien metafóricamente había escrito la cultura animi (cultivo del alma). Kultur implicaba una progresión personal hacia la perfección espiritual."

Al llegar el siglo XX se da una de las definiciones más importantes y que eliminan el racismo del enfoque que se le venía dando, partiendo de la investigación de F. Boas (1930) acerca de los pueblos define que la cultura es "...*todo lo que incluye todas las manifestaciones de los hábitos sociales de una comunidad, las reacciones del individuo en la medida en que se ven afectadas por las costumbres del grupo en que vive, y los productos de las actividades humanas en la medida en que se ven determinadas por dichas costumbres*". Boas (1930), citada por Kahn (1975), citada por Doncel O, Antropología social y cultural, Antropología, cultura e identidad étnica. Recuperado de http://www.conchadoncel.com/Contenidos/Materials_docents/Antropologia_social/Apuntes/Cultura.pdf

Después de este se dieron términos con aceptación como los que se presentan a continuación:

"En primer lugar, la cultura es la diversidad creativa plasmada en las culturas concretas, con sus tradiciones y expresiones materiales e inmateriales únicas. En segundo lugar, la cultura (en singular) alude al impulso creativo que se halla en el origen de esa diversidad de "culturas". Rilviere F, Kutukdjlan G,

Corbett J (2009) *Resumen Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*. París-Francia: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

"El conjunto de rasgos distintivos espirituales, materiales, intelectuales, y afectivos de una sociedad o grupo social, que comprende, además de las artes y las letras, los estilos de vida, las formas de convivencia, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias" UNESCO (2004) citado por Araujo M. (2009) *Breviario de legislación cultural*. Guatemala: Ministerio de cultura y deportes.

LA DIVERSIDAD CULTURAL EN GUATEMALA

Guatemala cuenta con una mezcla enriquecedora de culturas, que se pueden apreciar a diario en las formas de vida de su gente. En los grupos de jóvenes que integran una cultura basada en un tipo de música o de distintas artes. Así también, se muestran las cuatro culturas y la cultura de paz. Los guatemaltecos se

identifican culturalmente por sus expresiones coloquiales como los modismos al hablar, las ferias patronales que aunque se celebran de distinta forma según la región del país, son parte del ser guatemalteco y se reconocen como tal independientemente del lugar del que provengan. Las comidas típicas, los trajes regionales que aunque no son utilizados por todos los guatemaltecos siempre son parte de la identidad integral de un guatemalteco. Se reconocen como propias ya que forman parte de su folklore, costumbres y tradiciones únicas que unen a toda Guatemala indistintamente de la sub cultura a la que pertenecen.

Muestra de las culturas de la que los guatemaltecos forman parte se encuentra representada en los museos, a través del patrimonio que se conserva en ellos, siendo parte esencial para conocer sus raíces. Y con los bailes que se aprenden en centros culturales, los instrumentos o cantos que también se muestran como una herencia social. Una gran cultura con años de historia que une a cada pueblo de Guatemala en esa biodiversidad cultural que existe y que por ellos se hace más enriquecedora iniciando con sus 22 idiomas que se dicen todas provienen de la protomaya como se indica en el siguiente texto las etnias son parte esencial de la cultura y no necesariamente representan separaciones entre culturas.

“La etnicidad se refiere a aspectos de las relaciones entre grupos que se consideran a sí mismos y que son considerados por otros, como culturalmente distintivos, y si bien es cierto que el discurso relativo a la etnicidad tiende a concentrarse en unidades subnacionales y/o en minorías, las mayorías o grupos dominantes no dejan de ser menos étnicas. Además, se señala que la etnicidad pone énfasis

en las relaciones que se dan entre los grupos, se plantea que la causa de la diferencia socialmente reconocida no está en la cultura, sino en la identidad que se crea a partir de las relaciones con otros grupos”. PNUD (2005) citado por Quezada C, Ayala H, Arana M, Martínez V (2008) Guatemala y su biodiversidad, un enfoque histórico, cultural, biológico y económico, Guatemala: CONAP

Después de haber visto lo que significa la cultura podremos comprender de mejor forma lo que es la diversidad cultural. Nuestra cultura está conformada por varias culturas como lo hemos mencionado anteriormente, algunas han nacido de la fusión de dos o más a causa de las migraciones y anteriormente de las conquistas. Como ya sabemos la cultura es un medio de expresión común y dentro de nuestra cultura existen subculturas que integran nuestra sociedad, a través de distintos medios como la música, la pintura, la fotografía, el cine, el teatro entre otros.

Lo que se pretende es que estas culturas sean aceptadas como tales por la mayoría de las personas, el guatemalteco por identidad es conservador y los que son mayores de edad no aceptan las nuevas formas de cultura que han ido surgiendo. Por otro lado la juventud no comparte las culturas más conservadoras, es necesario encontrar la unificación en la que se encuentren y compartan y poder decir que todos forman parte de una cultura y es la guatemalteca. Los jóvenes están más abiertos a estas propuestas a través de festivales en los que se da un encuentro y apoyo a toda una gama de artistas con distintas culturas e intereses. Estas actividades van obteniendo con el tiempo un apoyo más grande y recurrente pero no lo suficientemente constante como para poder dejar una huella que ayude o incentiven a otros para que lo sigan haciendo.

Con la gran variedad de culturas que existen actualmente se presenta en cada una de ellas una serie de expresiones que las identifican y distinguen con signos, colores, sonidos. Que las hacen especialmente diferentes y atractivas. Todo ello en ocasiones se unen por la mezcla de culturas que se van dando ejemplo muy claro de esto es la música donde se aprecia esa mezcla con más claridad.

A continuación se nombrarán algunas de las más importantes subculturas que han venido formándose por distintas causas y que en el presente son parte de esa diversidad cultural que hay que aprender a respetar y valorar.

LOS CUATRO PUEBLOS

Para profundizar aún más en el tema cultural propio de Guatemala, se hace necesario hacer referencia a las cuatro culturas o los cuatro pueblos, como muestra de la interculturalidad de la que los guatemaltecos forman parte. Los cuatro pueblos se refiere a las principales étnias de la región, siendo estas la Xinka, la Garífuna, la Ladina y la Maya.

XINKAS

"Se consideraba como comunidades Xinkas la parte de Jutiapa, Jalapa y Santa Rosa. Los Xinkas son llamados llaneros o los del agua. La palabra Xinka en su idioma quiere decir "seres que fueron creados o seres únicos", una de las tradiciones que lo representan es el baile del caballito y el toro, haciendo referencia al bien y al mal. El pueblo Xinka se ha logrado mantener hasta nuestros días gracias a la tradición oral, con sus historias y relatos antiguos pasando de generación en generación". resumen tomado de Cuatro pueblos de Guatemala [documental] ministerio de cultura y deportes. Guatemala 9:10 min., sonido, recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=GYY4z3s5YOg>

La Etnia Xinka se pretende salvar, ya que con el tiempo se ha ido perdiendo, tanto el idioma Xinka como sus costumbres y con ello su forma de vida, se considera que en la actualidad es un grupo muy reducido de ancianos quienes aun lo hablan, esto según lo que se indica en la Guía de la Educación Multicultural e Intercultural "Las investigaciones realizadas recientemente por los expertos del tema, dicen solo quedan diez ancianos que hablan su idioma materno, pero existen 160,000 Xinkas en las comunidades". Ixtamal P. T. (2009) Educación Multicultural e Intercultural guía programática. Guatemala: EFPEM

GARÍFUNAS

"También conocido como "caribes negros o garinagu" identificado por su forma de expresión religiosa poco común en lugares como la capital y en otras regiones donde se practican el cristianismo. Entre sus deidades se nombran a "Hiyuruha y gubida", participan en ritos ceremoniosos uno de ellos llamado "Chugú" llegaron hace más de dos siglos huyendo de la esclavitud, instalándose en las costas de Belice, en la actualidad están ubicados en Belice, Livingston y la ciudad capital de Guatemala, así como en Honduras y Nicaragua.

Los garífunas se expresan cultural y artísticamente en su música, en la que mezclan instrumentos como la guitarra, caracoles, conchas y tambores costumbres que aún siguen vivas junto a sus danzas consideradas desde 1981 como patrimonio de la humanidad, una de las más importantes es la punta llamada "Jonh canoe" (danza de la fertilidad). Su lengua es la garífuna pero también hablan el inglés y el español según la región de donde provengan. Sus ritos los hacen en lugares sagrados todos relacionados con el agua, lagos, ríos, cascadas etc.". Resumen tomado de Cuatro pueblos de Guatemala [documental] ministerio de cultura y deportes. Guatemala 9:10 min., sonido, recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=GYY4z3s5YOg>

LADINOS

Dentro de los cuatro pueblos se encuentra también la población Ladina o mestiza que da inicio en el siglo XVI con la mezcla entre los indígenas y los españoles en la época de la conquista, de aquí parte el pueblo ladino que inicia una lucha para poder tener un lugar en la sociedad; en la actualidad se consideran parte del pueblo ladino a los españoles empobrecidos. En un artículo de "EL PERIÓDICO" sobre la Identidad y el Orgullo Ladino hacen la aclaración que "Los españoles llamaron ladinos a los indios que aceptaron la religión y la lengua derivadas de Roma y del latín, y los consideraron personas latinizadas (latino = ladino). El origen de los ladinos como grupo diferenciado fue cultural primero y biológico después." Morales M. R. (2008, 24 de diciembre) Identidad y orgullo ladino, en mesoamérica no había

indios puros ni tal pureza. *El periódico*. Recuperado de <http://www.elperiodico.com.gt/es/20081224/opinion/84459>

Los Ladinos se encuentran principalmente en la ciudad capital de Guatemala, así como en las cabeceras departamentales y municipales, por lo que tiene mayor acceso a la educación su idioma principal es el español, sus rasgos físicos son latinos e indígenas.

MAYAS

Por último se encuentra la cultura Maya, siendo la más importante y antigua de la región: *"Las evidencias que sustentan el origen de los pueblos indígenas en Guatemala son en primer plano los restos arqueológicos, la memoria histórica monumental y escrita; en un segundo plano, la tradición oral que ha sobrevivido al etnocentrismo y que ha quedado plasmada en forma escrita en el Popol Vuh"*. Raynaud, (1927) citado por Quezada C, et al (2008) *Guatemala y su biodiversidad, un enfoque histórico, cultural, biológico y económico*, Guatemala: CONAP

"Los mayas actuales son descendientes de los primeros pobladores y constructores de Mesoamérica, una de las grandes civilizaciones del continente americano, con una historia bastante anterior a la llegada de los españoles. A pesar de que los colonizadores europeos les impusieron estructuras políticas y administrativas, los mayas y otros pueblos indígenas desarrollaron mecanismos de resistencia y adaptación. La cultura maya ha resistido la dominación política, social, económica y cultural que se ha dado desde la colonia hasta finales del segundo milenio, cuando acontecimientos a nivel mundial y nacional han favorecido el movimiento político y cultural reivindicador maya". Ajquijay G. P. *Interculturalidad y mediación pedagógica intercultural*. Guatemala: Ministerio de Educación y Cooperativa Española.

CULTURA DE PAZ

Otra de las formas culturales y de mayor relevancia que existe en la actualidad es la llamada Cultura de paz que da inicio *"en la UNESCO, animado y conceptualizado por Federico Mayor Zaragoza, Director General de la institución, y por sus equipos. Desde mediados de la década de 1980"*. García R. J. (2010) *Por un movimiento social internacional: El Programa De Cultura De Paz*. Guatemala: UNESCO Serigráficas S.A.

"La cultura de paz consiste en una serie de valores, actitudes y comportamientos que rechazan la violencia y previenen los conflictos tratando de atacar sus causas para solucionar los problemas mediante el diálogo y la negociación entre las personas, los grupos y las naciones". *Declaración sobre una cultura de paz A/RES/53/243 artículo 1, tema 31 (1999)*.





La cultura de paz se vive en cuatro dimensiones:

"PAZ CONMIGO MISMO:

Nadie puede dar lo que no tiene.

La paz comienza por el respeto a mi dignidad personal.

Amarme valorarme, cuidarme.

PAZ CON LOS DEMÁS:

No soy una isla

Estoy en el mundo en relación con los demás.

Necesito convivir con los demás fortaleciendo las actitudes de solidaridad, diálogo, amistad y reconciliación

PAZ CON LA NATURALEZA:

El mundo es mi espacio vital, en él yo me desarrollo, crezco y maduro por eso tengo que aprender a respetar y a valorar todos los recursos que me ofrece.

Cuidando mi entorno contribuyo al bien de la humanidad.

PAZ ESPIRITUAL:

Viviendo en actitud confiada y de apertura al ser trascendente.

Viviendo serenamente con actitudes positivas de gozo amor y compasión.

Viviendo en congruencia con mis principios y valores, aquellos que me hacen ser una persona auténtica." Secretaría de la Paz de la Presidencia (2006) Los Acuerdos De Paz En Guatemala.

LA GESTIÓN CULTURA Y LA POLÍTICA PÚBLICA:

Uno de los temas importantes en relación a la cultura es el apoyo que se le da a la misma de parte del Estado, las personas se dan cuenta solamente de lo que pueden apreciar en el exterior de las cosas. Bien sea cuando asisten a una obra de teatro o a una pequeña exposición, ven lo bonito que estaba o lo bien que se expresaron. Pero no saben la gestión que los organizadores tuvieron que realizar para poder tener el apoyo legal necesario.

En cuanto a este tema existen varias leyes que apoyan las distintas expresiones culturales (artísticas) que existen en Guatemala, son muy pocas las personas que legalmente hablando dan una asesoría correcta al respecto del tema. El abogado Max Araujo es una de las personas que tienen un conocimiento amplio sobre las leyes culturales, ya que ha escrito libros al respecto y trabajó para el ministerio de cultura y deportes ayudando a crear nuevas leyes. Este no es un trabajo fácil pues según comenta "han querido desaparecer el ministerio de cultura y deportes porque no se ve que hagan nada". Siendo este comentario a su criterio una mentira, puesto que él ha sido parte de varios proyectos culturales, por ejemplo: siendo el creador del festival del centro histórico y ser parte del comité que lo conforma. Como referencia de estas políticas, se toma el siguiente párrafo:



"Entre los años 2000 y 2007 una sostenida dinámica de articulación entre el Estado y la sociedad guatemalteca en el sector cultura ha permitido el desarrollo de un proceso participativo para la formulación de diferentes instrumentos de gestión cultural entre los que destacan las Políticas Culturales y Deportivas Nacionales y, de manera más reciente, el Plan Nacional de Desarrollo Cultural a Largo Plazo.

Las políticas Culturales y Deportivas son siete, denominadas de la siguiente manera: la Cultura de Paz y Desarrollo Sostenible como política rectora y, en concordancia con la misma las siguientes políticas generales: Apoyo a la creatividad y la comunicación social; Protección y Conservación del Patrimonio Cultural y Natural; Fortalecimiento y desarrollo institucional, Actualización de la legislación; Formación y capacitación; Fomento de la investigación; y Apoyo al deporte y la recreación". Ministerio de Cultura y Deportes, Unidad de Patrimonio Cultural Inmaterial (2007) *Política nacional del patrimonio cultural.*

LEGISLACIÓN CULTURAL DE GUATEMALA

A continuación se nombran algunas de los artículos que apoyan la cultura y lo relacionado a museos y centros culturales. Que puedan brindar un enfoque político al informe que se presenta, dando un sentido más amplio de la importancia de los mismos.

"Artículo 57. Derecho a la cultura. Toda persona tiene derecho a participar libremente en la vida cultura y artística de la comunidad, así como a beneficiarse del progreso científico y tecnológico de la Nación.

Artículo 61. Protección al patrimonio cultural. Los sitios arqueológicos, conjuntos monumentales y el Centro Cultural de Guatemala, recibirán atención especial del Estado, con el propósito de preservar sus características y resguardar su valor histórico y bienes culturales. Estarán sometidos a régimen especial de conservación el Parque Nacional Tikal, el Parque Arqueológico de Quiriguá y la ciudad de La Antigua Guatemala, por haber sido declarados Patrimonio Mundial, así como aquellos que adquieran similar reconocimiento.

Artículo 62. Protección al arte, folklore y artesanías tradicionales. La expresión artística nacional, el arte popular, el folklore y las artesanías e industrias autóctonas, deben ser objeto de protección especial del Estado, con el fin de preservar su autenticidad. El estado propiciará la apertura de mercados nacionales e internacionales para la libre comercialización de la obra de los artistas y artesanos, promoviendo su producción y adecuada tecnificación.

Artículo 63. Derecho a la expresión creadora. El Estado garantiza la libre expresión creadora, apoya y estimula al científico, al intelectual y al artista nacional, promoviendo su formación y superación profesional y económica.

Artículo 65. Preservación y promoción de la Cultura. La actividad del Estado en cuanto





a la preservación y promoción de la cultura y sus manifestaciones, estará a cargo de un órgano específico con presupuesto propio. Se debe tener el conocimiento de ellas para así lograr apoyar personalmente las manifestaciones artísticas que consideremos que podemos participar de ellas. Teniendo el conocimiento de que estamos en todo nuestro derecho constitucional de poder realizarlo. Lo mismo sucede si deseamos formar parte de una red cultural como gestores, estas como todas las organizaciones deben estar inscritas legalmente para poder desempeñar su labor aunque sea como se dice "por amor al arte". Araujo M. (2009) Breviario de legislación cultural. Guatemala: Ministerio de cultura y deportes.

Involucrándonos en todos estos temas y conociendo más a profundidad de los mismos nos damos cuenta que el apoyo real de la sociedad y el Estado hacia la cultura no solo es poca si no también pobre en calidad, los mismos mandatarios y personas de gobierno coadyuva a la supresión de las acciones culturales, asimismo a las organizaciones de las cuales se obtiene un mayor interés por promoverlas. Aunque existan los artículos en la ley se hace difícil poder hacerlas valer o conseguir el apoyo para poder ponerlas en práctica.

PATRIMONIO CULTURAL

Otro tema que forma parte esencial al tema que se está tratando en este proyecto es el de el patrimonio cultural, ya que la mayoría de museos o centros culturales ubicados en el centro histórico se encuentran en un edificio antiguo que forma parte del patrimonio cultural. Así como lo que presentan dentro de los mismos por lo cual se hace necesario hablar al respecto mostrando algunos artículos relacionados con el mismo.

"Artículo 60. Patrimonio cultural. Forman el patrimonio cultural de la Nación los bienes y valores paleontológicos, arqueológicos, históricos y artísticos del país y están bajo la protección del Estado. Se prohíbe su enajenación, exportación o alteración, salvo los casos que determine la ley". Araujo M. (2009) Breviario de legislación cultural. Guatemala: Ministerio de cultura y deportes.

BIENES CULTURALES

En Guatemala existen muchos bienes culturales estos se refieren a la herencia que nos ha quedado con el pasar de los años y que tienen un valor, tanto monetario como histórico. Estos representan un gran aporte a nuestra forma de cultura y ayudan a diversos estudios como conocer las formas de sociedad que existieron dejándonos los bienes culturales como muestra de su existencia y que ahora los podemos apreciar en los museos o incluso en algunas casas donde sus dueños sirven de custodios a los mismos, así como cuando vamos a los sitios arqueológicos. Estos bienes son un conjunto de cosas que forman los patrimonios, existen dos clases de bienes culturales: los bienes muebles y los bienes inmuebles.

PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE

BIENES CULTURALES INMUEBLES

Lo conforman las construcciones que no se pueden mover de su lugar y que son representativos o que de alguna forma por la avanzada tecnología, se pueden mover con maquinaria pesada para ser reconstruirlos en otro lugar. Estos pueden ser monumentos arqueológicos, pirámides, edificios de la época etc.

Estos se clasifican en: Arquitectura Civil, Arquitectura Religiosa y Arquitectura Militar. La primera son casas por ejemplo las que se encuentran en el Centro Histórico a las que no se les pueden hacer cambios sin un permiso municipal especial, los puentes como el que se encuentra en la Municipalidad, plazas etc. La segunda son las iglesias, catedrales, conventos, etc. Todos los de índole religioso que al igual deja un aporte cultural e histórico fundamental. La última son edificaciones puramente de uso militar actualmente o que hayan sido utilizadas con este fin anteriormente como el Palacio Nacional, el Palacio de los Capitanes, etc. Para ampliar más al respecto se cita nuevamente lo descrito por Max Araujo (2009)

1. La arquitectura y sus elementos, incluida la decoración aplicada.
2. Los grupos de elementos y conjuntos arquitectónicos y de arquitectura vernácula.
3. Los centros y conjuntos históricos, incluyendo las áreas que le sirven de entorno y su paisaje natural.

4. La traza urbana de ciudades y poblados.
5. Los sitios paleontológicos y arqueológicos.
6. Los sitios históricos.
7. Las áreas o conjuntos singulares, obra del ser humano o combinaciones de estas con paisaje natural, reconocidos o identificados por su carácter o paisaje de valor excepcional.
8. Las inscripciones y las representaciones prehistóricas y prehispánicas.” Araujo M. (2009) Breviario de legislación cultural. Guatemala: Ministerio de cultura y deportes.

BIENES CULTURALES MUEBLES

Son todos aquellos que podemos mover de un lado al otro sin mayor dificultad y que podemos apreciar en distintos lugares de exposición, como se describe a continuación:

- “Son aquellos que por razones religiosas o laicas, sean de genuina importancia para el país, y tengan relación con la paleontología, la arqueología, la historia, la literatura, el arte, la ciencia o la tecnología guatemalteca, que provenga de las fuentes enumeradas a continuación:
- 1 Las colecciones y los objetos o ejemplares que por su interés e importancia científica para el país, sean de valor para la zoología, la botánica, la mineralogía, la anatomía, y la paleontología guatemaltecas.
 - 2 El producto de las excavaciones o exploraciones terrestres o subacuáticas, autorizadas o no, o el producto de cualquier tipo de descubrimiento paleontológico o arqueológico, planificado o fortuito.
 - 3 Los elementos procedentes de la desmembración de monumentos artísticos, históricos y de sitios arqueológicos.
 - 4 Los bienes artísticos y culturales relacionados con la historia del país, acontecimientos destacados, personajes ilustres de la vida social, política e intelectual, que sean de valor para el acervo cultural guatemalteco, tales como:
 - a) Las pinturas, dibujos y esculturas originales.
 - b) Las fotografías, grabados, serigrafías y litografías.
 - c) El arte sacro de carácter único, significativo, realizado en materiales nobles, permanente y cuya creación sea relevante desde un orden

histórico y artístico.

d) Los manuscritos incunables y libros antiguos, mapas, documentos y publicaciones.

e) Los periódicos, revistas, boletines y demás materiales hemerográficos del país.

f) Los archivos, incluidos los fotográficos, cinematográficos y electrónicos de cualquier tipo.

g) Los instrumentos musicales.

h) El mobiliario antiguo." Araujo M. (2009) Breviario de legislación cultural. Guatemala: Ministerio de cultura y deportes.

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

Este es otro patrimonio cultural que es importante mencionar ya que se pueden encontrar de igual manera en cualquier actividad cultural a la que asistamos.

"Se entiende por patrimonio Cultural inmaterial los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetivos, artefactos y espacios culturales que le son inherentes —que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural:

a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial;

b) artes del espectáculo;

c) usos sociales, rituales y actos festivos;

d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;

e) técnicas artesanales tradicionales". Araujo M. (2009) Breviario de legislación cultural. Guatemala: Ministerio de cultura y deportes.

IMPORTANCIA DE LOS CENTROS CULTURALES Y LOS MUSEOS

Forman parte de la historia y ayudan a crear, preservar y dar a conocer la identidad de los guatemaltecos. Sirven como punto de reunión social de las culturas, son un apoyo a la educación dando a conocer el pasado y el presente, apoyan todo tipo de arte haciendo crecer el interés cultural en los jóvenes creadores. Reconocen la importancia que tiene el arte y que en ocasiones se deja a un lado incluso por la misma sociedad. Todo conocimiento que estos prestan es gratuito o con costos bajos dando un valor social mayor ya que comparten el conocimiento e historia que guardan.

Dan apoyo especialmente en los jóvenes para fortalecerlos cultural, artística, social e intelectualmente.

A continuación se hace mención de cada uno de ellos por separado, sus características, distinción y clasificación. Para tener una mejor base de entendimiento de la importancia de estos, el apoyo y ayuda necesarios que brindan a la sociedad en la que se encuentran.

MUSEO

Es un lugar o institución en el que se exponen de forma permanente más no estático los objetos históricos que contribuyan a una información de estudio temático. Con el tiempo se pueden ir incluyendo a la colección más objetos que formen parte del patrimonio social y que contribuyan al tema tratado en el museo. En la actualidad existen una variedad de exposiciones en los museos que se identifican, por lo que muestran estas pueden ser de: música, sobre la vida de algún personaje reconocido e importante para la región, escultura, ya sea contemporánea o bienes muebles protegidos por el museo entre otras exposiciones. Un museo puede estar ubicado en un bien inmueble y exponer incluso lo encontrado en sus excavaciones como es el caso del hotel "Casa Santo Domingo" en el cual lograron una unificación entre el hotel y el museo que por haber sido un convento tiene historia y artefactos, considerado patrimonio cultural, por la colección tan significativa en historia.

Por otro lado dentro de un museo en ocasiones podemos encontrar salas específicamente-para-exposiciones-que no son permanentes, así como talleres relacionados con las mismas exposiciones



como es el caso de MUSAC (Museo de la Universidad de San Carlos) quienes cuentan con varias salas siendo siempre la principal la que muestra la exposición permanente.

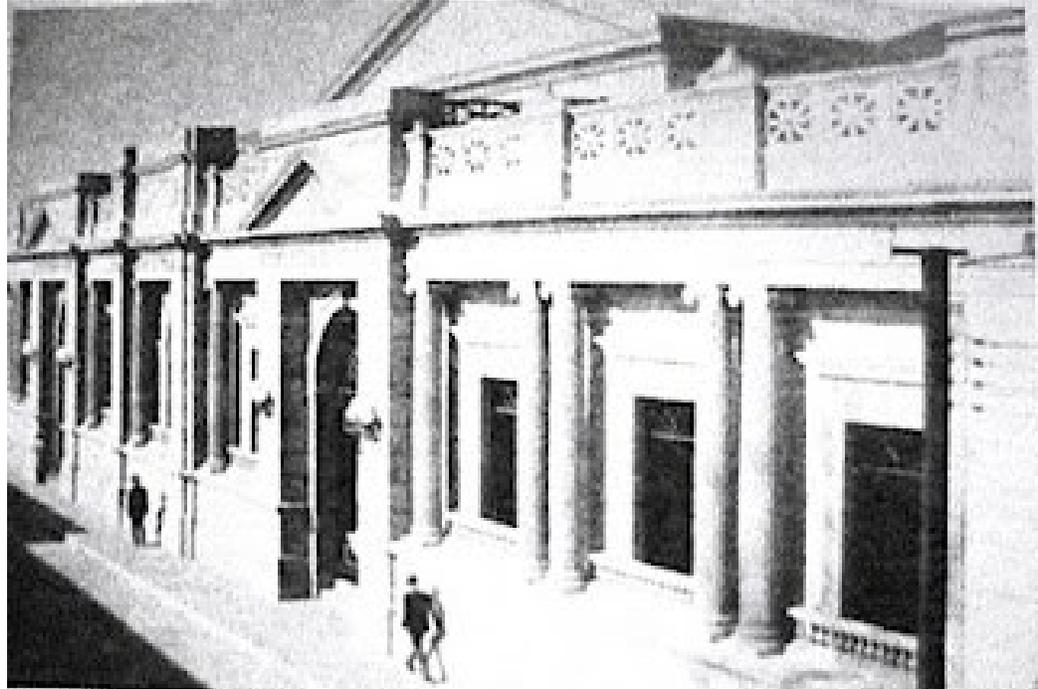
Los museos por definición legal debieran ser no lucrativos y el costo que pueden tener algunos de ellos es simbólico para su mantenimiento. Los costos de ellos pueden variar dependiendo si son públicos o privados por tener precios establecidos de lo máximo y lo mínimo que cada uno puede cobrar por visitantes extranjeros y nacionales, instituido legalmente. Para el ICOM la definición de un museo es:

"Una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo". Estatutos del ICOM adoptados durante la 22ª Conferencia general de Viena (2007) Austria. Recuperado de <http://icom.museum/quienes-somos/la-vision/definicion-del-museo/L/1.html>

EL PRIMER MUSEO EN GUATEMALA

La historia de los museos en Guatemala se remonta al año de 1796 según Aguilar (2003) en su tesis Museo de Innovación Tecnológica

"El primer museo que existió en Guatemala se llamó Gabinete de Historia Natural, y estuvo funcionando en el Palacio de gobierno de 1796 a 1801. En él se exhibían piezas arqueológicas y de historia natural. Algunos historiadores



no lo clasifican como el primer museo nacional de Guatemala debido a que existió antes de la independencia del país.

Después de la independencia, en 1831, se emitió un Decreto Gubernativo que ordenaba la creación de un museo nacional. Se le ordenó a los jefes departamentales que enviaran al Ministerio de Gobernación antigüedades, todo tipo de cosas curiosas, madera y minerales para que ellos lo trasladaran a la Sociedad Económica. Ésta sería la encargada de fundar en 1866 el Museo de la Sociedad Económica de Amigos del País, también conocido como Museo Nacional de Guatemala, Estaba ubicado donde actualmente está el Congreso de la República (9a. Avenida entre 10a y 9a calle, zona 1)". Aguilar Aqueche A. L. (2003) Museo de innovación tecnológica (tesis inédita de Licenciatura) Universidad Francisco Marroquín. Guatemala.

TIPOS DE MUSEO

En el mundo existen varios tipos de museo según lo que se exhibe en ellos, así como su fin, misión y visión. A continuación se nombran los tipos de museos que comúnmente podremos encontrar, algunos museos llevan por nombre su tipo así que posiblemente se identifiquen fácilmente.

“DE ARTE: Reúne obras aisladas conjunto de obras a las que reconoce en primer término un valor artístico, pero cuyo valor científico no es desdeñable. Se basan en la historia del arte. Pueden subdividirse en museos de pintura (galerías), de escultura, de artes aplicadas.

DE HISTORIA Y ARQUEOLOGÍA: basan su interés en el principio cronológico.

DE ETNOGRAFÍA Y FOLKLORE: se dedican a culturas o elementos culturales pre-industriales, pueden ser contemporáneos o pertenecientes a un pasado más o menos recientes. Incluyen los museos al aire libre.

DE CIENCIAS NATURALES: dedicados a varias disciplinas, botánica, geología, mineralogía, zoología, paleontología, etc. En ellos la investigación y enseñanza desempeñan el papel más importante.

CIENTÍFICOS Y TÉCNICOS: son representativos de la civilización industrial, abarcan todas las técnicas y dentro de la ciencia conceden las preferencias a las matemáticas, astronomía, física y biología.

REGIONALES: alejados de un gran centro, y cuyos programas son a la vez regionales y universales. Están al servicio de un público de paso

en el que completan y orientan los conocimientos de la región que visita.

SEGÚN SU DEPENDENCIA: en nacionales, estatales, provinciales, privados.

SEGÚN SU ORIGEN: geográfico, universal, continental, nacional, regional, in situ (Cerro Colorado). La expresión inglesa "site museums" pueden ser traducida de dos formas: como museo de sitio (arqueológico) o como museo en el local (de lugar). El ICOM, define el Site Museum como un museo concebido e implantado para proteger la propiedad natural o cultural, mueble o inmueble en su lugar original. O sea, preservan en el lugar en que fue creada o descubierta. Hay cuatro tipos de SITE MUSEUM: ecológico, etnográfico, histórico y arqueológico.

SEGÚN SU OBJETO PEDAGÓGICO: se dividen en científico, culturales, para público en general, especializado, universitarios, niños y escolares. Los Museos Jardín, tienen edificios integrados al paisaje, la idea es que estén alejados de los centros urbanos y que sean lugar de descanso. Hay en muchos de ellos muestras integradas al paisaje. Representan una especie de tradición de los museos interiores o los museos al aire libre. Los museos de historia: también cambiaron en el último siglo cuando dejaron de dar importancia solamente a la historia griega o a los grandes héroes para pasar a dar lugar al hombre común, a relatar la vida cotidiana". Fuentes B.S. Museología y museo. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos52/museologia-museo/museologia-museo2.shtml>



Arte Guatemalteco

El Museo Virtual Guatemalteco surgió como un proyecto paralelo a la Página de Literatura Guatemalteca. En realidad fue un proyecto paulatino que empezó a formarse luego de que empecé a relacionar el aspecto intertextual que se puede visualizar entre las pinturas, esculturas y hasta en los performances de los artistas y los escritores guatemaltecos. Por ejemplo, el más grande de nuestros artistas, Carlos Mérida, se puede entender mucho mejor visto en relación con el más grande de nuestros escritores: Miguel Ángel Asturias. Esta muestra del arte guatemalteco va desde el arte precolombino, donde la unión entre la religión y el arte se encuentra íntimamente presente; pasando por el arte colonial guatemalteco (en donde curiosamente esa misma relación entre arte y religión también es indistinguible, aunque por diferentes razones); pero principalmente muestra un amplio recorrido por el arte guatemalteco en el siglo XX, donde ya encontramos indicios de un arte netamente "guatemalteco", desde el arte vanguardista del ya mencionado Carlos Mérida (1891-1984), pasando por el periodo Revolucionario de los presidentes democráticos de Juan José Arévalo y Jacobo Arbenz (1944-1954) en donde podemos ver un arte nacionalista, aunque con fuertes tendencias del Realismo Socialista, hasta los nuevos exponentes jóvenes postmodernistas "performanceros" de hoy día, como Regina José Galindo (1974).

La biografía de los artistas guatemaltecos (pintores, escultores, grabadores) las ordené por orden cronológico.

Multimedia (audio, video)

Make A Donation

Juan Carlos Escobedo Mendoza M.A.
Candidato al Doctorado (Ph.D) en Literatura Latinoamericana por la University of California, Santa Barbara:
juancarloscobedomendoza@yahoo.com



MUSEO VIRTUAL O INTERACTIVO

Como hemos visto existe una gran variedad de museos a los que podemos asistir, sin embargo con la tecnología estos medios también han ido en avance, en la actualidad se encuentra en Internet un nuevo tipo de museo con características similares a los museos que física y tradicionalmente existen. Este tipo de museos puede ser parte de uno físico y se han creado con el fin de llegar a más personas en todo el mundo. Que conozcan el museo y que se interesen por visitarlos físicamente. Exponen información con fotografías de obras de todo tipo.

Ejemplos de ello en Guatemala son los que se muestran a continuación:

MUSEO VIRTUAL GUATEMALTECO
<http://www.literaturaguatemalteca.org/pinacoteca.htm>

MUSEO VIRTUAL DE LA MEMORIA HISTÓRICA
<http://guatemalamemoriaviva.com/>

GUATEMALA ETERNA PRIMAVERA ETERNA TIRANÍA
<http://www.primavera-tiraniamuseo.com/museovirtual.php>



GUATEMALA: ETERNA PRIMAVERA, ETERNA TIRANÍA

[Inicio](#) [Contexto](#) [Ver el Libro](#) [Museo Virtual](#) [Contacto](#)

Jean-Marie Simon

- 01 Mi cuarto, Sexta Avenida.
 - 02 Desiderio Menchú Escobar, abogado.
 - 03 Juan, Ejército Guerrillero de los Pobres.
 - 04 Frank Goldman, Autor, El arte del asesinato político.
 - 05 Sor Carlota Castillo, hermana del Sagrado Corazón, Rabinal.
 - 06 Felipe de León, activista.
 - 07 Myrna Ponce de Samayoa, ex-Congresista y Coordinadora, OSAR.
 - 08 El Grupo de Apoyo Mutuo (GAM).
 - 09 Gilles Bienvenu, Primer Secretario, Embajada de Francia.
 - 10 Rodolfo Robles, ex-Secretario General del sindicato de Coca Cola (STECSA)
 - 11 Julio Godoy, periodista.
 - 12 Amikar Méndez Urizar, fundador del CERJ.
 - 13 Vinicio Cerezo Arévalo, ex-Presidente.
- Ir Arriba



CENTRO CULTURAL O CASA DE CULTURA

Las personas comúnmente visitan algún centro cultural, pero cuantos están conscientes de lo que son, para poder tener una mejor interacción con este medio hay que comprender el significado de algunas cosas, entonces un centro cultural se entiende como aquel espacio de encuentro en donde se centran actividades culturales. Bien sea a través de bibliotecas, exposiciones, talleres etc. Que formen parte del Centro Cultural, existen en ocasiones las que son gratuitas y otras que cobran un costo mínimo por tanto el objetivo es la difusión de la cultura.

"Pueden denominarse con varios términos, diversos en significante y significado. De hecho, reciben también el nombre de casas de cultura, centros cívicos, equipamientos de proximidad, entre muchos otros.

Para acercarnos a su definición, podemos mencionar la Guía de Estándares FEMP de España, donde se describe un centro cultural como aquel "equipamiento con carácter territorial que realiza una actividad social y cultural prioritaria y diversificada, con dotación para realizar actividades de difusión, formación y creación en diferentes ámbitos de la cultura, así como dinamización de entidades". FEMP (2003) citado por Egaña Herrera M. J., Aninat C. G., Lacalle Peñafiel H. (2009) Guía de consulta, Introducción a la gestión de infraestructura de un centro cultural. Valparaíso, Chile: Andros Impresiones.

CARACTERÍSTICAS DE LOS CENTROS CULTURALES

Existen varios tipos de Centros Culturales por sus características y los servicios que prestan, que según La Guía de Consulta del CNCA se clasifican en: "Proximidad, Centralidad, Polivalencia y especialización. Otras clasificaciones que se les dan son según su ámbito demográfico, su ámbito físico, su grado de dependencia institucional y su enfoque".

Las características pueden variar siendo que un centro cultural integra varias expresiones de arte. La primer característica que se considera la más importante al integrar dentro del espacio físico una gama de enfoques culturales y artísticos sin tener necesariamente un enfoque específico en uno de ellos. Algunos de los centros culturales o la mayoría se encuentra en espacios céntricos de importancia y acceso fácil y conocido.

Enfocado al desarrollo social y cultural de la región en la que se encuentre según las normas legales de la misma, incentivación al arte, al desarrollo y a la integración social con talleres de participación ciudadana. Estas características entre muchas otras son las que integran y dan forma a un centro cultural.

"Singularidad: Un centro cultural debe ser único y distinguirse de los demás, ya sea por sus características arquitectónicas, su programación y/o su modelo de gestión.

Conectividad: Un centro cultural debe estar en constante conexión con el resto de los espacios culturales existentes en el territorio más próximo.

Sinergia: Un centro cultural debe participar activa y concertadamente con otros espacios u organizaciones culturales afines, generando un nuevo sistema que les permita aprovechar las ventajas, rentabilidades y eficiencias de cada uno, así como también del todo que conforman.

Adaptabilidad: Un centro cultural debe adaptarse a las transformaciones y entregarse al cambio sin abandonar su misión". Egaña Herrera M. J., Aninat C. G., Lacalle Peñafiel H. (2009) Guía de consulta, Introducción a la gestión de infraestructura de un centro cultural. Valparaíso, Chile: Andros Impresiones.

CLASIFICACIÓN DE LOS CENTROS CULTURALES

“Los centros culturales se pueden clasificar en espacios de proximidad y/o de centralidad, según su ámbito de acción, sea éste demográfico o geográfico. Los primeros tienen un carácter local, territorial, de servicios básicos para la acción cultural, dirigidos al uso y consumo local. Su finalidad principal es fomentar la democratización de la cultura y la participación ciudadana, a través de la asociatividad y la descentralización de las políticas y acciones culturales.

La proximidad se puede abordar desde dos perspectivas:

- *Física y/o geográfica: radio de influencia o distribución de habitantes por cada espacio cultural.*
- *Social: coincidencia entre la orientación de la comunidad a la que se atiende y el tipo de servicio o programa que se oferta.*

Los centros culturales de centralidad, en cambio, son aquellos edificios únicos, por lo general de grandes dimensiones, que poseen una infraestructura singular y que marcan un hito visual y simbólico dentro de una ciudad. Estos espacios tienen por objetivo ser centros claves para la difusión, conservación y desarrollo de grandes acciones artísticas, culturales y/o patrimoniales.

Por otra parte, los centros culturales se pueden clasificar en función de su grado

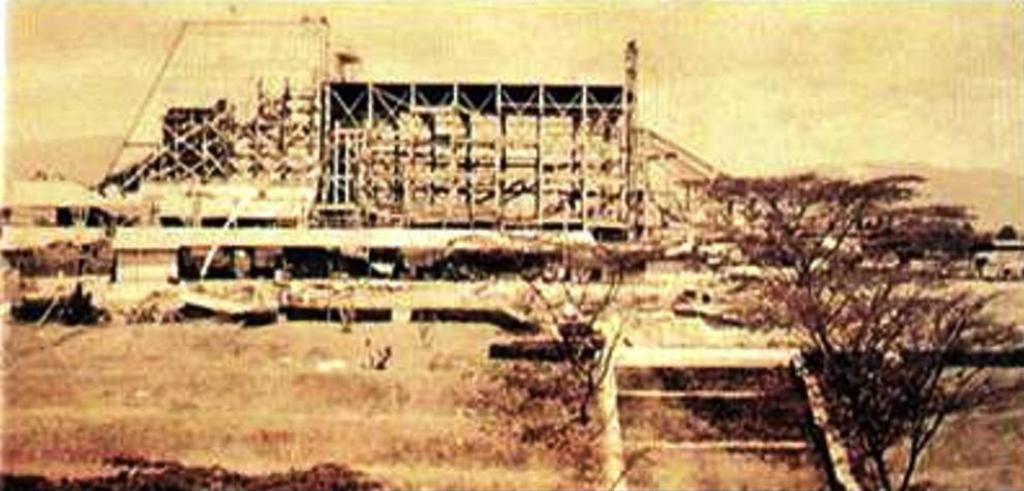
de polivalencia o especialización. Los centros culturales polivalentes apelan a entregar una oferta con la mayor cantidad de servicios posibles (artístico-culturales, deportivos, de participación ciudadana, por ejemplo). Los especializados, en cambio, centran su oferta en un área específica o en una combinación de ellas, dependiendo de su grado de especialización.

Por lo general, los centros culturales de proximidad son polivalentes y se presentan en comunidades más pequeñas, mientras que los de centralidad tienden a la especialización y se encuentran en comunidades medianas y grandes.

Además, los centros culturales se pueden clasificar según:

- *su ámbito demográfico: cantidad de habitantes a los que debe atender,*
 - *su ámbito físico: alcance territorial,*
 - *su grado de dependencia institucional: titularidad pública, privada o mixta,*
 - *su enfoque: Social, político, económico, educacional y artístico.”*
- Egaña Herrera M. J., Aninat C. G., Lacalle Peñafiel H. (2009) Guía de consulta, Introducción a la gestión de infraestructura de un centro cultural. Valparaíso, Chile: Andros Impresiones.*





EL PRIMER CENTRO CULTURAL DE GUATEMALA

"fue en 1950 cuando se presentó el primer anteproyecto para la construcción del complejo del Teatro Nacional, siendo este el primer Centro Cultural de Guatemala, concluyéndose en 1979, a un costo de dieciocho millones cincuenta y tres mil novecientos setenta y cuatro quetzales con ocho centavos. (Q. 18,053,974.08)."

En 1979 entró a funcionar completamente terminado el Teatro Nacional; para ese entonces fue denominado CENTRO CULTURAL DE GUATEMALA, según Acuerdo Gubernativo Número 8, de fecha 10 de mayo de 1979. Con este nombre funcionó hasta el 10 de junio de 1987, en Acuerdo Número 35-87 de fecha 11 de junio de 1,987, cambio el nombre de CENTRO CULTURAL DE GUATEMALA a CENTRO CULTURAL MIGUEL ÁNGEL ASTURIAS." García Escobar, M. A. (2010) Evaluación del control interno en el área de ingresos propios de un centro cultural estatal, por el contador público y auditor independiente (tesis inédita de Licenciatura) Universidad de San Carlos, Guatemala.

CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

Fundado el 2 de enero de 1776, el área que se conoce como centro histórico ha venido evolucionando con los años y perdiendo gran parte de su territorio inicial.

"La definición territorial del Centro Histórico de la ciudad de Guatemala, está definida por los siguientes sectores con sus respectivos límites:

1. El asentamiento inicial, del pueblo de la Ermita, de traza irregular, lo que hoy conforma parte del barrio de la Parroquia, Candelaria (zonas 1, 2 y 6)

2. La traza original rectilínea de fundación de 1776:

- Norte: primera calle actual zona 1.
- Sur: 20 calle actual zona 1.
- Este: 12 avenida actual zona 1.
- Oeste: avenida Elena, actual zona 1.

3. Barrio de Jocotenango: Lo que constituyó el pueblo de Jocotenango, de la traza original, que quedó integrado en el siglo XIX, al norte del Centro Histórico.

4. Barrios de El Tuerto, Gerona y el Administrador: al Oriente del Centro Histórico, son asentamientos posteriores al terremoto de 1917, lo que actualmente constituyen el barrio de Santo Domingo.

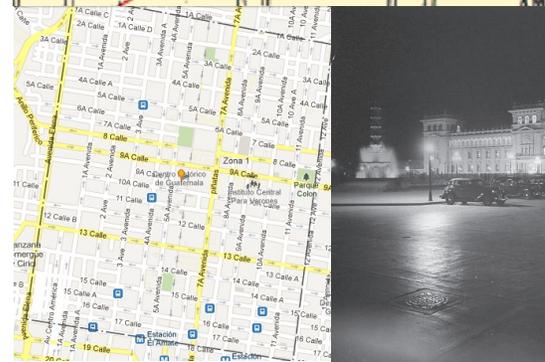
5. Barrio de San Gaspar: Que quedó integrado al sur Oeste del Centro Histórico.

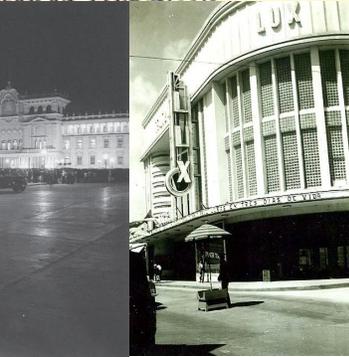
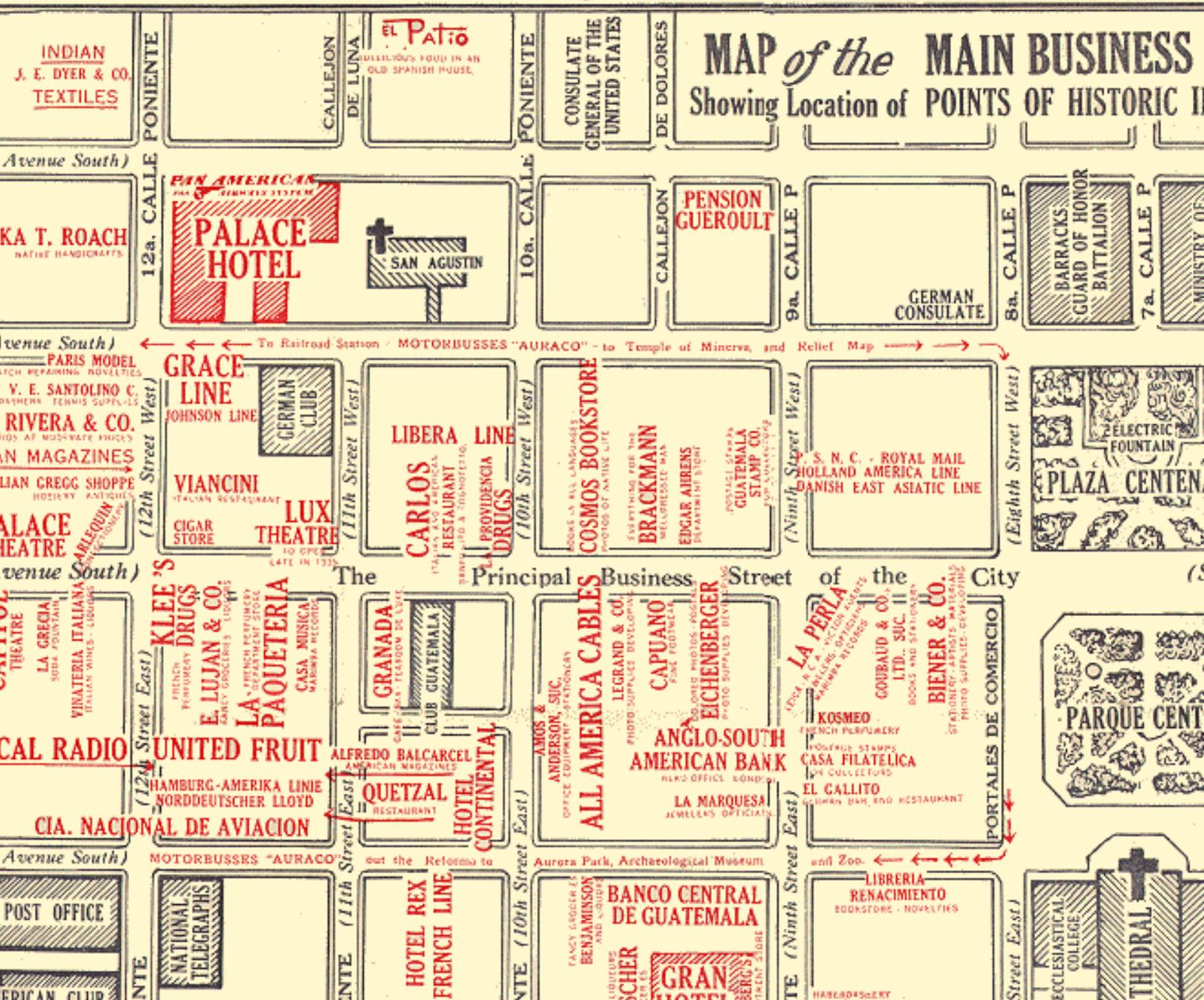
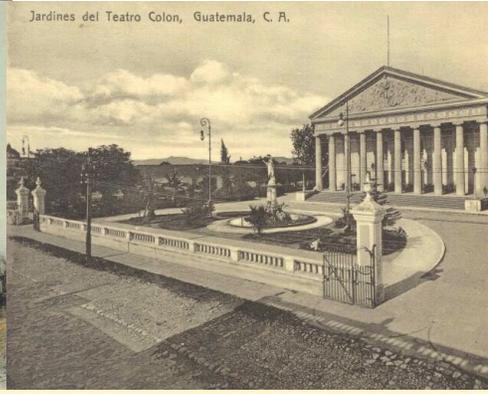
6. Avenida Simeón Canas, Hipódromo del Norte y Asunción, que constituye al

Norte el primer desplazamiento urbano del centro, con uso residencial fines de siglo XIX.

7. Ciudad Vieja: Pueblo del período fundacional, siglo XVIII, que quedó absorbido en la actual zona 10 al Sur del Centro Histórico.

8. San Pedrito y Santa Ana: Pueblos del período fundacional, siglo XVIII, que quedaron absorbidos en la actual zona 5 al Sur oriente del Centro Histórico." Andrade, E. (2010) Revista cultural de Guatemala, Reflexiones y aporte académico Facultad de Arquitectura y Diseño Gráfico. Centro histórico de Guatemala de la Asunción. (2) 41-42.





MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En estos tiempos los canales de transmisión de mensajes son muchos y muy variados cada vez más modernos y con mejores resultados. Las generaciones van cambiando y con ellos cambia la tecnología ya no son solo los medios impresos. Los empleados para lograr comunicar un mensaje a un grupo grande de personas. En estos tiempos lo digital es el auge de la comunicación, viajando más rápido, a más lugares lejanos obteniendo de la misma forma los resultados deseados.

Entre los medios que tenemos actualmente para comunicarnos están la radio, la televisión, el teléfono-celular, el Internet y los comunes medios impresos. Entre estos hay grupos que se conocen como medios de comunicación de masas o mass media, estos logran llegar a grandes grupos sociales como la televisión, la radio y el internet. Este último con mejores resultados en la actualidad, las características de este tipo de medios son las siguientes:

1. *Emplean canales artificiales que ponen en juego una tecnología compleja y de elevado coste material.*

2. *El emisor está constituido por personas específicas que entregan la información a través de los medios*

3. *El receptor de los mensajes es, en todos los casos, colectivo y heterogéneo. Ello no quita que en general tengan un público ideal al cual se dirigen, que corresponderá a determinado nivel cultural, social, con alguna tendencia política o religiosa, etc.*

4. *La comunicación es fundamentalmente unidireccional, es decir, no es posible la reacción inmediata de los receptores ante lo expuesto por el emisor.*

5. *El código dependerá del lugar de origen del medio de comunicación (Chile-español, EE.UU.-inglés...). por otra parte, se mueve en todos los niveles de acuerdo al público ideal al que va dirigido (por ejemplo en la televisión: programas de ciencia-lenguaje culto; programas juveniles, lenguaje coloquial; teleseries-lenguaje marginal)*

6. *Contexto temático: se tratan los más diversos temas, que abarcan todos los ámbitos del interés público.*

7. *Contexto situacional: se mueven en un ámbito espacial y temporal amplio (globalización de las comunicaciones).*

8. *El mensaje toma diversidad de estructuras, de acuerdo a los recursos que pueden utilizar los distintos medios para darlos a conocer". Jara V. Los medios de comunicación de masas. Recuperado de <http://laverdaderamagnitud.files.wordpress.com/2009/06/medios-de-comunicacin.pdf>*

"Es en este contexto donde tecnología y medios de comunicación de masas se encuentran, se establece un nuevo modelo económico, productivo y social que supone la aparición de industrias, perfiles profesionales y modelos económicos hasta ahora desconocidos. A este respecto, Gemma Larrégola considera que los mass media dejan de tener el papel central o exclusivo desempeñado hasta el momento. A partir de ahora, pasan a formar parte de un conjunto mucho más amplio constituido por los canales surgidos de las nuevas tecnologías de la comunicación". Larrégola (1998:209)

citado por Jodar Marín, J. A. *La era para hablar: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. Razón y palabra. revista electrónica.* Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf

PUBLICIDAD INTERACTIVA Y VIRTUAL

Como ya se ha mencionado anteriormente en la actualidad la publicidad que más se está empleando es la que se encuentra por Internet. Todo lo digital es una forma de llamar la atención especialmente en mayor cantidad por los jóvenes. Iniciando con la publicidad que encontramos en Internet en donde se puede ver con gran facilidad y accesibilidad, llegando a grandes cantidades de personas según Hawkins (1994) el término a esta clase de publicidad es "electronic advertising".

"No consiste únicamente en anunciar y distribuir mensajes, sino que, además, debe facilitar las relaciones con los clientes, la creación de ciber-marcas, proporcionar servicios al consumidor, generar ventas electrónicas de artículos y servicios, enviar mensajes de Marketing a la audiencia adecuada con eficacia y lograr una personalización de servicios para grandes masas de consumidores, así como un marketing directo e interactivo. En este sentido, la audiencia alcanza un papel activo de búsqueda de información y control sobre las exposiciones publicitarias". Gallagher et al (2001) citado por Blázquez Resinos, J.J., Molina Collado, A., Esteban Talaya, A., Martín-Consuegra Navarro, D. (2008) *Análisis de la eficacia publicitaria en Internet.* Vol 14 No. 1.

"Sin embargo, la principal característica de la publicidad en Internet es la interactividad. La interactividad es clave en el nuevo medio, puesto que posibilita la comunicación en doble sentido, transformando el camino de cómo es diseñada e implementada la publicidad, y también cambia la manera en la cual afecta a la opinión y actitudes de los comunicadores". Chandon et al.(2003) citado por Blázquez Resinos, J.J., et al (2008) *Análisis de la eficacia publicitaria en Internet.* Vol 14 No. 1.

BTL

En la actualidad la publicidad común no logra el efecto deseado, los gustos y preferencias de las personas por cosas más elaboradas y que llamen más la atención ha ido creciendo. Por ello los creativos deben implementar nuevas tácticas y estrategias publicitarias que logren las expectativas del público, que llamen la atención lo suficiente para comunicar el mensaje y cumplir sus objetivos. Es por esto que en la publicidad se empieza hablar del uso del BTL, o la GUERRILLA como medios publicitarios con la fuerza suficiente para

obtener los resultados deseados. Por ser directos y de alguna forma más personales y con el contacto directo del público, creando impacto tanto en quien es "víctima directa" del BTL como quien observa a su alrededor haciéndose participe del mismo acto. El BTL es una forma llamativa, aceptable que se puede combinar con otras formas de publicidad como los medios masivos pero con mejores resultados.

"La BTL (Below The Line) es reconocida como la promoción que utiliza medios o canales diferentes a los medios masivos. Es una fina línea divisoria la que divide los medios masivos, de los medios directos. Tan fina es esa línea que ha dado lugar a muchas y variadas interpretaciones.

El BTL no es solo venta personal (directa) o correo directo. Es además publicidad exterior, telemarketing y cualquier otro medio ingenioso y creativo que llegue más directamente a un nicho de mercado determinado. Lo que persigue BTL es llegar con mensajes personalizados al receptor de los mismos. El objetivo es crear una relación personalizada y directa en el receptor del mensaje, que no pueden darlo los fríos medios tradicionales". Pereira J. E. "Acercamos el Consumo Responsable al Comercio Justo" *BTL - Marketing Bajo la Línea. investigación en psicología Del consumidor.* Recuperado de <http://www.inpsicon.com/elconsumidor/articulos/BTL/BTL.pdf>

REDES SOCIALES

Una de las formas de comunicación común en estos tiempos son las redes sociales que se puede utilizar en forma masiva o personal, existen varias la diferencia es que

unas tiene prioridad entre las personas por los beneficios que les traen o la facilidad para utilizarlas. Ayuda a enviar los mensajes de una manera rápida y segura, haciendo más barata la publicidad en línea por lo tanto el mismo usuario va haciendo popular un producto o servicio, existe una efecto en las redes sociales denominado "efecto de red" al que se le describe como:

"Tipo particular de externalidad que se produce cuando cada nuevo usuario añade valor a un producto por el hecho de unirse a la comunidad de usuarios".
Frores Cueto, J.J., *Las redes sociales*. Universidad de San Martín de Porres, Dirección de visualización académica, Lima, Perú: Lima 012. Recuperado de -<http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf>

Unas redes sociales obtienen mayor popularidad que otras gracias a las personas que dan un valor extra al agregarlas y hacerlas populares entre sus amigos, clientes, etc. Entre estas las principales son:

FACEBOOK: esta red social que en la actualidad tiene el mayor número de usuarios en el mundo. Se ha vuelto de utilidad no solo para personas particulares sino, para las empresas, bien sea micro, medias o grandes. Facebook cuenta con características llamativas y de fácil uso, esta plataforma cuenta con grandes beneficios como poder subir imágenes, sonido y videos, a demás de ir incluyendo cada día mensajes que lo hacen interactivo sino se crea una comunicación directa emisor-receptor, creando grupos en los que todos pueden participar, anuncios interactivos que llevan directamente a links con más información. Además de suscripciones y

actualizaciones de beneficios prestados. Existiendo en sus inicios para uso universitario hoy en día es una de las redes sociales que alcanzan los más de 200 millones de usuarios con aplicaciones y distribución de publicidad mundial gratis y de acceso inmediato.

YOUTUBE: Una red muy popular de uso exclusivo para presentar videos de cualquier tipo que se pueden cargar y descargar, concede aplicaciones para cambiar el aspecto del sitio para que puedan comentar o bloquear está opción. Otra red social que ayuda a dar a conocer lo que sea a través de un video de distribución rápida y gratuita, una forma más de comunicación en masa con buenos resultados y de inversiones prácticamente nulas.

MAPAS VIRTUALES E INTERACTIVOS

Bien es sabido que un mapa es una forma de ubicación de un sitio al que se quiere llegar, teniendo las direcciones y dibujo del área del mismo. Utilizados para poder llevarlo en el recorrido, se hacen los dibujos sobre papel. Con la llegada de la tecnología todo ha venido avanzando y haciendo las funciones más interactivas para el usuario; teniendo una fuente de información más amplia, manteniendo la atención del usuario por más tiempo es por eso que también se crean los mapas virtuales para poder implementarlos en el Internet como recurso de localización fácil y directa a diversos sitios. Estos mapas al ser no solo virtuales se crear una interactividad de fácil uso y aplicado para poder ingresar a él desde un teléfono móvil con acceso a Internet o descargarlo como aplicaciones del mismo celular. Estos se realizan en el programa para animaciones ADOBE FLASH o programas similares a este, para poder conectar a las personas a otras páginas, fotografías, audios, etc. A través de la implementación de aplicaciones como esta se hace que el usuario conozca y se interese por ir a los sitios que se les muestran.

RECORRIDOS VIRTUALES

Entre los grandes avances que se pueden nombrar son los recorridos virtuales que han venido a cambiar las formar de conocer otros citos lejanos poco o nada accesibles al presupuesto del usuario. También es una herramienta para mostrar parcialmente estos lugares bien sean turísticos o de otra índole, para crear el interés suficiente y con esto hacer que las personas lo conozcan y asistan a los mismos. Consisten en poder recorrer con videos o fotografías a 360 grados los sitios que se quieren mostrar, una sala de exposición, un paisaje, una casa, una calle, etc. De fácil acceso y manejo del usuario, puede con esta aplicación crear la sensación de estar en el lugar y sentir que son ellos mismo quienes se encuentran físicamente recorriendo el lugar. Una experiencia de este tipo deja en el usuario la curiosidad e interés suficiente para querer estar realmente en el lugar.



FASE LÓGICA

Gracias a las investigaciones científicas e históricas que nos brindan un mejor enfoque y estudio del problema, se inicia entonces por generar datos importantes que ayuden a alcanzar las soluciones necesarias, ya que nos damos cuenta de la necesidad que existe de mantener y dar apoyo a las instituciones que brindan conocimiento y que son parte de la base de la sociedad, que contribuyen a preservar y generar la cultura que es fundamental para el buen desarrollo de un país como Guatemala.

FASE INTUITIVA

Para dar soluciones al problema es necesario conocer y ser parte de quien tiene el problema. Investigar y saber sus necesidades, para poder comprender las posibles causas del mismo y generar las soluciones necesarias enfocadas a ayudar y dar solución significativa a este problema. Se hace necesario asistir a los museos y centros culturales, conocer su historia y lo que brindan para darle cuenta del verdadero problema. Con los métodos creativos necesarios para generar soluciones e ideas se da paso al proceso de diseño.

FASE CRÍTICA

Al trabajar primeramente con lluvia de ideas y mapas mentales se va dando el desarrollo de conceptos, llegando a concluir en tres diferentes ideas para el desarrollo de soluciones. De esta manera para llegar al definitivo se tomaron estos tres conceptos creativos desarrollándolos y validándolos con 3 diferentes grupos para lograr el mejor concepto creativo que dé como resultado la solución al problema de los museos y centros culturales.

LLUVIA DE IDEAS

Recreación	Conocimiento
Historia	Esparcimiento
Imaginación	Descanso
Distracción	Tiempo
Descanso	Curiosidad
Arte	Música
Pintura	Escultura
Danza	Costumbres
Tradiciones	Habilidades
Destrezas	Aprendizaje
Informar	Aumentar
Jóvenes	Emociones
Compartir	Ideas

MAPA MENTAL

ASISTENCIA	AUMENTAR	Tiempo libre	Colores Cálidos
		Emociones	Blanco Y negro
		Conocimiento	Colores Cálidos Y fríos
	INFORMACIÓN	Historia	Sepia Tierra
		Inteligencias múltiples	Contrastantes
		Los sentidos	Complementarios
	JÓVENES	Vida social	Cálidos y Contrastantes
		Compartir	Blanco y Negro
		Ideas	Cálidos y Complementarios

1. CONCEPTO-TIEMPO LIBRE:

COLOR	TIPOGRAFÍA	TRATAMIENTO DE LA IMAGEN	TENDENCIA
Contrastantes	Fancy (barious) scrip (tras)	Colage fotografías e ilustración vectorial	kitsch

Toda persona tiene y necesita de tiempo libre para su distracción. Los fines de semana se pueden salir y conocer los museos y centros culturales. En el diseño se utiliza una tendencia artística llamada Kitsch se identifica muy fácilmente con el folklore del guatemalteco al ser un tanto llamativo y extravagante. Utilizando imágenes que hagan alusión al concepto y que en conjunto se identifique rápidamente con el tipo de arte utilizado. Estas imágenes representan lo que en un museo podemos encontrar como parte de nuestra cultura, para generar identificación e interés de conocer más sobre la historia, costumbres y tradiciones que en ellos encontramos.

Este concepto y diseño no tiene una aceptación lo suficientemente grande por la utilización de estos elementos y de fotografías que no se logran identificar totalmente con el grupo objetivo, así como el empleo de su tiempo libre el cual lo prefieren utilizar para otras actividades que no involucren el estudio o conocimiento cultural.

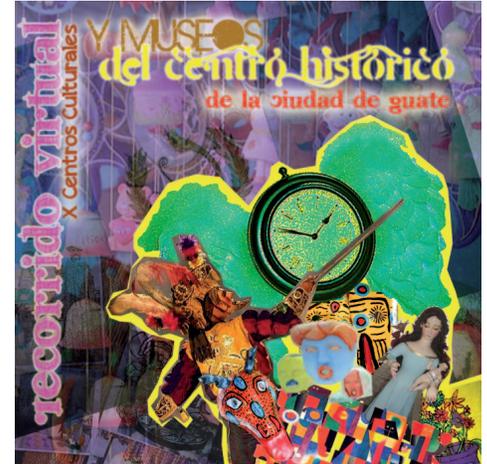
2. CONCEPTO-CONOCIENDO LA HISTORIA:

COLOR	TIPOGRAFÍA	TRATAMIENTO DE LA IMAGEN	TENDENCIA
tierra (sepia)	Fancy (typewriter)	Ilustración a mano y vectorial.	vintage

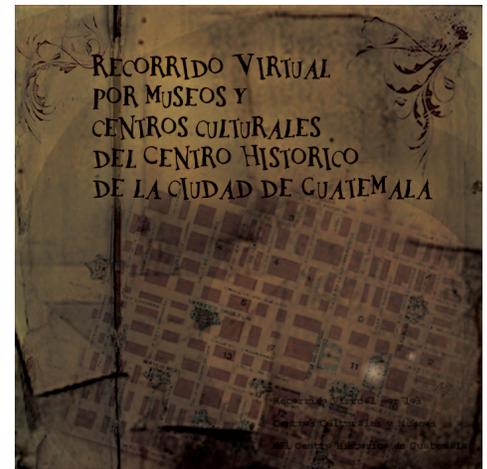
El interés que provoca la historia en las personas es muy grande y tienen derecho a saber en dónde pueden encontrar parte de la misma. Todo lo que la cultura integra viene de la historia propia de la región. Mostrando esta parte e incentivando la curiosidad en las personas se logra crear el interés suficiente para que asistan y conozcan más.

El diseño que se muestra se basa en la expresión artística denominada vintage, la cual se realiza con un colash de colores, imágenes, formas y dibujos con un toque añejados, pero a la vez moderno en por su combinación en los elementos empleados; siempre utilizando colores ocre, tierra o sepia que nos hagan referencia a lo antiguo. El diseño no tiene mayor relevancia entre el grupo objetivo, dado que se cree ha sido muy explotado para hacer referencia a los museos. Otra de las opiniones es que no logra integrar tanto a museos como a centros culturales por igual por esta razón queda descartado.

1. CONCEPTO-TIEMPO LIBRE:



2. CONCEPTO-CONOCIENDO LA HISTORIA





CONCEPTO CREATIVO

3. INTELIGENCIAS MÚLTIPLES

COLOR	TIPOGRAFÍA	TRATAMIENTO DE LA IMAGEN	TENDENCIA
Contrastantes	Fancy (curly)	Ilustración vectorial	Abstracto moderno

DIMENSIÓN CONCEPTUAL

Al pensar en museos y centros culturales se piensa en conocimiento, cultura, arte etc. Todas estas llevan a la base que son las personas, quienes son las que crean, que estudian para poder dejar todas las riquezas que encontramos en estos lugares y se aprende de todas ellas. Para lograr el conocimiento requerido cada persona desarrolla un gusto por distintas áreas, lo que nos lleva las "inteligencias múltiples".

Así como cada persona desarrolla varias de estas inteligencias, así también los museos y centros culturales se enfocan en dichas áreas creando un enlace de gusto con las personas,

A través de sus distintas exposiciones y talleres se van desarrollando aún más, ya sea en la musical, espacial, corporal-kinestésica, lingüística, intrapersonal, naturalista, interpersonal y lógico-matemática. Todas y cada una de ellas están vinculadas con estas instituciones en distintos grados al igual que en las personas.

DIMENSIÓN ÉTICA

Estas instituciones tiene como fin fomentar el desarrollo cultural en las nuevas generaciones. Al mostrarles que les puede interesar, por sus gustos y preferencias es más fácil lograr que se interesen por asistir. Es por ello que en la parte del diseño se hace la relación e identificación conceptual de lo que se les ofrece y que esto mismo será lo que les interesa.

Con íconos que llamen la atención y que sean atractivos al grupo objetivo para crear identificación especialmente con los jóvenes que están en busca de desarrollarse en alguno de estos ámbitos. Mostrándoles que sí existen lugares en donde poder

concentrarse, relajarse y distraerse sanamente y que a su vez son de su interés personal.

DIMENSIÓN ESTÉTICA

Como ya se ha mencionado el diseño debe ser agradable y juvenil, simple, pero lo suficientemente llamativo para generar interés en el grupo objetivo, que no sea aburrido ni común y que venga con las tendencias de la actualidad. Como el uso de la mezcla del arte abstracto moderno: con ilustraciones vectoriales, con formas abstractas y simples, las cuales identifican y gustan a los jóvenes. El empleo de fotografías a 360 grados para la pieza principal y fotografía recortadas y tratadas para todas las piezas en el caso que sea necesario.

El empleo de colores fuertes, vibrantes que creen un contraste lo suficientemente llamativo y que forma parte de este tipo de arte, siendo justo lo que atrae por la fuerza que transmiten, unidos al empleo de una tipografía que de una sensación de movimiento para el título y subtítulos,

demostrando con todo esto que el asistir a estos lugares no tiene por qué llegar a ser tedioso o aburrido. Para los párrafos otro tipo de letra más legible, pero de igual forma, moderna y sencilla que se adapte con el resto del diseño.

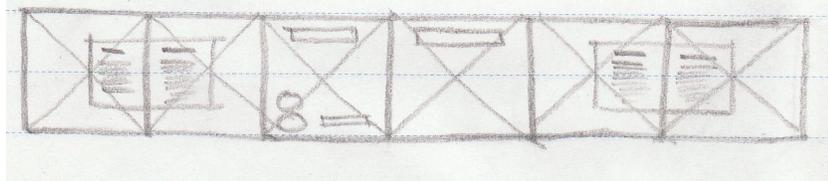
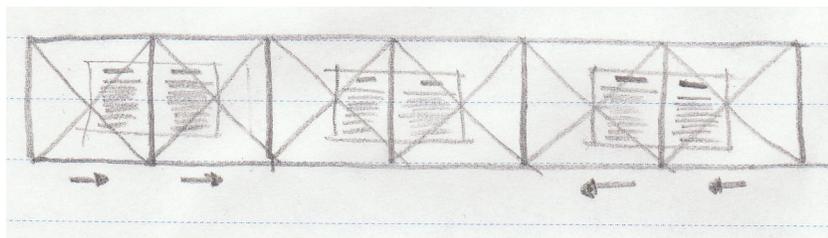
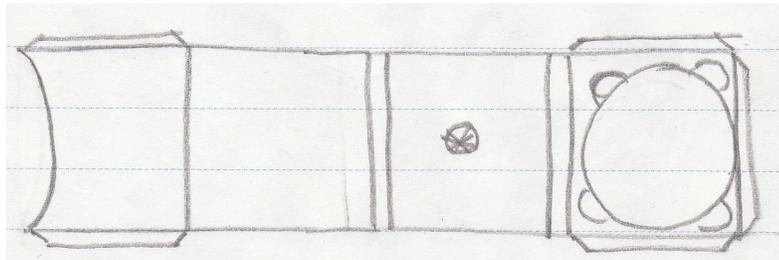
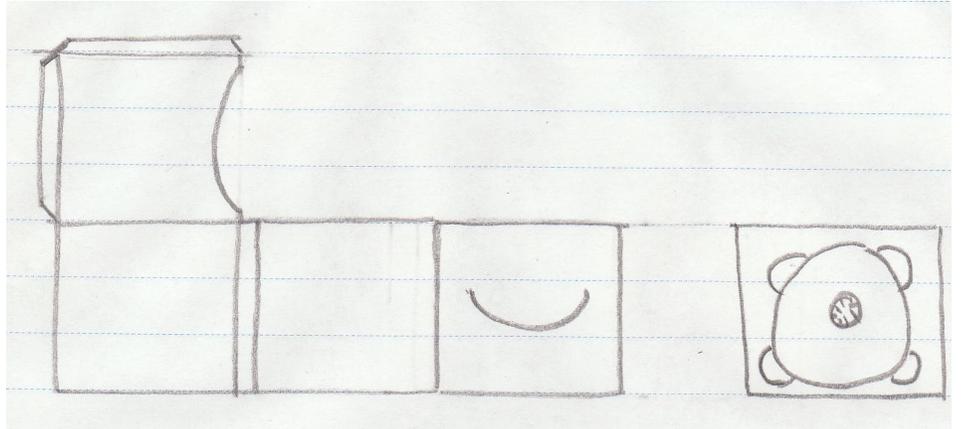
DIMENSIÓN FUNCIONAL

El objetivo del diseño es que logre llegar al grupo objetivo, que se identifique con facilidad el mensaje, que se entienda y comprenda. Que logre ser de beneficio para la fácil ubicación de cada institución y funcional, para generar el interés necesario a través de las imágenes que se muestren. Con distintas piezas de diseño que apoyen a la pieza principal, la cual debe ser adaptable a poder utilizarse en otros medios para una mejor distribución del material a conveniencia de la institución.

El mensaje que apoya el tema y el diseño debe ser atractivo, que se identifique con el grupo objetivo e identificable con el mismo. Utilizando sus modismos creando un mensaje que de confianza y seguridad. Este mensaje debe demostrar ubicación, seguridad y conocimiento. Este mensaje o lema es "Vos estás aquí" apoyando y dando a conocer la ubicación de la persona en relación con el Centro Histórico y sus posibles lugares de destino más cercano con el empleo de un mapa de forma abstracta, pero identificable del centro que cubra la ubicación de los museos y principales centros culturales del Centro Histórico de la ciudad.

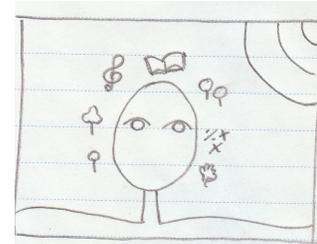
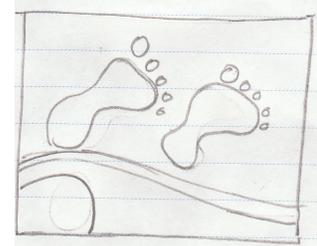
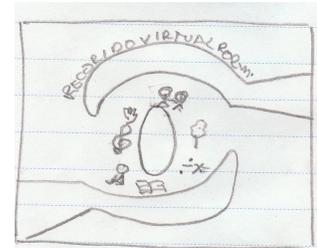
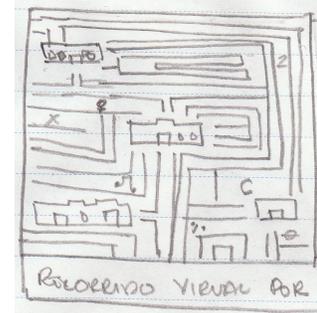
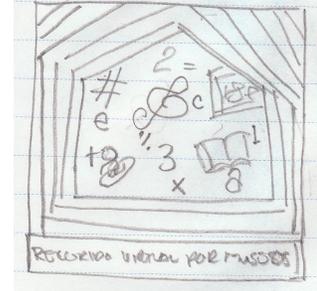
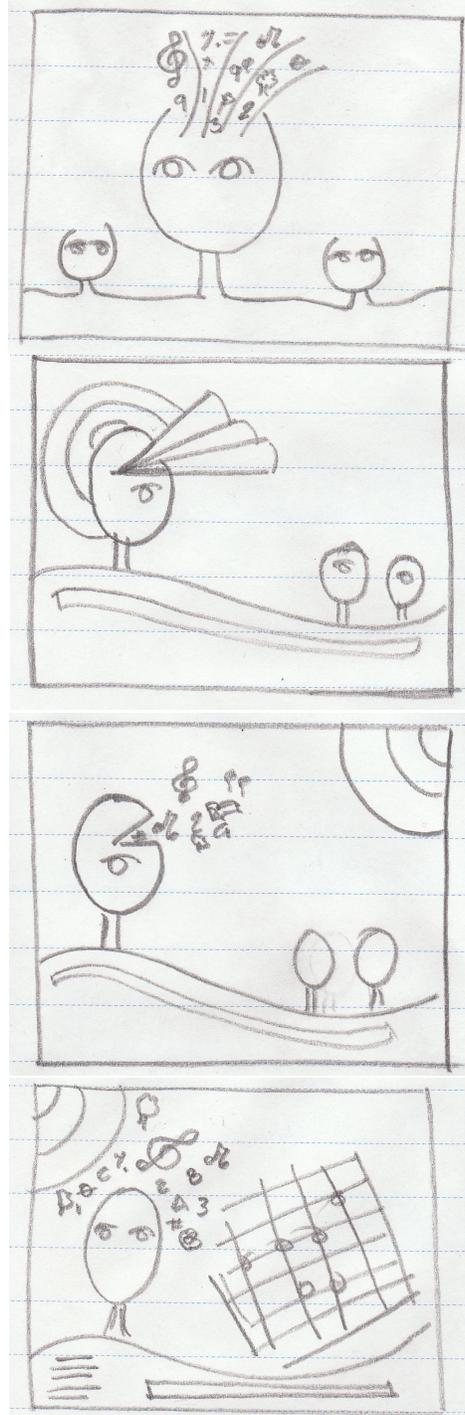
PRIMER NIVEL DE GRAFICACIÓN

Iniciando con la pieza principal se crea la portada del disco que será la base e identificación del material. Tratando de unir el concepto al tema.



Para la presentación del disco completo se realizan bocetos del dummy de la caja y el álbum. Como diseño principal las posibles portadas de la caja, diseño en el que se basará el resto de piezas y el diseño de la presentación del recorrido.

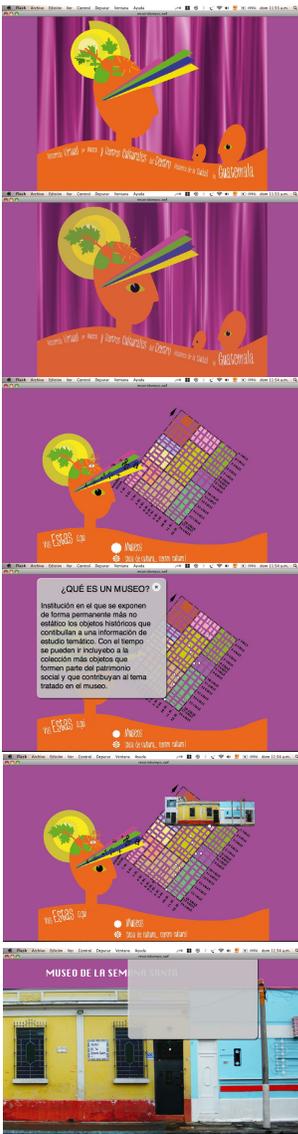
Pensando que es un recorrido y tomando como ejemplo un mapa o un laberinto que llegue a los museos o centros culturales; otra opción es unas manos que formen un ojo y dentro de él representado las inteligencias múltiples integradas en un mismo sitio como si se tratara de las instituciones. Otra opción sería un par de huellas aludiendo a los pasos que se dan para llegar a algún lugar. Por último se empieza a pensar en usar un personaje, el cual esté rodeado por los signos de las inteligencias, se llega a la conclusión que este personaje pudiera identificar a los sitios y que de él salgan los símbolos así que debe haber otros personajes, recibiendo esta información. Así se fue trabajando y mejorando esta opción que estaba más enfocada a la corriente artística sin hacer una referencia explícita de las instituciones.



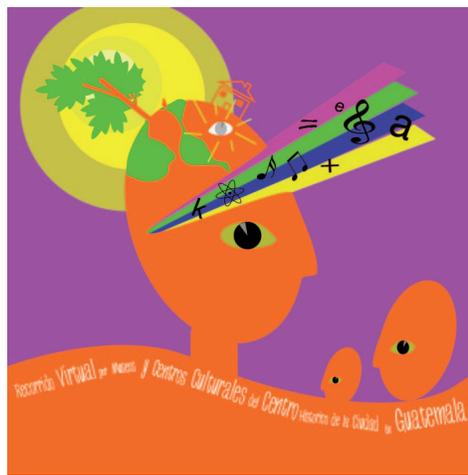
SEGUNDO NIVEL DE GRAFICACIÓN

Con la línea de diseño elegida se empiezan hacer pruebas más elaboradas y digitales, se realiza la siguiente que a primera vista es aceptada, tanto por las formas como por el color. Por lo que se elaboran otras piezas con el mismo diseño.

1. RECORRIDO DIGITAL ▼



2. PORTADA DE CAJA ▼



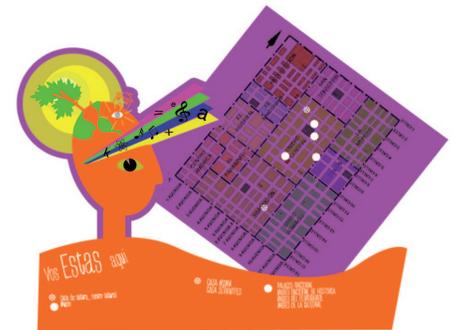
3. PORTADA DE DISCO ▼



4. WANNABETREES ▼

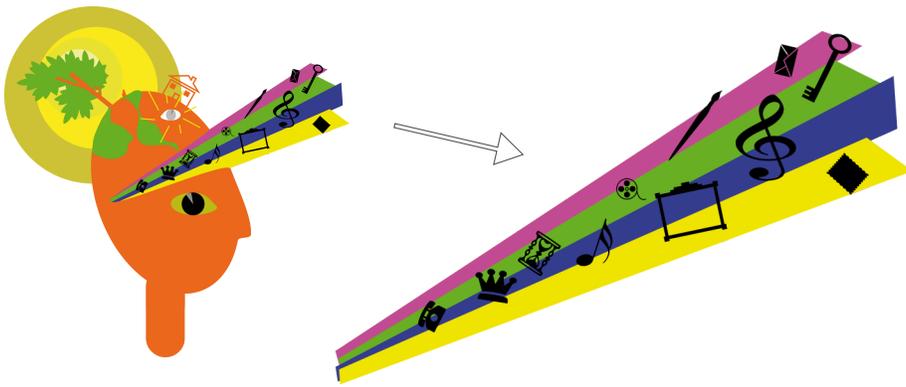


5. GRÁFICA DE PISO ▼

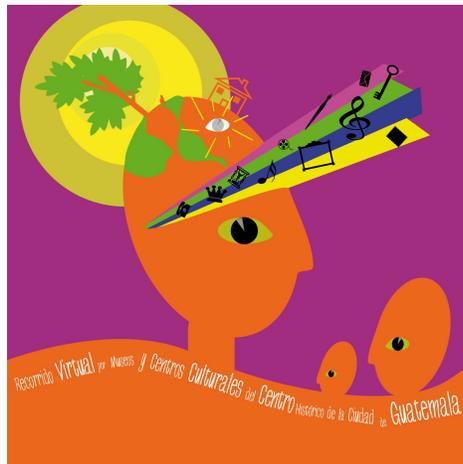


BOCETO FINAL

Sobre la propuesta anterior se realizaron algunos cambios que mejoran el concepto, cambiando los signos para hacerlos aún más identificables con los museos y centros culturales, por lo que se decide colocar figuras relacionadas como: un cuadro, un pincel, un teléfono antiguo, etc.



Con respecto a la animación, también se fueron haciendo cambios mientras se fue construyendo. Por ejemplo en la introducción se colocó el tema del proyecto con otro tipo de letra para poder identificarlo de una manera más rápida y fácil. Dejando siempre el texto anterior que forma parte del diseño en todas las demás piezas. La animación se unificó al fondo final creando otros efectos como el abrir de las cortinas. Se colocaron fuentes más modernas haciendo más pequeño el cuadro de texto completo, se integró más información sobre cada museo y centro cultural. Los botones se lograron hacer más visibles y con identificación por nombre de cada uno. Se colocó un scroll de imágenes de los botones para entrar a cada área de exposición. Y los puntos que hacían falta como los botones de retorno.



LA CAPITULACIÓN



COMPROBACIÓN DE EFICACIA
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

INFORME DE VALIDACIÓN DE LAS PIEZAS GRÁFICAS

Se realizaron entrevistas a distintos grupos de personas que forman parte del grupo objetivo, se les indicó para qué y cómo se utilizarán los diseños.

A continuación se muestra de forma sintetizada lo que se pudo obtener en cada grupo, para poder mostrar como se llegó a la propuesta final, sobre la cual se realiza una última evaluación utilizando una entrevista y trabajo de campo con la observación de sus reacciones. Ampliando la información de esta última entrevista más adelante.

Teniendo las propuestas finales se elabora una pieza más, que sería la introducción del video interactivo que se evaluaría en el grupo focal para realizar con ellos la validación de estas dos propuestas, de igual manera se realizó una serie de entrevistas en la calle a ciertas personas que caminaban por el Paseo de la Sexta y una última entrevista guiada cualitativa a un grupo de artistas. En el caso del grupo de validación y del grupo de artistas que son personas que forman parte del grupo objetivo al que se pretende llegar. En las entrevistas en la calle se abre un poco el enfoque para que dé la diferencia de criterios que marcan un tipo de personas de otras y tener un criterio más amplio de las piezas.

Entre sus comentarios se llega a la conclusión de que la propuesta es llamativa y moderna, se acopla de mejor forma al grupo objetivo y es la que ellos escogerían como diseño por todos los motivos de atracción, especialmente en los wannabeteers, que llamaron mucho la atención y que en esta propuesta es aún más el impacto que dan por los colores, Se hacen entre ellos los comentarios que prefieren este por ser moderno y que si va a estar ubicado en la 6ta. Avenida es mejor que sea así, por el entorno y el cambio que ha tenido esta vía, refiriéndose específicamente a que la

han venido remodelando, dándole un toque moderno y que este diseño juega bien con esa idea. Sin embargo no pareciera estar enfocado a este tema lo que lo hace aún más interesante, porque llama más la atención de las personas a acercarse y ver de qué se trata. Consideran también que este diseño llega a abarcar un rango más amplio en el grupo objetivo por las formas y colores, creen que también ayuda a llegar a más jóvenes, adolescentes e incluso niños. Confirmado esta hipótesis en la entrevista que se realizó en la sexta, teniendo entre estas personas a dos jóvenes de 16 y 17 años que se inclinaron de una forma muy segura a este diseño e incluso se vieron entusiasmados con la idea de verlo colocado en el Paseo de la Sexta.

Se hace la referencia a los colores aludiendo a que pareciera ser un anuncio de helados o cualquier otra cosa menos a los museos. Teniendo esta parte dos lados o puntos de vista, ya que para un sector más amplio del grupo objetivo esta variable es la que lo hace ser el mejor por desligarse totalmente del tema . Otro sector mínimo de personas consideró cambiar el tipo de letra, porque no lo llegaban a distinguir en una de las piezas que se hace más claro en las otras.

COMPROBACIÓN DE EFICACIA

GRUPO FOCAL CON PIEZAS FINALES

Se realizó un grupo focal con 9 personas que utilizaron la aplicación, así también se les dio a otras personas por separado para que lo utilizaran. En todas las ocasiones se hizo solamente un trabajo de observación para ver las reacciones de las personas e ir tomando en cuenta los comentarios que surgían mientras lo utilizaban, haciendo una única pregunta al final, ¿Qué les pareció el material?.

GRUPO FOCAL APLICACIÓN Y USO DE LA PIEZA PRINCIPAL		
Grupo de informantes:(integrantes de grupo objetivo, equivalentes)	Los datos de los participantes deben registrarse en la hoja de asistencia.	
Fecha: 20 de julio del 2012	Hora de inicio:---	
Lugar: Colonia Tecún Human zona 15, zona 4 y zona 1.	Hora de finalización: ---	
Número de participantes: 10	Número de hombres: 7	Número de mujeres: 3

Se les mostraron las piezas finales con los cambios recomendados. Para poder reconocer cambios en cuanto a diseño y funcionalidad. Al darles el recorrido para que ellos mismos lo utilicen, se observa primeramente que es necesario hacer más llamativos los botones de museos y centros culturales para que estos sean reconocidos como botones, así también se observa que es necesario colocarles de forma de uso al colocarles un instructivo para recorrer las fotografías, sin este debe de ser corto ya que las personas no tienden a leer instrucciones. Les parece interesante la aplicación e indican que lo quisieran ver funcionando en algún sitio, reconocen que no tienen el conocimiento de todos lo lugares integrados en el proyecto y les llama la atención visitarlos. Quisieran ver más y hacen preguntas sobre los lugares por el interés que muestran. Se hace muy notorio el punto que al ser jóvenes la mayoría de ellos no lee toda la información. También comentan que les gustaría que al entrar a cada lugar las

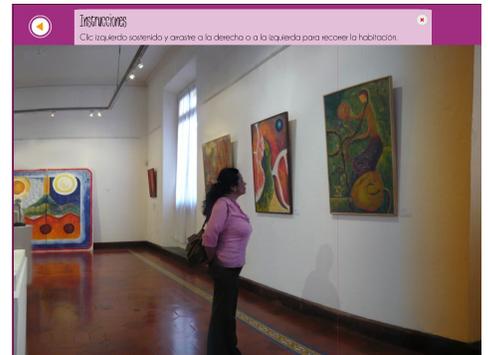
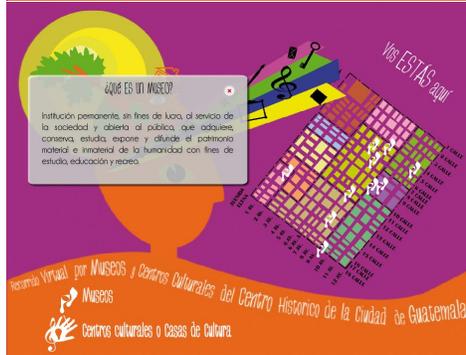
fotografías fueran acompañadas de música que se vea relacionada con el museo que están viendo. Les parece atractivo que tenga colores fuertes, y les parece extraño pero a la vez interesante los dibujos que se utilizaron para ilustrar el concepto. Lo sencillo del uso del material ayuda a su buen funcionamiento. Y les es muy atrayente que las fotos sean a 360 grados porque les da la sensación de estar en el lugar pudiendo apreciar exactamente como se encuentran los objetos. Este sería la primera muestra completa de los sitios porque en otros lugares donde hay fotografías solamente dan detalles. El recorrido deja en los usuarios una gran expectativa e interés en visitar los sitios que se les muestran.

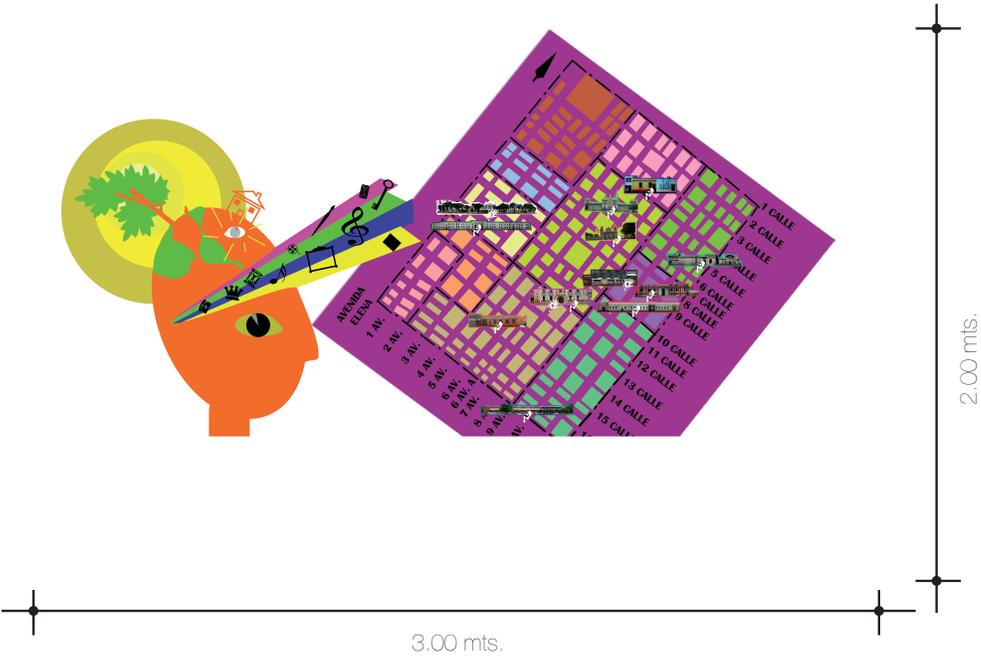


PROPUESTA GRÁFICA FINAL

El desarrollo humano es la prosperidad social y cultural del individuo.

RECORRIDO VIRTUAL





GRÁFICA DE PISO

Tipo: Etiqueta engomada adhesiva
 Material: Vinilo mate, con protección 3M™ Scotchcal™ Sobrelaminado Brillante 3640GPS y 3642 GPS Vinilo transparente para proteger graficas contra rayos ultravioleta así como polvo, graffiti y otros factores ambientales, facilitando el mantenimiento y limpieza de la grafica.

60

WANNABETREES

TAMAÑO M
Peso: 13 kg.

TAMAÑO L
Peso: 16 Kg.



Material: 20mm poliéster en ambos lados
encolado en tablero de fibras (SWL),
aluminio; Tejido: 100% Poliéster

Full color



PORTADA DE CD

CAJA DE CD





FUNDAMENTACIÓN

Las piezas que integran la campaña de información reflejan un aspecto juvenil y llamativo con el que se logra llamar la atención. Dejando una buena impresión en las personas que integran el grupo objetivo esto se logra gracias al análisis de cada elemento utilizado en las mismas, siendo estas las siguientes.

TENDENCIA: al utilizar una tendencia artística el diseño se hace más creativo y a la vez se toma como base para empezar a trabajar. Tomando en cuenta al grupo objetivo al que está dirigida la campaña y el concepto que se eligió. Se llega a la conclusión de que en el mejor de los casos la tendencia a considerar es un Abstracto moderno. Esto por el hecho de conformarse, por ejemplo por colores fuertes y vibrantes; así mismo hace la observación de las tendencias utilizadas en la actualidad que juegan muy bien con utilizado en el diseño.

CARACTERÍSTICAS DEL ABSTRACTO MODERNO:

El arte abstracto tiene como propósito el prescindir de todos los elementos figurativos, para así concentrar la fuerza expresiva en formas y colores sin tratar de imitar modelos o formas naturales. Las características del arte abstracto son en general las estructuras y aspectos cromáticos, y se preocupa solamente en crear sus propios significados por medio de un lenguaje visual expresivo, capaz de provocar muchas interpretaciones.

Esa cierta distancia que la abstracción tiene de la realidad no es una regla; ella muchas veces puede ser casi imperceptible, ligera o completa. Las líneas y colores son utilizados para crear composiciones originales, escapando de una perfecta representación. Este movimiento artístico se niega a imitar el mundo exterior y se basa solamente en los pensamientos del artista.

COLORES: El mayor beneficio al utilizarse este tipo de colores y siguiendo las características del arte tomado como base, se logra llamar la atención no solo del grupo objetivo sino de las personas que no forman parte del mismo. Estos colores son:

FONDO: Fucsia.
Hexadecimal: #a12d81.
RGB: R=161 G=45 B=128.
CMYK: C=43 M=93 Y=7 K=0.



Es un color lleno de energía, expresividad y personalidad. Denota vitalidad y entusiasmo, al tiempo que felicidad, afecto e incita a nuestro lado artístico.

FIGURAS PRINCIPALES: Anaranjado
Hexadecimal: #ea671c.
RGB: R=234 G=103 B=28.
CMYK: C=0 M=71 Y=93 K=0.



Es un color vibrante y vital, que posee la particularidad de atraer siempre la mirada. Simboliza entusiasmo, exaltación, fuerza, luminosidad y energía.

FIGURAS SECUNDARIAS: Amarillo
Hexadecimal: #ebe100.
RGB: R=235 G=225 B=0.
CMYK: C=14 M=0 Y=92 K=0.



El amarillo es luminoso y muy visible, capta la atención, crea felicidad y calidez, representa también la inteligencia, la energía y estimula la actividad mental.

Azul

Hexadecimal: #343c8e
RGB: R=52 G=60 B=142.
CMYK: C=90 M=86 Y=0 K=0.



Aunque el color azul representa la calma, también puede suscitar imágenes de autoridad, éxito y seguridad. Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad y el cielo eterno.

Verde

Hexadecimal: #68af23
RGB: R=104 G=175 B=35.
CMYK: C=66 M=0 Y=99 K=0.



Es un color de extremo equilibrio, porque esta compuesto por colores de la emoción (amarillo = cálido) y del juicio (azul = frío) y por su situación transicional en el espectro. Se lo asocia con las personas superficialmente inteligentes y sociales que gustan de la vanidad de la oratoria y simboliza la primavera y la caridad. Significa realidad, esperanza, razón, lógica y juventud.

Magenta

Hexadecimal: #c14b92.
RGB: R=193 G=75 B=146.
CMYK: C=24 M=82 Y=1 K=0.



Es un color espiritual que se asocia con la compasión, la ayuda y la bondad. También representa la Amabilidad, madurez, colaborador, comprensión profunda de la vida. Inquietud y entusiasmo.

Negro

Hexadecimal: #000000.
RGB: R=0 G=0 B=0.
CMYK: C=100 M=100 Y=100 K=100



El negro es, técnicamente, la ausencia de color. Es poderoso y conjuga autoridad, elegancia y tradición. Puede ser encontrado en muchos logotipos por su peso, simplicidad y sofisticación.

Blanco

Hexadecimal: #ffffff.
RGB: R=225 G=225 B:225.
CMYK: C=0 M=0 Y=0 K=0.



El blanco es el color universal de la paz y la pureza. Puede ser encontrado comúnmente en logotipos como textos en negativo.



Greenbeans

a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U V W X
Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Champagne &
Limousines (regular)

a b c d e f g h i j k l
m n ñ o p q r s t u v w
x y z

A B C D E F G H I J K
L M N Ñ O P Q R S T
U V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

TIPOGRAFÍA: este es uno de los elementos principales para darle carácter y estilo al diseño, cada tipografía representa y transmite un mensaje, apoyando con ello el conjunto diseñado.

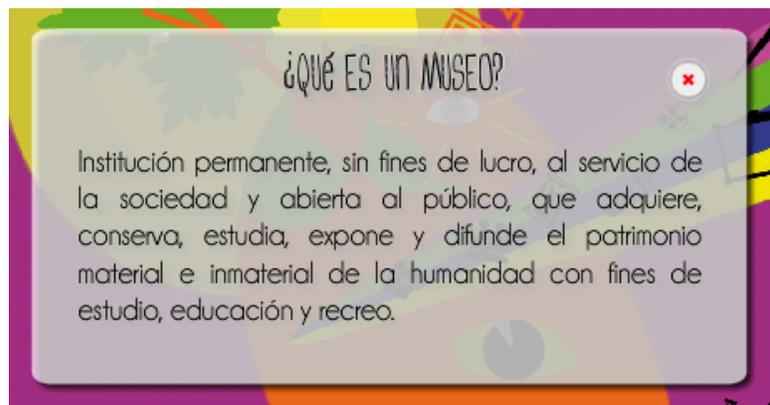
TITULOS Y SUBTÍTULOS: la fuente empleada es "greenbeans" este da una sensación de estar escrito a mano por lo que ayuda a identificar al grupo objetivo, siendo un tipo de letra muy juvenil y dinámica que a la vez juega con el diseño.

Recorrido Virtual por Museos y Centros Culturales del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala



Este tipo de letra no contiene asentos ni la letra "Ñ ñ" por lo que para poder implementarlas se colocó una "l" modificándola.

TEXTOS: la fuente empleada para los textos es "Champagne & Limousines (regular)" este tipo de letra es de la familia de las palo seco haciendo fácil su lectura, pero a la vez representa un tipo de letra actual y sencillo. Dándole al diseño un toque de seriedad y limpieza.



ILUSTRACIONES: Las figuras empleadas son planas con ilustraciones vectoriales para dar sencillez, nitidez, actualidad y que a su vez sean juveniles sin llegar a ser infantiles. La complejidad de entender a simple vista a qué se están refiriendo es por lo abstracto. Cada objeto simboliza algo y en su conjunto forman todos parte del concepto principal "Inteligencias Múltiples".

1. CABEZA PRINCIPAL: Este es el centro del diseño en su conjunto simboliza a cada centro cultural y museo del centro histórico representado en el proyecto. De ella salen rallos de luz que forman un arco iris el cual contiene elementos que se pueden encontrar en estos sitios y que forman parte de las mismas inteligencias múltiples como por ejemplo las notas musicales que están representando la música que encontramos en un centro cultural al aprender un instrumento o en un coro. Todo esto quiere decir lo que podemos encontrar dentro de los sitios y lo que ellos nos brindan. Enfatizando que están abiertos a compartir el conocimiento. En la cabeza está representado el mundo que se interpreta a que ellos están en todas partes y que nos muestran objetos que han viajado no solo en el tiempo sino en el espacio. Esto se puede ver también representado en el sol el cual simboliza esto mismo un viaje en el tiempo y en el espacio ayudado por el color. Que nos demuestra el conocimiento, es por el mismo motivo que al centro del sol se observa un árbol, como símbolo del crecimiento cultural y el conocimiento así también es una de las características que se pueden observar en ciertos museos que aunque no forman parte del recorrido si son parte de la clasificación de los museos como lo es el museo de ciencias naturales. Representado también en los animales que están en el árbol. La casa es la entrada a los museos o centros culturales que quiere decir que estas instituciones son una casa abierta a las personas que los quieran visitar. En su interior un ojo representante de una de las inteligencias múltiples "espacial" que es

la capacidad de percibir visualmente, siendo ésta una de las principales características de los museos y centros culturales. A su vez indica conocimiento.

2. LAS CABEZAS SECUNDARIAS: Pequeña y mediana a comparación de la primera. Representando a todas las personas que asisten y asistirán a los museos y centros culturales, se encuentran con atención y esperando recibir todo el conocimiento que sale de la cabeza principal.

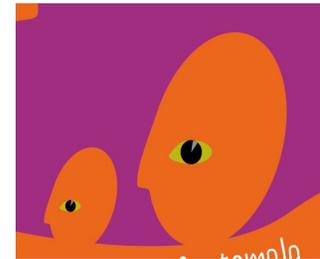
3. BOTONES: El botón de museos son dos huellas, las que se dejan al entrar y recorrer el mismo, a su vez una de ellas contiene un ojo asumiendo que mientras recorremos el lugar estamos observando lo que en él hay.

El botón de centros culturales son 4 siluetas entrelazadas, la principal es una mano ya que en un centro cultural no vamos solo a observar también podemos ser parte de las actividades que son si principal característica los talleres y cursos que en sitio den. Estas a su vez representadas por un pincel y una nota musical. Al centro un bombilla que por lo general es una idea en este caso la creatividad que podemos desarrollar.

1. CABEZA PRINCIPAL

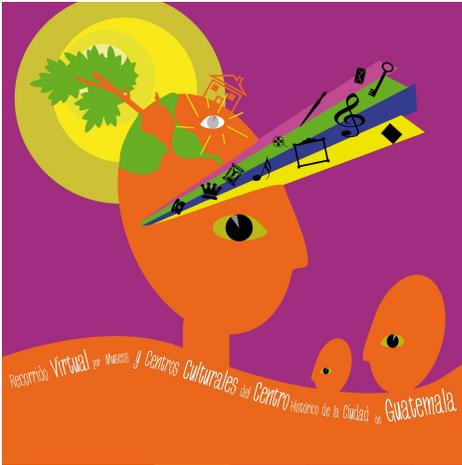


2. CABEZAS SECUNDARIAS



3. BOTONES





Recorrido Virtual por Museos y Centros Culturales del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala

¿QUÉ ES UN MUSEO?

Institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.

Vos ESTÁS aquí

MEMORIA ELICHA

1 AV. 2 AV. 3 AV. 4 AV. 5 AV. 6 AV. 7 AV. 8 AV. 9 AV. 10 AV. 11 AV. 12 AV.

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

Recorrido Virtual por Museos y Centros Culturales del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala

Museos

Centros culturales o Casas de Cultura



PLAN DE MEDIOS

GRACIAS
POR SU VISITA

GRACIAS
POR SU VISITA

El material principal es un disco interactivo en el cual las personas podrán ver el interior de los museos y centros culturales incluidos, dar un paseo virtual por el mismo y conocer un poco acerca de estos al leer la información que se encuentra de cada uno. Conocer el horario, precios y su ubicación exacta.

Este material será colocado principalmente en la página Web del MUSAC, colocándolo en un área visible. En la actualidad el sector de la zona 1 ha tenido gran aceptación. Es por ellos que el curso de acción se recomienda hacerlo en ese punto.

Así también, se recomienda que con el tiempo se realice la promoción correcta utilizando cada una de las piezas que integran el proyecto siendo este de, una vez al mes. La promoción consistirá en contratar un grupo de jóvenes que integren el grupo objetivo, que sean parte de algún grupo de teatro o que tengan conocimiento de actuación, que gusten de realizar el arte circense y performans. Con esto se pretende atraer a las personas hacia el punto en donde se estará con un módulo con computadora para que las personas puedan entrar al recorrido virtual. A la vez que estarán caminando sobre una gráfica de piso, que incluye un mapa, el nombre de cada museo y centro cultural del Centro Histórico de la ciudad y que se allá incluido en el proyecto. Cerca del módulo estarán unos wannabetress en donde estará promocionado el material con el diseño principal y el nombre del proyecto. Las personas encargadas en el punto, como los artistas contratados brindarán la información a cerca del proyecto haciendo la invitación para visitar los museos y centros culturales, y que puedan utilizar el recorrido virtual de forma gratuita. Este tendría una inversión anual que se especifica a continuación.

COSTO ANUAL

Fecha: Guatemala 10 de agosto del 2012			
MEDIO	ESPECIFICACIONES	UNIDADES	COSTO
CD's	Impresión de carátula y grabación	100	Q. 2000.00
Caja para CD	Impresión Full Color, Papel Texcote, Barniz UV, Troquelado Especial.	100 copias al año	Q. 1100.00
Gráfica de piso De 3 x 2 mts	Impresión de Etiqueta engomada adhesiva Material: Vinilo mate, con protección 3M™ Scotchcal™ Sobrelaminado Brillante 3640GPS y 3642 GPS Vinilo transparente de 3 X 2 mts.	12 72 mts²	* Q.115.00 el metro cuadrado. Q. 8,280.00
Wannabetress Mampara reutilizable tamaño M	Material: 20 mm poliéster en ambos lados encolado en tablero de fibras (SWL), aluminio; Tejido: 100% Poliéster. Medidas: 1.07 X 1.42 mts. Base de 0.55 mts.	1	Q. 9,971.49
Wannabetress Mampara reutilizable tamaño L	Material: 20 mm poliéster en ambos lados encolado en tablero de fibras (SWL), aluminio; Tejido: 100% Poliéster. Medidas: 1.12 X 1.80 mts. Base de 0.55 mts.	2	Q. 24,084.26
		TOTAL	Q. 45,435.75

Q. 45,435.75 / 12= Q. 3,789.31 al mes.

Precios 15 días a partir de la fecha indicada.

72

CONCLUSIONES

Con los resultados obtenidos de las validaciones elaboradas en los grupos focales, se llega a la conclusión sobre los objetivos que se quieren alcanzar con el proyecto que el diseño de estas piezas en especial la principal: logran generar el interés necesario a través de la estrategia informativa dando conocimiento a cerca de los museos y centros culturales dejando la motivación en el público para visitarlos.

El material impreso y audiovisual presentado en la última validación generó propuestas y expectativas de verlo en algún sitio WEB esta idea fue manifestada también por las directoras de cada museo visitado haciéndose partícipes del proyecto y ofreciendo sus sitios WEB para su difusión.

El recorrido virtual logra el impacto deseado en las personas a quienes se les presentó, realizando como pieza de refuerzo a esta, siendo una gráfica de piso unida a unos wannabetees que al utilizarse unificados en la estrategia publicitaria hacen que éste logre atraer a más público. Por el tipo de línea gráfica empleada deja de parecerles a las personas que es un tema aburrido, mostrando interés a lo que se les presenta.

RECOMENDACIONES

Distribuir el proyecto en los distintos museos y centros culturales que se verán beneficiados, para que lo coloquen en sus paginas Web.

Se recomienda utilizar monitores LED que guste y atraiga a los jóvenes, así cómo pruebas en pantalla touch.

Actualizar el material para las nuevas generaciones unidas a promociones similares a la que se recomienda.

Tener una computadora en la entrada de los centros culturales y museos con mayor afluencia, en donde las personas puedan ver qué otros lugares pueden visitar en el Centro Histórico.

*... las misiones de San Francisco de Asís y San Juan de los Rios
de San Pedro y San Pablo y para que con
esta y con las misiones de San
Juan de los Rios y San Pedro y San Pablo
se pudiese ir a las misiones de San
Juan de los Rios y San Pedro y San Pablo.*



REFERENCIAS

1. Aguilar Aqueche A. L. (2003) *Museo de innovación tecnológica* (tesis inédita de Licenciatura) Universidad Francisco Marroquín. Guatemala.
2. Ajujuy G. P. Interculturalidad y mediación pedagógica intercultural. Guatemala: Ministerio de educación y cooperativa española.
3. Araujo M. (2009) *Breviario de legislación cultural*. Guatemala: Ministerio de cultura y deportes.
4. Boas (1930), citada por Kahn (1975), citada por Doncel O, *Antropología social y cultural, Antropología, cultura e identidad étnica*. Recuperado de http://www.conchadoncel.com/Contenidos/Materials_docents/Antropologia_social/Apuntes/Cultura.pdf
5. Cuatro pueblos de Guatemala [documental] ministerio de cultura y deportes. Guatemala 9:10 min., sonido, recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=GYy4z3s5YOg>
6. Declaración sobre una cultura de paz A/RES/53/243 artículo 1, tema 31 (1999).
7. Estatutos del ICOM adoptados durante la 22ª Conferencia general de Viena (2007) Austria. Recuperado de <http://icom.museum/quienes-somos/la-vision/definicion-del-museo/L/1.html>
8. Fuentes B.S. *Museología y museo*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos52/museologia-museo/museologia-museo2.shtml>
9. García R. J. (2010) *Por un movimiento social internacional: el programa de cultura de paz*. Guatemala: UNESCO Serigráficas S.A.
10. ICOM, estadísticas. Recuperado de <http://www.museosdeguatemala.org/museos.html>
11. Indios puros ni tal pureza. El periódico. Recuperado de <http://www.elperiodico.com.gt/es/20081224/opinion/84459>
12. Ixtamal P. T. (2009) *Educación Multicultural e Intercultural guía programática*. Guatemala: EFPEM
13. Ministerio de cultura y deportes, unidad de patrimonio cultural inmaterial (2007) *Política nacional del patrimonio cultural*.
14. Molano L. (2008, mayo) *Identidad cultural un concepto que evoluciona*, revista Opera, No. 7, 84, recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/675/67500705.pdf>
15. Morales M. R. (2008, 24 de diciembre) *Identidad y orgullo ladino, en mesoamerica no había*

16. MUSAC, <http://www.musacenlinea.org/historia.htm>
17. PNUD (2005) citado por Quezada C, Ayala H, Arana M, Martínez V (2008) Guatemala y su biodiversidad, un enfoque histórico, cultural, biológico y económico, Guatemala: CONAP
18. Raynaud, (1927) citado por Quezada C, et al (2008) Guatemala y su biodiversidad, un enfoque histórico, cultural, biológico y económico, Guatemala: CONAP
19. Secretaría de la Paz de la Presidencia (2006) Los acuerdos de paz en Guatemala.
20. UNESCO (2004) citado por Araujo M. (2009) Breviario de legislación cultural. Guatemala: Ministerio de cultura y deportes.



GLOSARIO

A

AFLUENCIA

f. Concurrencia en gran número a un lugar o sitio.

B

BTL

La técnica publicitaria «below the line» que significa literalmente en castellano: bajo la línea— más conocida por su sigla BTL, consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación para mercadeo dirigidas a segmentos de mercado específicos.

C

CONCEPTO

m. Idea, representación mental de una realidad, un objeto o algo similar.

E

ESTRATEGIA
PUBLICITARIA

Es la formulación del mensaje que comunica del beneficio o las características del problema solución del producto.

F

FOLKLORE O FOLCLORE

m. Conjunto de creencias, costumbres, artesanías, etc., tradicionales de un pueblo.

G

GRUPO OBJETIVO

Segmento de la población seleccionado en función de sus rasgos y con un determinado nivel de homogeneidad.

I

ILUSTRACIÓN
VECTORIAL

Serie de objetos, definidos de forma matemática. presenta como gran ventaja la posibilidad de ser redimensionada sin que su calidad se vea afectada. Normalmente se utilizan estos formatos para ilustraciones que contienen regiones coloreadas de manera uniforme y delimitadas por algún tipo de trazado editable.

K

KITSCH

Define al arte que es considerado como una copia inferior de un estilo existente. También se utiliza el término kitsch en un sentido más libre para referirse a cualquier arte que es pretencioso, pasado de moda o de muy mal gusto.

L

LOGÍSTICA

Conjunto de medios e infraestructura necesarios para llevar a cabo algo:

M

MÉTODO CREATIVO

Los pasos para conseguir un objetivo, es el medio para alcanzar de la mejor manera posible un proyecto.

P

PUESTA EN PRÁCTICA

es una tarea orientada a la acción, con el fin de que sucedan las cosas. Convertir el plan estratégico en una acción y seguir adelante con lo que se necesita para hacer lograr la visión y los objetivos que se han fijado.

PERFORMANCE

Concepto genérico utilizado durante los años setenta para todo lo referente al arte de acción teatral-gestual, en el que el público, igual que en el "fluxus", tan sólo observa. Esta tendencia abarca las autorrepresentaciones, el proceso-demostr.

T

TENDENCIA ARTÍSTICA

Movimiento artístico que se orienta en determinada dirección.

TIPOGRAFÍA

Fuentes, estilos de letra.

V

VALIDACIÓN

f. Validez, fuerza o firmeza de algo.

VINTAGE

Corriente artística, objetos antiguos de diseño artístico y buena calidad. estilo retro o clásico. Las creaciones vintage intentan recrear o imitar productos antiguos que siguen siendo valorados. Otros productos vintage son verdaderamente añejos.

W

WANNEBETREES

se trata de separadores con forma de árbol independientes de diversos tamaños y colores, que se pueden combinar entre si componiendo figuras distintas, en función de las dimensiones del espacio que necesitemos separar.



ANEXOS



FECHA: 08 de agosto del 2012

DATOS DEL CLIENTE

NOMBRE

Att. Karina Bolaños

DIRECCIÓN

Ciudad de Guatemala, Guatemala

TELÉFONO

CORREO ELECTRONICO

DATOS DE CONTACTO

Licda. Cesia Calderón
 email: cesia.cal@cimgra.com
 tel: (502) 5814-4477

DATOS DE LA EMPRESA

Centro Impresiones Gráficas -CIMGRA-
 w. www.cimgra.com
 e. info@cimgra.com

COTIZACIÓN

Presentamos a usted (es) la siguiente COTIZACIÓN de:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DEL ARTÍCULO	PRECIO UNITARIO (Q.)	PRECIO TOTAL (Q.)
13	Impresion digital Cajas para Cd, de (16.5*28.5cm abierto - 12.5cm cerrado) a full color. Troquelado y pegado. Sin barniz UV	Q.36.00	Q.468.00
100	Impresion litografica Cajas para Cd, de (16.5*28.5cm abierto - 12.5cm cerrado) a full color. Con Barniz UV Brillante o Mate. Troquelado y pegado.	Q.11.00	Q.1,100.00
VALOR TOTAL (EN LETRAS): -----			Q.-----

FORMA DE PAGO: **Contraentrega del material.**

TIEMPO DE ENTREGA: **5 días hábiles a partir de aprobada esta cotización.**

SOSTENIMIENTO DE OFERTA: **15 días a partir de la fecha estipulada en la presente.**

OBSERVACIONES:

Por CENTRO IMPRESIONES GRÁFICAS

APROBADO CLIENTE

[Información importante] El precio que indicamos en esta cotización, es válido únicamente si las especificaciones aquí indicadas son cumplidas. Cualquier variación podría implicar un recargo.



Ref.	Color	Entrega	Precio	Precio por set	Cantidad
27054	 gris	 inmediata	1.045,00 IVA Incl. 1.233,10		<input type="text" value="1"/>
27055	 negro	 inmediata	1.045,00 IVA Incl. 1.233,10		<input type="text" value="1"/>
27056	 rojo	 inmediata	1.045,00 IVA Incl. 1.233,10		<input type="text" value="1"/>

Material kg Peso cm Medidas

Ref.	Color	Entrega	Precio	Precio por set	Cantidad
27057	 gris	 inmediata	1.262,00 IVA Incl. 1.489,16		<input type="text" value="1"/>
27058	 negro	 inmediata	1.262,00 IVA Incl. 1.489,16		<input type="text" value="1"/>
27059	 rojo	 inmediata	1.262,00 IVA Incl. 1.489,16		<input type="text" value="1"/>

Material kg Peso cm Medidas

<http://www.topdeg.es/topdeg/wannabetree-mamparas-bertil-harstroem-glimakra--8797301899265.html>



MUESTRA DE ENTREVISTAS



RECORRIDO VIRTUAL POR MUSEOS
Y CENTROS CULTURALES DEL CENTRO
HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMA-
LA
FACULTAD DE ARQUITECTURA

¿Qué piensan del diseño propuesto, les llama la atención, les comunica el mensaje?

¿Entienden cómo se utiliza el recorrido, es fácil de utilizar?

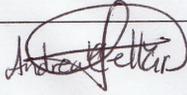
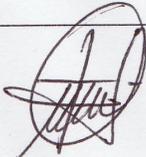
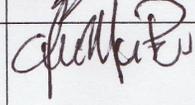
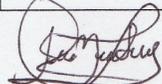
¿Les parece que los textos son legibles?

¿Qué piensan de los íconos utilizados, se entienden a qué se refieren?

¿Comprenden las instrucciones?

¿En conclusión que les parece el material?

LISTA DE PARTICIPANTES EN LA ENTREVISTA A PROFESIONALES QUE INTEGRAN EL GRUPO OBJETIVO

Nombres y apellidos	Institución	No. de cédula de vecindad	Firma
Andrea Maria Cuellar Vazquez	The Sons of Jesus Children's Mission Inc.	B2-50221	
Héctor Enrique Guerra Chucú	Universidad USAC.	A-1 9741689	
Dieter Fernando Penalonso Hernández	Usac	A-1 1126442	
Crissel Nohely Román Morales	USAC	A-1 1152218	
Atlán N. Xol	USAC	0-16 34,970	
Héctor Fabrick Fragido Gamis	Cooperativas	A-1 164194	
Meliza Ramirez	Universidad San Carlos.	A-1 146239	
GERBER SARAZUA	PRENSA LIBRE	A-1 1145576	
Ingrid Samayoa Letona	Enmicasa.com	A-1 1205286	

LISTA DE PARTICIPANTES EN LA ENTREVISTA A INTEGRANTES DEL GRUPO OBJETIVO

NOMBRE	EDAD	PROFESIÓN	FIRMA
PABLO GARCÍA	30	DISEÑADOR ARQUITECTÓNICO	
Alfonso Mamolo Benros	25	Diseño web	
Eduardo Barahona	27	Psicólogo Clínico	
Pedro Pablo Cortez	25	Metodólogo	
Santiago Sánchez	20	Borrador	
Meli Buzón Natariego	25	Comercio Internacional	
Ana Cecilia Rodríguez	24	Trabajo Social	



ARQUITECTURA
Diseño Gráfico

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

RECORRIDO VIRTUAL POR MUSEOS
Y CENTROS CULTURALES DEL CENTRO
HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA





*"RECORRIDO VIRTUAL POR MUSEOS Y CENTROS CULTURALES DEL CENTRO
HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA"*

IMPRÍMASE

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO

Licda. Annabella Yaeggy
ASESORA

Iris Karina Bolaños Moino
SUSTENTANTE

