



DISEÑO EDITORIAL PARA LA DIVULGACIÓN DEL MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

Proyecto de graduación presentado por
Jairo Amadeo Choché Hernández
para optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico con énfasis Editorial

Guatemala, abril de 2013.

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

Diseño Editorial para la divulgación del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia de la ciudad de Guatemala

Proyecto de graduación presentado por
Jairo Amadeo Choché Hernández, carné 199915966
para optar al título de
Licenciado en Diseño Gráfico con énfasis Editorial

NÓMINA DE AUTORIDADES

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

TRIBUNAL EXAMINADOR

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Lic. Ana María Saavedra López, Asesora Metodológica
Lic. Miriam Isabel Meléndez S. de Villalta, Asesora Gráfica
Arq. Salvador René Gálvez Mora, Tercer Asesor

Guatemala, abril de 2013.

Presentación.....	9
CAPÍTULO 1	
Introducción.....	11
Antecedentes.....	12
Problema	13
Justificación del Problema	14
Objetivos	14
CAPÍTULO 2	
Perfil del Cliente.....	15
Grupo Objetivo	16
CAPÍTULO 3	
Conceptos Fundamentales.....	17
Concepto Creativo	23
Proceso de Bocetaje	25
CAPÍTULO 4	
Comprobación de Eficacia	35
Propuesta Gráfica Final.....	38
Fundamentación	48
Lineamientos para la puesta en práctica.....	52
Conclusiones y Recomendaciones	53
Bibliografía.....	54
Anexos.....	55

Con amor para *Delia*



El Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia de la ciudad de Guatemala se creó con la finalidad de divulgar, conservar, valorar y controlar el patrimonio postal, filatélico y telegráfico de Guatemala.

Este Museo, al igual que los otros existentes en Guatemala, desempeña una labor importante al presentar la colección que posee, para ayudar a que la sociedad tenga argumentos claros de lo que fue y de lo que es actualmente. Para cumplir esa función, precisa tener una adecuada estrategia de comunicación que le permita divulgar esta labor, para que una mayor cantidad de la población pueda visitarlo y distinguirlo de otras instituciones similares.

La finalidad de este proyecto de graduación es proporcionar al Museo un material editorial adecuado que contribuya a la divulgación de la labor histórico-cultural que realiza. Con la correcta implementación de este material, se espera que la población obtenga la información suficiente sobre la temática que aborda el Museo y así lograr que una cantidad mayor de personas se sienta motivada a visitarlo y que, quienes ya lo hicieron, revivan esa experiencia.

Este trabajo es un aporte de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala para el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia.



1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

Diseño Editorial para la divulgación del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia de la ciudad de Guatemala

1.2. INTRODUCCIÓN

Los museos en Guatemala son organizaciones culturales complejas, con múltiples propósitos tales como educar, comunicar, promover la valoración y comprensión de la temática que exponen; con la finalidad de desarrollar la identidad cultural y el aprendizaje de la sociedad guatemalteca, por medio de experiencias visuales, estéticas y cognitivas de calidad.

Por esta razón, el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia abrió sus puertas en su nueva ubicación —en el antiguo Palacio de Correos de Guatemala— el 12 de diciembre de 2011 como una alternativa para que, en un ambiente cómodo y adecuado, el público investigue y amplíe sus conocimientos sobre la historia del correo en Guatemala.

El Museo cuenta con más de dos mil piezas —que todavía funcionan—, rescatadas de las más de 450 agencias de Correos de toda Guatemala y que muestran varios siglos de la historia de comunicación del país, distribuidos en tres salas: Postal, Telegráfica y Filatélica.

En esos ambientes se exhiben máquinas que trasladan al visitante a la época de apogeo del correo y el telégrafo, en la cual se enviaban noticias con mecanismos que hoy son obsoletos, pero que sirvieron para acortar distancias y acercar a las personas. Además, el museo cuenta con la riqueza filatélica de las 35 emisiones postales impresas en los últimos años y el primer sello postal impreso en 1871.

Para contribuir con la labor que realiza el Museo, se elaboró el proyecto titulado “**Diseño Editorial para la divulgación del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia**”, debido a que se evidenció, a través de un diagnóstico, la ausencia de materiales gráficos editoriales adecuados que apoyen la divulgación de la formación cultural e histórica en el área postal, telegráfica y filatélica que realiza el museo.

Por tal motivo se desarrolló una propuesta gráfica fundamentada en investigaciones bibliográficas que garantizan —junto a la implementación de un concepto creativo claro y la aplicación de criterios y procesos de diseño gráfico editoriales— la efectividad en la transmisión del mensaje hacia el grupo objetivo.

Finalmente, las piezas gráficas se evaluaron con una muestra del grupo objetivo para comprobar su eficacia en la orientación y formación histórico-cultural postal, telegráfica y filatélica de la sociedad guatemalteca.

1.3. ANTECEDENTES

El Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia de la Dirección General de Correos y Telégrafos de Guatemala abrió sus puertas el viernes 13 de enero de 2006, debido al entusiasmo e iniciativa del entonces Director General de Correos, David Emilio Peralta del Valle, y la colaboración de las personas que integran el Departamento Filatélico. (“Museo Postal, Telegráfico y Filatélico”, s.f.)

M. P. Coronado (comunicación personal, entrevista, 24 de marzo de 2012) refiere que el museo se creó con el fin de proporcionar a los visitantes e interesados en la filatelia, un lugar cómodo y adecuado para investigar datos y ampliar sus conocimientos.

Aunque es un museo pequeño, busca ser dinámico y didáctico, para proyectar los servicios postales, telegráficos y filatélicos en sus diversas facetas. También se orienta al público en general, para que tome de su experiencia en el museo, los principios fundamentales que lo inclinen hacia el coleccionismo.

Z. De León (comunicación personal, entrevista, 30 de marzo de 2012) menciona que el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia depende del Departamento de Filatelia de la Dirección General de Correos y Telégrafos. Este departamento lo utiliza como medio de divulgación de las nuevas ediciones postales, por medio de la publicación de afiches y trifoliales informativos.

J. Baca (comunicación personal, entrevista, 1 de abril de 2012) explica que el museo está dividido en tres salas: Postal, Telegráfica y Filatélica. En la sala postal se encuentran accesorios y mobiliarios postales que datan desde el año de 1932. En la sala filatélica se encuentra en exhibición la primera emisión postal de Guatemala que data del año de 1871. En la sala telegráfica es posible intentar hacer un mensaje telegráfico. Además, el visitante puede admirar la belleza del Palacio de Correos, obra que forma parte del patrimonio histórico y cultural de Guatemala. Hasta hace unos años se encontraba casi en total abandono, pero actualmente está en óptimas condiciones, completamente restaurado y limpio. (“Museo Postal, Telegráfico y Filatélico”, s.f.)

También recuerda que desde 2008, la Dirección de Correos y Telégrafos se interesó en publicar la historia postal, telegráfica y filatélica de Guatemala por medio de 3 volúmenes que se publicaron gracias al patrocinio del gobierno

de la República de China en 2011 y que se obsequiaron a todo el que estuviera interesado en ellos.

Se tuvo acceso a estas publicaciones y se observó que la impresión fue de buena calidad y la riqueza del contenido histórico es única y valiosa, pero a pesar de la alta inversión, se descuidaron aspectos importantes de diseño, como una retícula adecuada para facilitar una correcta maquetación; también carecen de jerarquía tipográfica y de la imagen, lo que hace poco atractivo el texto presentado; además, se desaprovechó la impresión full color al utilizar las imágenes muy pequeñas, que pasan desapercibidas.

Por último, se observó que el Departamento de Filatelia ha intentado señalar el Museo y las piezas de su colección, pero las fuentes tipográficas utilizadas son anticuadas, existe saturación de color y de formas que dificultan la legibilidad. Además, se encuentran mal ubicadas dentro de las instalaciones.

En base a lo anterior, se afirma que el Museo no ha realizado ninguna publicación propia que divulgue la importante labor que realizan.

En el diagnóstico que se realizó con las técnicas de matriz FODA, árbol de problemas y objetivos, los usuarios manifestaron que sería de mucha ayuda para el Museo contar con material visual adecuado para guiarlos durante su visita y que se señalicen correctamente las piezas de la colección. También se mostraron interesados en que se les proporcione algún documento con información, tanto textual como gráfica, de los objetos que observaron, ya sea impreso o en algún formato digital.

Las autoridades del Departamento de Filatelia manifestaron estar interesados y dispuestos a apoyar la creación de un material gráfico editorial que les sirva de apoyo en la divulgación de la historia filatélica, postal y telegráfica de Guatemala, entre los estudiantes y la población en general que los visita.



1.4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La sociedad guatemalteca se caracteriza por ignorar su pasado histórico, teniendo como consecuencia la incapacidad de interpretar adecuadamente su presente. La ausencia de este conocimiento le impide involucrarse en la construcción de un futuro mejor para el país. (Martínez, J.; Sequeira; Martínez, L.; y Morales, 2009)

Es en este sentido que los museos desempeñan una labor importante en la sociedad guatemalteca, al presentar las colecciones que poseen para tener argumentos claros de lo que fuimos y de lo que somos actualmente.

Todo lo anterior conduce al planteamiento del problema que se aborda en el presente proyecto de investigación-comunicación:

AUSENCIA DE PIEZAS DE DISEÑO EDITORIAL QUE SENSIBILICEN E INTERESEN A LA SOCIEDAD GUATEMALTECA EN LA LABOR CULTURAL E HISTÓRICA DEL MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA, SITUACIÓN QUE SE EVIDENCIA EN LA BAJA AFLUENCIA DE PÚBLICO.

En consecuencia se considera conveniente la aplicación del DISEÑO EDITORIAL para la creación de PIEZAS GRÁFICAS PARA LA DIVULGACIÓN DE LA LABOR DEL MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA, EN EL PERÍODO COMPRENDIDO DE JULIO A OCTUBRE DE 2012.

1.6. OBJETIVOS

1.6.1 OBJETIVO GENERAL

Contribuir con material editorial para la divulgación cultural e histórica del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia en la sociedad guatemalteca.

1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.6.2.1 De Comunicación

Elaborar un catálogo fotográfico para ampliar información de los ambientes del museo al público visitante.

1.6.2.2 De Diseño Gráfico Editorial

Desarrollar material editorial con la aplicación de criterios jerárquicos tipográficos y de imagen para complementar la información que el museo brinda al público visitante.

1.5. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.5.1 MAGNITUD: Este proyecto busca beneficiar tanto al Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia de la Dirección General de Correos y Telégrafos de Guatemala, como a todos los guatemaltecos, ya que al proveer al museo de material gráfico adecuado, la población se identificará con él y lo visitarán, como resultado, conocerán la historia postal, telegráfica y filatélica de nuestro país. Esta situación dará lugar al enriquecimiento histórico y cultural.

Para tomar como referencia la cantidad de personas en las que puede tener impacto el proyecto de comunicación visual, cabe mencionar que en el último censo del Instituto Nacional de Estadística se estima la población del área metropolitana en 4,058,519 habitantes. ("America: metropolitan areas", s.f.)

1.5.2 TRASCENDENCIA: El desarrollo del catálogo fotográfico que se propone en este proyecto sin duda contribuirá, en el corto plazo, a incrementar la cantidad de visitantes al Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia de la ciudad de Guatemala.

Además, se estima que en el largo plazo ayude a que la población comprenda su historia, es decir, que aprenda del pasado, para que pueda entender e interpretar la realidad del país. Como parte de esta adquisición de conocimiento, también es valioso que se comprenda el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación en Guatemala.

1.5.3 VULNERABILIDAD: El Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia desea que la población valore, por medio de una experiencia vivencial, con su propuesta museográfica, el patrimonio histórico y cultural de la Dirección de Correos y Telégrafos, a la vez que ofrece un recorrido por la evolución de estos medios de comunicación.

El diseñador gráfico desempeñó una labor fundamental en este proyecto para lograr que la población conozca el Museo y sus funciones, por medio de la elaboración material gráfico adecuado que permita que se le identifique fácilmente.

Por medio del diseño gráfico se orientará a la población, en forma visual, sobre la colección del museo y, a la vez, se motivará el estudio de esta rama de nuestra historia y el aumento del número de visitantes interesados en el tema.

Entre los muchos factores que inciden en la carencia gráfica se pueden mencionar:

- El poco interés de las autoridades de la Dirección de Correos y Telégrafos en la continuidad de un proyecto de la administración anterior,
- La inestabilidad que se produce con el nombramiento de autoridades por un nuevo gobernante,
- La inexistencia de un departamento o personal de comunicación y/o diseño gráfico,
- No contar con personal experto en el área de museografía,
- No tener un presupuesto específico para una apropiada labor de divulgación.

Si esta situación que se ha presentado persiste, la asistencia seguirá siendo baja o disminuirá, debido a que el público no logrará identificar y recordar adecuadamente al Museo y preferirá frecuentar otros, con temáticas diferentes. Como consecuencia, existe el riesgo de que ante la poca asistencia, las autoridades recorten más los recursos asignados para su funcionamiento y finalmente, decidan suspender temporalmente sus actividades o el cierre definitivo.

1.5.4 FACTIBILIDAD: Para la publicación del material gráfico propuesto en este proyecto, el Museo cuenta con un presupuesto, aunque no directo ni específico para tal fin. También puede obtener financiamiento de instituciones de cooperación internacional para su ejecución. Además, la Dirección General de Correos y Telégrafos administra su propia página web, en la que se le ha asignado un espacio al Museo, desde donde el material que se genere puede ser accesible a toda la población.

Por otro lado, el conocimiento, las habilidades y la experiencia del diseñador gráfico permitirán el desarrollo de este proyecto con una excelente calidad de producción visual.



2.1. PERFIL DEL CLIENTE

2.1.1 INFORMACIÓN GENERAL

Nombre: Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia
Dirección: Edificio de la Dirección General de Correos y Telégrafos (7a. Av. 12-11, Z. 1)
Ingreso por el parqueo de la 8a. Avenida.
Teléfono: 2239-2030
Horario: Lunes a viernes de 8:30 a 16:30 horas
Admisión: Gratuita

2.1.2 MISIÓN

Z. De León (comunicación personal, entrevista, 30 de marzo de 2012) indica que la misión del museo es “ofrecer un panorama temático, cronológico y visual del desarrollo histórico postal, telegráfico y filatélico en Guatemala para despertar la curiosidad en las nuevas generaciones para que profundicen en algunas de estas áreas y su trascendencia en el presente.”

2.1.3 VISIÓN

También comenta que la visión del museo es “ser el Museo más representativo y más visitado del país, cumpliendo su propósito de difundir el contenido histórico-cultural del patrimonio postal, telegráfico y filatélico en Guatemala de forma clara y dentro de un entorno placentero para el visitante”.

2.1.4 OBJETIVOS

Según La Dirección de Correos y Telégrafos (2011), los objetivos del museo son los siguientes:

- Divulgación de la historia postal y filatélica de Guatemala.
- Conservación, valoración y control del patrimonio histórico y cultural de Correos.
- Identificar, catalogar e inventariar los distintos bienes muebles que la Dirección General de Correos y Telégrafos utilizó en el pasado. (p. 350)

2.1.5 POBLACIÓN QUE ATIENDE

Z. De León (comunicación personal, entrevista, 30 de marzo de 2012) refiere que el museo presta sus servicios a los siguientes grupos de la población:

- Turistas nacionales y extranjeros, 20 años en adelante.
- Estudiantes de educación primaria y secundaria, de establecimientos públicos y privados, entre las edades de 8 a 15 años de edad.
- Estudiantes del nivel diversificado, de centros educativos públicos y privados, comprendidos entre las edad de 16 a 19 años edad.
- Estudiantes universitarios, entre los rangos de edad de 18 a 40 años.
- Filatelistas y coleccionistas.

2.1.6 CULTURA VISUAL

Entre los recursos visuales que emplea el Museo se pueden mencionar los afiches y trifolios que periódicamente publica el Departamento de Filatelia cada vez que se realiza una nueva emisión postal.

Como ya se indicó con anterioridad no existen materiales gráficos propios del museo para difundir su temática museográfica entre la población. El intento que más se le acerca fue la publicación en 2011 de 3 volúmenes que narran la Historia del Correo, el Telégrafo y la Filatelia.

En el exterior del Museo puede apreciarse un único banner que lo identifica. En el interior se ha usado señalización para identificar algunas áreas y objetos, como también las cédulas de cada sala, aunque con ubicación y ejecución gráfica inadecuadas. Adicional, existe un mural con fotografías antiguas de la institución.



2.2. GRUPO OBJETIVO

2.2.1 PERFIL DEMOGRÁFICO

Personas de sexo masculino y femenino, comprendidas entre las edades de 18 a 40 años, con escolaridad del nivel medio y diversificado, solteros o casados, hablantes del idioma Español, con ingresos mensuales de Q2,500.00 a Q10,000.00, pertenecientes a toda etnia o religión.

2.2.2 PERFIL PSICOGRÁFICO

Estatus socioeconómico bajo, medio bajo, medio y medio alto. Son personas con interés en conocer la historia de Guatemala. Su criterio está en formación o con criterio propio. Ocupan su tiempo libre visitando en familia parques recreativos como el IRTRA, otros museos, el zoológico, cines, teatros, centros comerciales, el Centro Histórico, etc. Consumen alimentos en restaurantes de comida rápida. Se transportan en vehículo propio o usando el servicio urbano de buses. Ven televisión (canales nacionales y cable). Escuchan música. Se informan a través de los noticieros. Leen periódicos (Nuestro Diario, Al Día y Prensa Libre). Hacen sus compras en tiendas de barrio, supermercados, centros comerciales y mercados de forma quincenal o mensual. Usuario de equipo de computación e internet.

2.2.3 PERFIL GEOGRÁFICO

Habitantes de la ciudad capital, municipios y departamentos cercanos a la ciudad de Guatemala.

2.2.4 CULTURA VISUAL

Dada las características expuestas del grupo objetivo, puede decirse que por motivo de la pobreza del hábito de lectura del guatemalteco, la comunicación con este segmento es más gráfica que textual, es decir, se usan más imágenes, colores y fotografías. Esto es evidente en el tipo de periódicos que leen, como por ejemplo Nuestro Diario y en la publicidad a la que está expuesto en las paradas de buses, vallas en las carreteras, afiches, volantes, etc.

Por otro lado, debido a que un alto porcentaje posee una computadora o tiene acceso a una y al servicio de internet, tiene la capacidad de analizar e interpretar mensajes iconográficos. Es importante señalar que la forma de comunicarse, a través de mensajes de texto en los teléfonos móviles, hace que los mensajes sean breves y concisos.

También el hábito de asistir al cine y ver televisión (cable) hace también que su nivel de análisis gráfico sea mayor por haber observado tendencias internacionales de comunicación.

El nivel académico del grupo objetivo le permite tener cierto grado de apreciación artística y estética, al haber estado expuesto en algún momento a manifestaciones artísticas plásticas (pintura, escultura, etc.).





3.1 CONCEPTOS FUNDAMENTALES

Para abordar apropiadamente la búsqueda de una solución gráfica al problema de comunicación visual que se presenta en este proyecto, es indispensable que el diseñador gráfico construya un marco teórico que le permita conocer la institución que es objeto de estudio, así como también que se apropie del conocimiento necesario sobre los elementos de diseño que fundamenten el desarrollo de la pieza gráfica que se propone.

Previo a estudiar en detalle la labor y la función del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia, es importante señalar que el International Council of Museums (ICOM) perteneciente a la UNESCO define al museo como "... 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." ("Definición de museo", s.f.)

Para tener clara la labor de un museo no se debe pasar por alto la museología, que es el estudio del museo y no su práctica. Rivière (1981), citado por Desvallées y Mairesse (2010) sugiere que la museología es la ciencia del museo; estudia la historia y la razón de ser de los museos, su función en la sociedad, sus peculiares sistemas de investigación, educación y organización, la relación que guarda con el medio ambiente físico y la clasificación de los diferentes tipos de museos.

Por otro lado, la museografía es "el conjunto de técnicas desarrolladas para llevar a cabo las funciones museales y particularmente las que conciernen al acondicionamiento del museo, la conservación, la restauración, la seguridad y la exposición." (Desvallées y Mairesse, 2010, p. 55)

La museología es la que trata con toda la teoría del museo, mientras que la museografía de la puesta en práctica. Es en esta área, en la que cabe la intervención del diseño gráfico en estas instituciones.

En este punto, es importante indicar el papel que desempeña el museógrafo, el museólogo, el restaurador y el curador en la labor que realizan los museos.

Desvallées y Mairesse (2010) informan que el museógrafo es el encargado de la concepción y de la organización general del museo, de

las gestiones relacionadas con la seguridad, la conservación y la restauración, pasando por las salas de exposición, permanentes o temporarias. El museógrafo tiene una visión experta sobre cómo funciona un museo en las áreas de preservación, investigación y comunicación. Además puede administrar los datos relacionados a la conservación preventiva y las informaciones a comunicar a los diferentes públicos.

También refieren que el museólogo es toda persona que trabaja para un museo desempeñando funciones de jefe de proyectos o programador de exposiciones, es decir, que es quien se encarga de cuidar del acervo, de su acondicionamiento, catalogación y exposición. Este profesional debe estar preocupado por la recopilación de información y su difusión.

En relación a la función de un restaurador comentan que es un profesional dotado de los conocimientos científicos y sobre todo de las técnicas requeridas para el tratamiento físico de los objetos de colección, en otras palabras, de su restauración y su conservación preventiva y curativa.

Finalmente, la tarea del curador, conocido también como comisario de exposición, es el profesional capacitado que posibilita la exposición, valoración, manejo, preservación y administración de los bienes museales.

Al comprender los conceptos que se han expuesto, es necesario mencionar que aunque no existe una clasificación estandarizada para los museos, se les clasifica según el origen de sus recursos como públicos, privados o independientes, mixtos, universitarios y comunitarios. Por su área de influencia pueden ser nacionales, regionales, locales o comunitarios. Por el público que atienden se encuentran los que son para



público en general, para público especializado y para público infantil.

Al clasificarlos por el tipo de exposición, se encuentran los de circulación dirigida, donde el visitante sigue un recorrido inalterable; museos al aire libre (zoológicos, zonas arqueológicas, etc.) y museos interactivos.

Finalmente, al agruparlos por su contenido, se encuentran los de arte, antropología, de ciencias y generales. (Aqueche, 2003)

Los museos desempeñan varias funciones que les ayudan a conservar y conocer el patrimonio histórico cultural. Entre éstas se encuentra la de coleccionar que ayuda a tomar decisiones sobre qué coleccionar, qué no coleccionar y cómo coleccionar. Generalmente sólo se colecciona lo insustituible e irremplazable.

Los museos también identifican, es decir, que establecen la autenticidad, identificación y fecha de los objetos coleccionados. También documentan al incluir las labores de registro, inventario y catalogación.

Muy ligada a las anteriores se encuentra la función de registrar, pues una vez identificada una pieza, se registra con un número en el inventario. Las funciones de inventariar y catalogar consisten en incluir en el listado de la totalidad o de un parte de los objetos del museo; y la ordenación de la totalidad o de una parte de los datos de un museo según una categorización previa, respectivamente.

Para ser considerado como un centro de investigación y proyección sociocultural el museo debe realizar investigación científica. Un museo también preserva y conserva, pues incluye las acciones de salvar, mantener y restaurar sus colecciones. Asimismo la acción de seguridad en el museo.

Por otro lado un museo cumple la función de exhibir, la cual puede definirse como la manera como se presentan al público los objetos del museo. Es en este aspecto que el diseño gráfico puede hacer grandes aportes.

En un museo el público es el protagonista, por lo que el museo ejerce una influencia pedagógica y cultural tomando en cuenta dos tipos de públicos, el espectador y el público actor. (Rodríguez, 2005)

Un museo además de proporcionar información, debe ofrecer también actividades de capacitación, sin olvidar que el proceso de aprendizaje en los museos debe ser realizado de una manera informal y poseer en alto grado medidas recreativas.

Para esto, es importante desarrollar programas educativos para captar al visitante e incitarlo a participar de las actividades del museo, además de generar y mantener el interés del público en el mismo. Estos programas pueden apoyarse en una variedad de medios y técnicas: Exposiciones didácticas de carácter permanente o temporal, visitas guiadas, conferencias, cursos, películas, programas de entrenamiento, talleres, excursiones y eventos en general.

El área de educación de un museo debe encargarse de procesar la información que se desea publicar en forma didáctica, por medio de paneles de apoyo en alguna sala de exposición, textos para guías de estudio, y en general, para materiales de información al público, con la finalidad de establecer una comunicación más efectiva entre éste y el público. (Apablaza, 2005)

Una vez que se tiene una idea clara de la labor de un museo en la sociedad, el diseñador gráfico necesita conocer cómo se han desarrollado este tipo de instituciones culturales e históricas en Guatemala. Es apropiado mencionar que la Asociación de Museos de Guatemala refiere que el primer museo del país se funda en 1796 y se le llama Gabinete de Historia Natural. En 1866 la Sociedad Económica de Amigos del País inaugura el Primer Museo Nacional que funciona hasta 1881.

En 1931, durante el régimen de Ubico, se funda el Museo de Historia y Bellas Artes, el cual deja de existir y sus colecciones dan origen en 1975 a los Museos Nacionales de Arqueología y Etnología, de Historia y de Arte Moderno.

En 1969 se crea el Museo de la Universidad de San Carlos y en 1970 surgen los primeros museos privados y los regionales en el interior del país. ("Historia de los museos", s.f.)

Desde esas pocas instituciones que existieron en el inicio de la historia de los museos en



Museo de la Universidad de San Carlos de Guatemala



Museo Nacional de Arqueología y Etnología de Guatemala



Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia



Telégrafo

Guatemala, ahora hay muchas que abordan temáticas diferentes, entre éstas se encuentra el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia, el cual creó la Dirección General de Correos y Telégrafos de Guatemala, el 13 de enero de 2006, durante la administración del entonces Director, David Emilio Peralta del Valle.

El Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia ofrece un recorrido temático en donde se aprecia la evolución de los medios de comunicación que han influido decisivamente en el desarrollo de la civilización.

Este museo es el lugar adecuado para recordar la Historia del Correo, de la Telegrafía y de la Filatelia en Guatemala a través de las tres áreas de exhibición: Postal, Telegráfica y Filatélica. También, se puede admirar la belleza del Palacio de Correos, obra de nuestro patrimonio histórico y cultural, construido en 1940.

Para comprender mejor cada una de las áreas temáticas del museo, se estudia cada una de ellas, empezando por el área Postal. El término postal deriva de latín *pósita* (poner) y la palabra correo de *currere* (correr) y se refería a la persona que en la antigüedad llevaba corriendo los mensajes, noticias o comunicaciones.

El correo nace con la humanidad, pues desde que el ser humano aprende a transmitir sus ideas, siente la necesidad de comunicarlas a sus semejantes, y procura los medios más accesibles para lograrlo. (Paiz y Muñoz, 1995)

El servicio postal es el sistema dedicado a transportar documentos escritos y paquetes pequeños alrededor del mundo, con diferentes tarifas dependiendo de la duración de la entrega. El pago para el envío de correo se realiza con el franqueo con sellos postales de la carta o paquete a enviar. Todo documento enviado a través de este sistema se le llama correo o correspondencia y a los paquetes, envíos postales.

El correo está protegido por el secreto de correspondencia o secreto epistolar (*secretus epistulae*). Esto quiere decir que ninguna carta o paquete puede abrirse por otra persona que no sea su destinatario. Este derecho es garantizado por la Constitución de la mayoría de países. (Dirección General de Correos y Telégrafos, 2011)

El correo inicia en Guatemala en el año 1823, debido a la necesidad de comunicarse entre los pueblos. En esa época se crean las Estafetas Postales. En 1836, por decreto, se establece una administración principal de Correos Nacionales. En 1871, Guatemala pone en circulación estampillas postales y prohíbe a las oficinas particulares seguir ofreciendo el servicio de envío de correspondencia. (Paiz y Muñoz, 1995)

En la actualidad, la Dirección General de Correos y Telégrafos de Guatemala concesionó por diez años los servicios operativos a la empresa "El Correo de Guatemala, S. A."

La segunda área del museo es la Telegráfica, que reúne todas las piezas que tiene relación con el desarrollo del telégrafo en Guatemala. Previo a entrar en detalle en el tema, es vital comprender que la voz telégrafo es una palabra griega que se compone de *tele*, que significa lejos y *grafo*, que equivale a escribir. Se define entonces como un sistema postal o medio de comunicación eléctrico, que se usa para transmitir con rapidez, por medio del uso del código Morse, mensajes de interés personal, asuntos de negocios, noticias, etc., que por necesidad o urgencia se emplea en lugar del sistema de correos tradicional. (Asaba, 2003)

Este sistema de comunicación presta sus servicios, desde su instauración el 15 de marzo de 1873 —mediante la construcción de la primera línea entre la ciudad capital y Amatitlán—, hasta 1998 en el que se envía el último mensaje telegráfico. (Dirección General de Correos y Telégrafos, 2011)



Primera Estampilla Postal de Guatemala, circuló el 1o. de agosto de 1,871



El museo como identidad: El diseño de logotipo



Las publicaciones son un ejemplo de la intervención de diseño gráfico en la dimensión del museo como contenido.

La última área del museo es la Filatélica, lugar en el que se exhiben los elementos relacionados a Filatelia. (*Philos*, que significa amigo, aficionado; y *ateles*, exento de gastos de porte por haber sido pagados previamente). Entonces, filatelia significa, amor al estudio de todo lo que se relaciona con el franqueo. Se concluye que filatelia es el arte que trata del conocimiento de los sellos postales.

Un coleccionista y un filatelista parecieran ser lo mismo, pero no. Un coleccionista es la persona que reúne, junta, recoge y agrupa estampillas postales. Por el contrario, un filatelista valora cómo ha sido impresa la emisión postal, cómo y qué cantidades lleva la hoja, los números de plancha y otras características como el dentado, los colores, la impresión, qué casa los imprimió, la cantidad impresa y algún otro detalle adicional. Así pues, los filatelistas se dedican en cuerpo y alma a la investigación para conocer más sus estampillas. (Dirección General de Correos y Telégrafos, 2011)

Como se indicó previamente, el diseño gráfico puede ayudar a los museos a cumplir con las funciones que desempeñan en la sociedad, por este motivo Sánchez y Lacasta (2009) afirman que el diseñador gráfico es el intérprete de la identidad del museo, a la que da forma visual y le provee de valor y significado, proyectando la imagen de qué es el museo, qué desea ser y cómo quiere que se le perciba. Sugieren que para desarrollar una comunicación visual de calidad, se debe buscar interactuar con los diversos aspectos comunicativos del museo y plantear la imagen gráfica dependiendo de si la exhibición sea permanente o temporal.

Para ejecutar un sistema eficiente de comunicación visual permanente, se debe considerar al museo desde diferentes ángulos.

Primeramente como identidad, en la que el logo —que puede ser isotipo, logotipo o isologotipo— es el elemento primordial de comunicación que existe entre el museo y su público. Tiene la función de distinguirlo de otros museos de su entorno y transmitir sus valores. También incluye el diseño de la papelería (hojas y sobres membretados, tarjetas de presentación, gafetes, etc.) y uniformes.

Segundo, al considerarse al museo como espacio, entra en escena la señalización, que para ser eficaz, debe ser racional, universal y debe integrarse inteligentemente a la arquitectura. La señalización debe tomar en cuenta el carácter del museo, la arquitectura, la superficie, el volumen, los movimientos o flujos, los materiales, el color y la luz; la situación de las señales, la legibilidad y la comprensión del lenguaje iconográfico.

La señalización puede ser exterior e interior. Los elementos exteriores tienen una función identificadora, mientras que la interior, la de orientación, dirección y destino.

Los signos y pictogramas que se utilizan en la señalización, son un lenguaje universal que no requiere traducción. El sistema iconográfico debe tener en cuenta los aspectos de visibilidad, claridad, coherencia y expresividad.

Tercero, si se enfoca al museo como espacio-contenido, se debe tener presente que la primera aproximación del visitante al espacio y al contenido del museo lo constituyen los folletos de información publicados.

Cuarto, al abordar el museo como contenido, se puede mencionar que las publicaciones del museo son un medio fundamental de difusión, de relación con su público y de proyección de una identidad.



El diseño de una página web en la función del museo abierto.



El merchandising en el museo como ocio.





Portada de catálogo de arte de la Colección del Banco de la República

Entre estas publicaciones pueden considerarse los programas, publicaciones periódicas, ciclos de conferencias, estudio sobre algún aspecto de la colección, catálogo de exposición temporal, actas de congreso o simposio, catálogo de la colección, memoria de actividades, guía, etc.

Quinto, si se estudia al museo como espacio abierto, encaja perfectamente la página web, pues ofrece nuevos canales globales de comunicación: canales de información, participación y creación. El diseño de una página web debe tener en cuenta que la navegación sea funcional, que sea fácil de usar y accesible, actualización continua de contenidos y que los contenidos sean cortos y concisos.

Sexto, la comunicación institucional posiciona al museo en el espacio socio-cultural. Entre los soportes de esta forma de comunicación se encuentran la publicidad, las publicaciones periódicas y la memoria de actividades.

Y por último, el merchandising transfiere el valor del museo a objetos, tales como artículos promocionales que pueden obsequiarse o venderse. Entre los cuales se encuentran playeras, gorras, lápices, lapiceros, reglas, mouse pad, porta CD, agendas magnéticas, pачones, pocillos, etc.

Después de mencionar el sistema de comunicación permanente del museo, vale la pena analizar la imagen gráfica del museo que incluye en su planteamiento la solución gráfica de lo temporal.

Los elementos de la imagen gráfica de una exposición temporal son: Logotipo del título de la exposición, familia tipográfica, gama cromática, imagen o imágenes protagonistas y aplicaciones.

En la creación de una imagen gráfica de una exposición temporal tienen mucha importancia los referentes: concentrar una idea, un movimiento, una obra o una colección. Además, se construye mediante un sistema que articula la relación entre sus distintos elementos, siendo tan importante como cada uno de los elementos entre sí.

Cada aplicación forma parte de un conjunto con el que se relaciona, y es esa relación la que crea una imagen singular, unificada y coherente.

Como se ha visto, los museos realizan muchas y variadas publicaciones, entre las que se encuentran los catálogos que ayudan a la formación y educación del público que visita un museo, como a la formación de lectores. En el primer caso, completa la visita a la exhibición, la registra y la complementa. Como lector, le permite al espectador dejar de depender de su memoria para tener un registro impreso de la muestra y lo ayuda a relacionar lo visto y vivido con los textos y los contenidos históricos del libro. Puede decirse que se convierten en vehículos de la recreación de la experiencia museística que se ha vivido, sólo que transformada en experiencia de lectura. (Silberleib, s.f.)

Entre los elementos a considerarse para el diseño de un catálogo, se encuentra la imagen de la institución, puesto que el diseño debe expresar la identidad de la misma. Sin embargo, debe haber variedad en la línea gráfica para evitar que el lector se aburra y abandone la lectura.

Otro detalle importante es la portada, la cual debe ser atractiva. Debe contener el nombre de la entidad. Es importante no saturar de información la portada, para evitar confusiones.

Además de la portada, las páginas de contenido deben captar la atención del público. Una opción podría ser presentar un diseño diferente por sección del catálogo. Las variaciones de color, fondo y forma hacen que los lectores se detengan y lean con atención.

Siempre se debe tener en cuenta el criterio de orden, que caracteriza al catálogo. En el contenido se debe incluir la menor cantidad posible de información que distraiga al lector. Es de suma importancia ser cuidadosos a la hora de diseñar el contenido porque debe combinar la exposición de la mayor cantidad de productos con un orden fácil de seguir.

No se debe pasar por alto que para el catálogo es esencial el uso de fotografías individuales y, de ser posible, sin fondos. Las fotografías con fondos o las que muestran un grupo de productos son menos recomendables. Solo en algunos casos es conveniente fotografiar elementos en grupo, como por ejemplo, los libros. Si se toman fotografías colectivas, debe ser de grupos pequeños.



Páginas interiores o de contenido del catálogo de arte de Loris Elbaz



Para que los productos sobresalgan y llamen la atención, lo ideal es presentar las fotografías sin fondo, con mucha luz y con colores fuertes. También pueden tener sombra suave. Utilizando estos recursos los productos resaltan en la página.

Además de fotografías, un catálogo debe incluir descripciones claras de los productos. Los textos deben ser legibles y por eso es importante elegir la tipografía adecuada. No se aconseja usar más de tres fuentes tipográficas. Para marcar diferencias, subtítulos o partes destacadas del texto se recomienda emplear la misma fuente con variaciones de tamaño, color y estilo.

El formato es un elemento que debe analizarse cuidadosamente. Los tamaños estándar son: 5.5"x8.5", 8.5"x11" y 11"x17". Estos formatos son los más económicos para imprimir, porque en la impresión se aprovecha al máximo las medidas de papel y es un formato adecuado para ser enviado por correo. El uso de los formatos convencionales evita que el lector deseche el catálogo por tener una forma incómoda y poco común.

Pero, por otro lado, una pieza de medida estándar puede pasar inadvertida, debido a su normalidad. En este sentido, los catálogos de formato original llaman más la atención de los lectores, aunque debe considerarse el presupuesto del que se dispone para la reproducción, porque este recurso eleva considerablemente los costos.

El diseñador gráfico también debe tomar en cuenta que el número de páginas debe ser de múltiplo de cuatro (incluso portada y contraportada). Es decir que, cada vez que deseen agregarse páginas deben agregarse cuatro.

También, al elegir el papel, no solo se debe considerar su costo, sino también su resistencia. Se debe elegir un papel que no se dañe al imprimirse y no se rompa con facilidad. Debido a que el catálogo será consultado continuamente, se vuelve indispensable utilizar un material resistente. Puede utilizarse

un papel mate o brillante, y con distintos gramajes. Dependiendo del gramaje que se use, así será la durabilidad.

Debido al uso frecuente de un catálogo, es indispensable que sean encuadernados correctamente, para evitar que las hojas se desprendan, se rompan, o que no pueda abrirse. Entre los tipos de encuadernación se encuentran: hojas cosidas, unidas con pegamento, grapas en el medio entre dos páginas o al costado; con peine plástico o con espiral.

Si se va a utilizar el correo, debe contarse con una lista de los destinatarios, para calcular los gastos y el tiempo de distribución. También pueden entregarse en mano en las presentaciones. ("Consejos", s.f.)

Con toda esta información, el diseñador gráfico está preparado para elaborar una propuesta gráfica fundamentada pues ha adquirido todos los conocimientos esenciales que le permiten comprender mejor la función y clasificación de un museo, así como también la temática de cada una de las áreas del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia.

Por otro lado, también se adquirieron los conocimientos indispensables de cómo el diseño gráfico incide en los museos desde diversos ángulos para ayudar a estas instituciones a divulgar la importante labor que realizan y de esta manera atraer más personas a visitarlos.

Finalmente, se obtuvo toda la información de diseño editorial que se precisa para elaborar un catálogo fotográfico para el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia que cumpla con los estándares y características de una publicación de excelente calidad y que se ajuste a los criterios de piezas gráficas exitosas.



3.2 CONCEPTO CREATIVO

Con la finalidad de suplir la ausencia de materiales gráficos que apoyen la divulgación del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia, se propone, como parte de este proyecto, crear un catálogo fotográfico que evidencie la experiencia vivencial que ofrece el museo. Es fundamental que esta pieza cumpla con los requerimientos de comunicación visual, para que sea funcional y transmita un mensaje impactante.

Los pasos iniciales del proceso consistieron en realizar una investigación bibliográfica y de campo para llegar a comprender a la institución y al grupo objetivo.

3.2.1 DIMENSIÓN CONCEPTUAL

Para desarrollar el concepto creativo que sustenta el diseño del catálogo al que se ha hecho referencia, se utilizó la técnica creativa conocida como brainstorming (lluvia de ideas), debido a que facilita el surgimiento de ideas originales sobre un tema o problema en particular.

Las palabras que surgieron son las siguientes: Herencia, Trascendencia, Investigación, Legado, Historia, Cambio, Vivencia, Interacción, Origen, Tiempo, Conocimiento, Información, Comunicación, Mensajes. (Véase anexo 1 para ver el proceso completo)

De entre estas opciones, se eligió “Historia”, porque esa es una de las funciones que desempeña un museo, es decir, evidenciar la historia de la sociedad a través de la temática particular que aborda. A la vez, el museo busca que el visitante tenga una experiencia vivencial con los elementos que han sido protagonistas en la construcción de la historia, para que enriquezca su formación cultural.

Tomando como base todo lo anterior, el diseñador gráfico definió el concepto creativo por medio de una oración breve, que resume la idea central de la personalidad que se le dará al catálogo y al museo en sí. Quedando de esta manera: **“Donde la historia cobra vida”**.

El propósito de este concepto es transmitir al grupo objetivo una de las características únicas del Museo: la de permitir que el visitante interactúe con las piezas expuestas, pudiendo recrear la experiencia de colocar una carta en la oficina postal y presenciar todo el

proceso hasta la recepción por el destinatario. En todo este recorrido puede usar los instrumentos y objetos que se exhiben. Incluso puede enviar un mensaje telegráfico, utilizando un telégrafo auténtico. De ahí nace el concepto de que la historia postal, telegráfica y filatélica cobra vida porque el visitante recuerda estos eventos, o bien porque logra tener una referencia vivencial del proceso, que hace de la visita al museo un experiencia enriquecedora.

3.2.2 DIMENSIÓN ÉTICA

Para generar el mensaje visual que se dirige al grupo objetivo, se tomaron en cuenta los principios, valores éticos y morales para construir mensajes positivos. El mensaje no se enmarca en ningún pensamiento o corriente religiosa. Tampoco se pretende agredir ni violentar a ninguna etnia o grupo social. Adicional, el mensaje elaborado se encuentra enmarcado dentro de los parámetros establecidos en el Código de Ética Publicitaria de Guatemala.

3.2.3 DIMENSIÓN FUNCIONAL

El formato que se utilizó (8.5 x 5.5”) es adecuado para realizar la lectura de la información, así como para la visualización de las fotografías que la complementan. Además, este tamaño permite la manipulación y conservación por parte del grupo objetivo.

También, puede decirse que el mensaje que se proyecta al grupo objetivo es funcional porque es efectivo, fácil de comprender y proporciona de forma dinámica y creativa la información gráfica y textual sobre la historia del correo, telégrafo y filatelia en Guatemala, todo lo cual motivará y llenará las expectativas del grupo objetivo que la desconoce.



3.2.4 DIMENSIÓN ESTÉTICA

La línea de diseño es llamativa para atraer la atención del grupo objetivo. Se empleó retícula columnar y modular que facilita la lectura y la colocación de fotografías, pudiéndose así obtener, una diagramación sencilla y elegante. Los colores que se emplearon son atrayentes y armoniosos. Cabe mencionar aquí que, aunque se pretende transmitir la idea de revivir la historia, se evita el uso de elementos antiguos o “retro” en el diseño para que el lector no haga ninguna asociación con una experiencia monótona o aburrida, sino por el contrario que la diagramación sea fresca, dinámica y novedosa, que lo invite a visitar el museo. La idea de que la historia cobra vida se logra comunicar únicamente por medio del uso de las fotografías de cada una de las salas del museo. La riqueza del catálogo se encuentra en las fotografías que contiene.

Para cada una de las secciones, que representan las diferentes salas del museo, se creó un titular sencillo y claro para despertar en el grupo objetivo interés por la lectura. Todo esto se ha hecho para que el concepto y el mensaje se comprendan sin ninguna dificultad.

3.2. 5 ELEMENTOS DE DISEÑO

3.2.5.1 CÓDIGO LINGÜÍSTICO

Para las piezas de diseño que integran el material gráfico creado para el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia, se utilizó el concepto creativo como eslogan, “Donde la historia cobra vida”, debido a que será el primer punto jerárquico de las piezas y a partir de este punto se iniciará el recorrido visual. Además, se construyeron titulares para identificar cada una de las salas del museo. La información contenida en el catálogo tiene como finalidad transmitir el mensaje de que en el museo la historia cobra vida, despertando el interés del grupo objetivo para visitarlo y descubrirlo por sí mismo.

3.2.5.2 CÓDIGO ICÓNICO

Logotipos

Por motivo de que el material gráfico se diseñó para fomentar la formación cultural e histórica en el área postal, telegráfica y filatélica, se consideró oportuna la utilización

del logotipo del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia, para que fuera fácil al grupo objetivo identificar la institución y así pudiera visitarlo. Adicional, se integró en las piezas el logotipo de la Dirección General de Correos y Telégrafos debido a que el Museo depende de ella para su funcionamiento.

Fotografías

Para transmitir al grupo objetivo el contenido de la propuesta museográfica del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia, se incluyen en el catálogo fotografías que representan cada una de las salas del museo, para que el lector pueda hacer un recorrido visual semejante al que hará cuando visite las instalaciones, destacando los objetos más relevantes. Puede decirse que el propósito del catálogo es ser más visual que textual.

3.2.5.3 CÓDIGO CROMÁTICO

Para la diagramación del catálogo se utilizaron colores cálidos (naranjas, amarillos, ocre, corintos, etc.) para que el grupo objetivo identificara con facilidad al museo con el Edificio de Correos y Telégrafos en la zona uno capitalina, lugar donde se encuentra ubicado el museo. De esta manera se logró mantener unidad en la pieza de diseño con la imagen institucional que ya se encuentra posicionada en la mente del grupo objetivo.

3.2.5.4 CÓDIGO TIPOGRÁFICO

La fuente que se utilizó para el cuerpo de texto es la familia tipográfica Frutiger, por ser una fuente sencilla y sin remates, de un tamaño adecuado para permitir la lectura. Para los titulares, se usó la Bodoni.

Al hacerlo de esta manera, se ha logrado dar una personalidad e identidad propia al catálogo, a la vez que permite la comprensión y transmisión del mensaje. Se eligieron esas fuentes debido a su legibilidad y, porque imprime a la publicación un toque moderno, innovador y elegante.

En el cuerpo de texto se empleó un interlineado extra para que fuera cómoda para el grupo objetivo la lectura. La justificación se realizó en bandera hacia la izquierda para generar la sensación de orden.



3.3. PRIMER NIVEL DE GRAFICACIÓN

Para cumplir con los objetivos planteados en este proyecto, se inició el proceso de diseño del catálogo fotográfico para el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia. Como ya se indicó, el formato elegido es 8.5" de ancho por 5.5" de alto, por considerarse el más adecuado para la pieza y por su facilidad para ser manipulada por el grupo objetivo. A continuación se describen los pasos y decisiones de diseño tomadas.



3.3.1 BOCETAJE MANUAL DE LA PORTADA

1) En este boceto se buscó representar el concepto creativo "Donde la historia cobra vida". Para lograrlo, se utilizó una fotografía de un área del museo que transmita al grupo objetivo la temática que aborda el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia. Se seleccionó un área estratégica para ubicar el titular y para que la vista sea atraída hacia ese punto.



2) En esta otra opción se utilizó una fotografía panorámica interna del museo que transmita al grupo objetivo la temática que aborda el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia y de esta manera reforzar visualmente el concepto creativo propuesto. También se colocó el titular tratando de obtener una jerarquía tipográfica y visual. Además se sugirió el uso de fotografías que muestren otras áreas del museo.



3) En la tercera propuesta se colocó en primer plano el arco del Palacio de Correos, por ser una sección del edificio con la cual los guatemaltecos identifican a la institución, con la que se puede asociar fácilmente al museo y apoyar visualmente el concepto creativo. Se reservaron los espacios para el titular y para mostrar detalles de los espacios internos del museo.

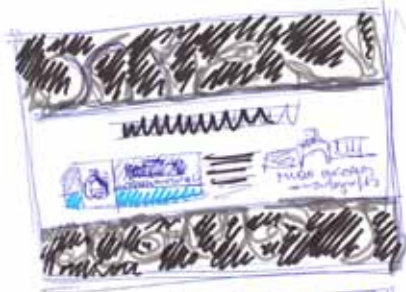


4) En la última propuesta, se continuó utilizando el arco del Palacio de Correos por las mismas razones expuestas, pero se buscó que el diseño fuera más limpio y elegante, evitando saturarlo de imágenes y conservando los colores del edificio que identifican a la institución.

Se eligió la opción 4 porque se ajustó más a los criterios visuales que se busca alcanzar, tales como claridad, limpieza y elegancia en el catálogo, a la vez que se buscó que sea un diseño atractivo para el grupo objetivo al que se pretende llegar.



3.3.2 BOCETAJE MANUAL DE LA CONTRAPORTADA



1) En esta propuesta se buscó agregar detalles similares con el fondo que se utilizó en las estampillas postales antiguas, aunque no se deseó darle un estilo antiguo al diseño del catálogo. Se seleccionó un área central de la contraportada para colocar los logotipos del Gobierno y del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia.



2) Para esta versión, se incluyó una fotografía de un área del museo, para que el grupo objetivo pueda tener una referencia visual del mismo al concluir la lectura. Se propuso colores que sean de la misma gama que se utilizan en la pintura exterior del Palacio de Correos, para guardar relación con la imagen institucional. También se indicaron los lugares para los logotipos del Gobierno y del Museo.



3) En este boceto se trató de conseguir un diseño limpio, al evitar incluir demasiados elementos que saturen la percepción visual del grupo objetivo. Se sugirió colocar una sección de una fotografía del interior del museo. También se reservó el espacio para los logotipos y se continuó utilizando la misma gama de colores para guardar relación con la imagen institucional del Palacio de Correos.



4) En este otro, se agregaron fotografías de las diferentes áreas del museo para que el lector pueda tener una idea general del contenido del catálogo y de la temática que aborda el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia. Se siguió proponiendo la misma gama de colores del Palacio de Correos. También se reservó el área para los logotipos del Gobierno y del Museo.

Se eligió la propuesta 1 porque reúne las características que se desean alcanzar con el concepto creativo "Donde la historia cobra vida", pues, aunque no se busca lograr un diseño "retro", sí se pretende incluir elementos que ayuden al grupo objetivo a sentirse en un ambiente histórico que puede cobrar vida al interactuar durante la visita que realizó o realizará al museo.



3.3.3 BOCETAJE MANUAL DE CAPÍTULOS



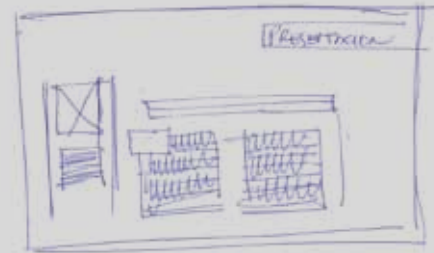
- 1) En esta alternativa se buscó que el diseño sea limpio y atractivo, utilizando diferentes tonalidades de color y diferentes tipografías para ayudar a establecer la jerarquía tipográfica y visual que facilite la lectura por parte del grupo objetivo y que guarde unidad con el diseño de toda la pieza.



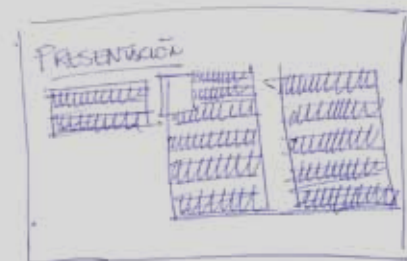
- 2) En este otro boceto, se incluyó una fotografía que represente cada una de las áreas del museo a la que se hace referencia en esta página que secciona el catálogo. Se planeó que se utilizaran 2 páginas confrontadas para facilitar la diagramación del resto del catálogo. Se sugirió diferentes tipos de letra para establecer jerarquía tipográfica y de la imagen.

Se eligió la versión 2 por considerarse la más adecuada al guardar relación con la portada y la contraportada del catálogo elegidas, ya que ayuda a mantener un estilo moderno, fresco e innovador y ayuda a reforzar el concepto creativo, al proporcionar al grupo objetivo una referencia visual de las áreas del museo que fueron visitadas o que se frecuentarán en el futuro.

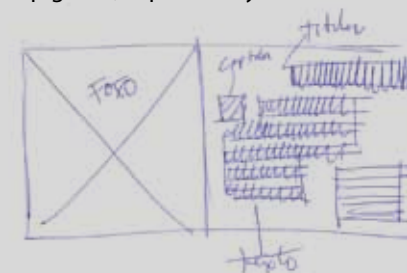
3.3.4 BOCETAJE DE LA PRESENTACIÓN



- 1) En esta primera opción se incluyeron fotografías de apoyo para el texto de presentación. Se buscó que la página tuviera espacios en blanco que funcionaran como descansadores visuales que faciliten la lectura y así tener un diseño limpio y atractivo.



- 2) Para la segunda opción se usaron espacios blancos como descansadores visuales. Se estableció jerarquía tipográfica por medio del titular, epígrafes, capitulares y columnas.

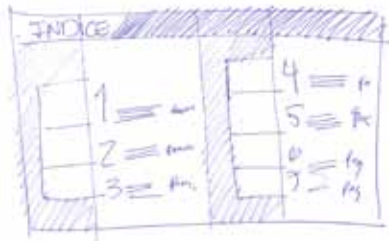


- 3) En la tercer propuesta se continuó utilizando los mismos elementos, sólo que en páginas dobles confrontadas y con una fotografía grande como apoyo al texto de la presentación.

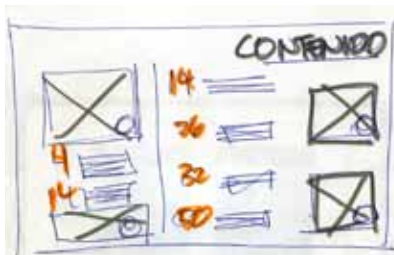
Se eligió la versión 1 porque se determinó que es un diseño limpio, que facilitará al grupo objetivo la lectura de una manera agradable y descansada, debido a que se utilizaron recursos tipográficos que determinan la jerarquía visual.



3.3.5 BOCETAJE MANUAL DEL ÍNDICE



1) En este primer boceto, se propuso que fuera el índice en 2 páginas confrontadas, utilizando invertidos, degradés y opacidades con colores de la misma gama de las otras partes diseñadas del catálogo. Se sugirió que los números de página destacaran sobre el resto del diseño. Además se colocaron espacios para fotografías que tengan relación con los temas del índice.



2. En esta segunda opción, se estableció la jerarquía tipográfica al destacar los números de página a un tamaño grande, para que el grupo objetivo las identifique fácilmente y después leer el contenido que se encuentra en esa página. Además se incluyeron fotografías para realizar un recorrido visual agradable en la página.



3. En esta tercera propuesta, se continuó haciendo uso del recurso de la jerarquía tipográfica, a diferencia del anterior, sólo se utilizó una columna y un elemento gráfico que equilibre la composición que se sugirió.



4. En la última opción, se le dio movimiento a la página al colocar el título de forma vertical. Además se continuó estableciendo la jerarquía tipográfica, al usar los números de página en un tipo mayor que el de cada uno de los temas que corresponden a cada página. Se apoyó el listado de temas con fotografías que ayuden a interesar al lector en buscar más información en las páginas internas.

Se escogió la opción 2 porque se adapta a la línea de diseño que se ha ido generando con las demás partes del catálogo. Además porque es la que mejor propone la jerarquía tipográfica y de la imagen. Se puede decir también que es un diseño limpio, que hace que el recorrido visual sea agradable y que no fatiga la vista.



3.3.6 BOCETAJE MANUAL DE PÁGINAS INTERIORES



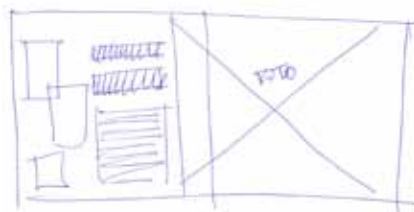
1) En esta opción se reservaron espacios para fotografías grandes y textos de apoyo, para lograr una diagramación limpia, que facilite la lectura del catálogo. Además se sugirieron fondos, pantallas y degradés.



2) Se propuso en esta opción que el diseño fuera en páginas confrontadas, fotografías grandes y un texto pequeño, dejando espacios blancos como descansadores visuales y así obtener una diagramación limpia y agradable.



3) Esta versión, es una variante de la anterior, siempre en páginas confrontadas, presentando cuerpo de texto y fotografía de apoyo, con pie de fotos y epígrafes para generar la jerarquía visual.



4) Se continuaron evaluando los resultados que se pueden obtener, al intercambiar los diferentes elementos gráficos, para lograr jerarquía de la imagen y tipográfica en una diagramación limpia y atractiva que haga interesante la lectura del catálogo fotográfico para el grupo objetivo.



5) En estos bocetos se propuso que la diagramación fuera únicamente fotográfica, estableciendo la jerarquía visual por medio del tamaño de fotografías grandes y pequeñas. Además, para que el recorrido visual no fuera monótono, se le dio movimiento al diseño, al variar la posición de las imágenes e incluso dejando espacios en blanco para que la vista pudiera descansar.



Para el diseño de las páginas interiores del catálogo, se eligió la versión 5, porque se ajusta a los requerimientos de las autoridades del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia, que desean que la pieza sea más gráfica que textual, debido a la escasa cultura de lectura de la población guatemalteca.





3.4. SEGUNDO NIVEL DE GRAFICACIÓN

Después de realizar la serie de bocetos a lápiz que se presentó en el apartado anterior, se continuó avanzado en el proceso y se procedió a digitalizar estas ideas. Enseguida se describen la serie de pasos y decisiones que se tomaron durante la ejecución de esta segunda fase en el diseño del catálogo fotográfico para el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia de la ciudad de Guatemala.



3.4.1 BOCETAJE DIGITAL DE LA PORTADA

1) En esta opción se colocó en primer plano una fotografía de un detalle del arco del Palacio de Correos con la que los guatemaltecos identifican a la institución y apoya visualmente el concepto creativo. Se creó una composición tipográfica con la fuente Frutiger, en diferentes estilos y color, como un recurso tipográfico que apoye al concepto creativo al darle vida o dinamismo al titular.



2) En esta segunda opción se continuó utilizando la misma fotografía por las razones expuestas antes. Se mantuvo el nombre del Museo y la variante es la composición tipográfica del titular, como recurso para apoyar el concepto creativo, al utilizar la fuente Arial en altas y bajas, en bold y normal y al utilizar una fuente caligráfica, Pristina; el propósito es comunicar vida o dinamismo en el titular.



3) Esta versión se presenta la misma fotografía, sólo que en esta ocasión se convirtió en duotono para darle tonalidad sepia y darle un toque antiguo. La finalidad de esto fue reafirmar visualmente el concepto creativo a través de la fotografía y la composición tipográfica creada y que pueda percibirse la sensación de vida y dinamismo que puede encontrarse en la visita al Museo.



4) Esta versión ofrece una nueva posibilidad en cuanto a fotografía. Una toma nocturna de la institución refuerza el concepto creativo. En esta oportunidad se creó un elemento gráfico para ubicar el titular en una posición estratégica que no impidiera apreciar la belleza de la fotografía. Junto al titular se colocó el nombre del museo para darle mayor sentido al titular. Para la composición tipográfica se usó la fuente Frutiger en normal y bold.

En base a entrevista con diseñadores gráficos y con el cliente se eligió la opción 4 porque se ajusta más a los criterios visuales de este proyecto, debido a que se pretende que haya claridad, limpieza y elegancia en la pieza de diseño, a la vez que se busca que sea un diseño atractivo para el grupo objetivo y que sirva de sustento para el concepto creativo.



3.4.2 BOCETAJE DIGITAL DE LA CONTRAPORTADA



1) En la digitalización de esta propuesta se agregó un fondo que evoque el recuerdo de la textura empleada en las estampillas postales, aunque sin llegar a darle un estilo antiguo al diseño, sino sólo utilizándolo como un recurso visual de apoyo al concepto creativo. Los logotipos del Gobierno y del Museo de Correos se colocaron en un cintillo blanco al centro de la página, rodeados de un par de orlas decorativas doradas.



2) Para esta versión, se incluyó una fotografía para que el grupo objetivo pueda tener una recordatorio visual del museo al concluir la lectura o bien un apoyo visual de lo que encontrará en el interior del documento al iniciar la lectura. Se propuso que los colores fueran en tonos sepías para reforzar el concepto creativo. También se colocaron los logotipos del Gobierno y del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia al pie de la página.



3) En este boceto digital se buscó lograr un diseño limpio, al evitar incluir demasiados elementos que saturen la percepción visual del grupo objetivo. Se usó un fondo con detalles ornamentales similares a las de las estampillas postales. Se colocó una fotografía del interior del museo. También se colocaron los logotipos al pie de la página, uno en cada margen para lograr equilibrio y se empleó la misma gama de colores para mantener unidad con la imagen institucional del Palacio de Correos.



4) En éste, se continuó usando un fondo ornamental similar al de las estampillas postal, en color corinto. Adicional, se recurrió al empleo de fotografías de las diferentes áreas del museo para que el grupo objetivo tenga una referencia visual del contenido del catálogo y de la temática que aborda el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia. Se colocaron los logotipos al pie de la página en un cintillo blanco, uno en cada margen para equilibrar el diseño.

Se tomaron como base las recomendaciones de diseñadores gráficos y del cliente que eligieron la propuesta 1 debido a que se ajusta al planteamiento del concepto creativo "Donde la historia cobra vida". Se sugirió que se cambiara el diseño ornamental del fondo y se redujera las orlas, así también que se usara un color que fuera similar al que se utilizó en la portada para guardar unidad en el diseño.



3.4.3 BOCETAJE DIGITAL DE CAPÍTULOS



1) En el diseño de esta alternativa se buscó lograr un diseño limpio y atractivo al utilizar las páginas abiertas confrontadas. Se creó una composición tipográfica para cada área del museo y se recurrió a la jerarquía tipográfica, al destacar el área del museo en un tipo caligráfico amarillo a gran tamaño para que la visión pueda ser atraída a este punto. Se colocó también el nombre del Museo. Se trató que el color guardara unidad con la portada y contraportada.



2) En este boceto se siguió utilizando el diseño en páginas confrontadas para identificar cada área del museo. Nuevamente se empleó un fondo ornamental similar al de las estampillas postales. Se creó otra composición tipográfica con las fuentes Frutiger y Edwardian Script, se estableció la jerarquía al destacar en altas y en invertido el nombre del área que se presenta. Adicional, se sugirió capitular al inicio del cuerpo de texto, que describe el contenido de esta sección del museo.



3) En este otro boceto, se continuó diseñando con las mismas características de los anteriores. Se planeó el uso de 2 páginas confrontadas para facilitar la diagramación del resto del catálogo. Se creó otra composición tipográfica con las fuentes Frutiger y Bodoni, como un recurso para establecer la jerarquía al realizar el recorrido visual en la pieza. El color se varió en esta propuesta para lograr un diseño más limpio y que facilite la comodidad visual de lector.



4) Finalmente, en esta versión se varían algunos elementos: Un fondo ornamental en un tono cálido para guardar unidad con el edificio. La composición tipográfica que identifica cada área del museo se integró a la fotografía. Además en la página izquierda se colocó la descripción de la sala. Se diseñó a una columna con capitular y con epígrafe y espacios en blanco como descansadores visuales.

De acuerdo con las recomendaciones dadas por diseñadores gráficos y el cliente se eligió la versión 3 por considerarse que posee un diseño limpio y atractivo, en la que se ha logrado muy bien la composición tipográfica y la jerarquía visual. Además de ser un página que facilita una lectura cómoda y agradable por parte del lector, lo que se logra por el tono de color que se utiliza en la textura ornamental de estampilla postal, que unifica el diseño de todo el catálogo fotográfico del museo.



3.4.4 BOCETAJE DE LA PRESENTACIÓN

1) Esta primera opción se realizó con una retícula de 3 columnas. Los textos justificados en bandera hacia la izquierda. Se empleó una capitular y folio para identificar el número de página y el nombre del catálogo. Toda la página tiene una pantalla de color gris.



2) Para la segunda opción se usó la misma retícula, capitulares y folio. Adicional se recurrió al uso de epígrafes y una fotografía. Se usó espacios blancos como descansadores visuales. Se estableció jerarquía visual al distribuir los elementos gráficos de una manera agradable.



3) En la tercera propuesta se usaron los mismos elementos con una diagramación distinta. Se utilizaron folios, titulares, epígrafes y capitular. Los colores que se emplearon son los mismos de las páginas que dividen los capítulos.



Se eligió la versión 3 porque los diseñadores y el cliente determinaron que es un diseño limpio, que facilitará al grupo objetivo la lectura, debido a que se utilizaron recursos tipográficos para establecer la jerarquía visual que permiten un recorrido visual agradable y cómodo en la página.

3.4.5 BOCETAJE DIGITAL DEL ÍNDICE

1. En esta opción se usó la retícula columnar para ubicar textos y fotografías. Se estableció jerarquía tipográfica en los números de página y titular. Se mantuvo unidad de color con el resto del catálogo diseñado. Las fuentes usadas fueron Frutiger y Bodoni.



2. En esta propuesta, se siguió usando la jerarquía tipográfica, la retícula columnar y se buscó agregarle movimiento a la diagramación al colocar las fotografías dejando espacios en blanco.



3. En esta variante, se le dio movimiento a la página al colocar el título de forma vertical. Se continuaron usando los mismos recursos gráficos. Se buscó otra combinación de color y tipografías. También se buscó una diagramación diferente para fotografías y textos.



Como sugerencia de los especialistas gráficos y del cliente se escogió la opción 1 por ser un diseño limpio, que facilita el recorrido visual y no fatiga la vista del lector. Además, mantiene la línea de diseño que se creó en el resto del catálogo, el uso del color y diagramación es adecuado y propone una buena jerarquía tipográfica y de la imagen.



3.4.6 BOCETAJE DIGITAL DE PÁGINAS INTERIORES



1) En esta opción se empleó la retícula de 2 columnas para ubicar fotografías y textos. Se usó una fotografía a gran tamaño para identificar, cada vez que se presenta, una sala del museo. Todo esto con el fin de lograr una diagramación limpia, que facilite la lectura del catálogo. Para mantener unidad en el diseño se continuó utilizando el recurso de fondo de estampilla postal, también los folios para identificar el catálogo, el área del museo y número de página.



2) En esta versión se propuso que el diseño fuera en páginas confrontadas utilizando una retícula modular, para ubicar las fotografías en diferentes tamaños y lograr que la diagramación fuera limpia para ayudar al lector a mantener un recorrido visual que sea dinámico y así evitar la monotonía. Se propuso que el fondo de las páginas fuera blanco, para no saturar el diseño.



3) Esta propuesta es una variante de la anterior, siempre en páginas confrontadas, utilizando la retícula modular para ubicar fotografías y evitar la monotonía visual. Se colocó un fondo negro con la textura de la estampilla postal que se creó para el resto del catálogo, esto con la finalidad de lograr que las fotografías pudieran destacar y hacer dinámica la diagramación.



4) En este boceto se estudió el uso de la retícula modular para ubicar fotografías y texto. Se estableció jerarquía visual por medio de la ubicación de fotografías de diferente proporción para lograr una lectura visual dinámica e integrar la información en la diagramación por medio de una pantalla blanca. Se identificó cada sala con una pantalla naranja y se continuó empleando la textura de estampilla postal para mantener la misma línea de diseño en el catálogo.

De acuerdo con la evaluación de estas piezas por parte de los diseñadores gráficos y del cliente, se determinó que las diferentes propuestas que se realizaron son útiles para el diseño de todo el catálogo fotográfico del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia. Por lo que se propuso utilizarlas con pequeñas variantes para enriquecer la línea de diseño que se ha venido trabajando.



En este capítulo se describe cómo se comprobó la eficacia de la propuesta gráfica para alcanzar los objetivos que se plantearon al inicio. Se detalla el procedimiento realizado a través de la técnica de la Encuesta para la comprobación de la eficacia de la pieza gráfica, el instrumento usado, el perfil del informante y los resultados obtenidos.

4.1 ENCUESTA

Para determinar la eficacia de la propuesta gráfica presentada en este proyecto de investigación comunicación se empleó la técnica de la encuesta.

A. Custodio (2008) afirma que “la encuesta es una técnica de adquisición de información mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. El encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de los que colaboran en la investigación. La encuesta, una vez confeccionado el cuestionario, no requiere de personal calificado a la hora de hacerla llegar al encuestado”.

Con la aplicación de la encuesta se busca recabar información de primera mano, en este caso, a través de las opiniones, observaciones y por medio de la boleta de encuesta.

4.2 INSTRUMENTO

Se utilizó como instrumento para el grupo objetivo la boleta de encuesta, la cual incluye la identificación de la investigación, el propósito de la encuesta y las instrucciones sobre cómo responder los cuestionamientos planteados en la boleta. En este caso se crearon preguntas del tipo semicerradas y preguntas cerradas en su mayoría para la rápida obtención de datos y un mejor análisis.

4.3 PERFIL DEL INFORMANTE

Edad: 18 a 50 años
Sexo: Masculino y femenino
Nacionalidad: Guatemalteca
Nivel Académico: Diversificado
Residencia: Ciudad capital y/o municipios circunvecinos.

4.4 VALIDACIÓN CON EL GRUPO OBJETIVO

Se programó una reunión con los estudiantes de Bachillerato del Colegio Mixto Belén, en la que se hizo una pequeña introducción para

explicar el objetivo de la investigación que se realizaría, se mostró la pieza gráfica por varios minutos para que pudieran observarla y leerla. Después se les entregó la boleta de encuesta. Al terminar esta fase, hubo un período para que expresaran sus opiniones en relación al proyecto gráfico observado.

También se colocó en el internet un archivo pdf de la pieza gráfica junto con un enlace para responder una encuesta digital, luego se distribuyó a través de una de las redes sociales para que pudiera ser observado y leído por el grupo objetivo y respondieran la encuesta. La propuesta gráfica y la encuesta estuvieron disponibles durante cinco días.

4.5 VALIDACIÓN CON GRUPO AFÍN

Como ya se indicó en el segundo nivel de graficación, se tuvo una reunión con los diseñadores gráficos: Evelyn Ramírez, Marvin López, Henry Estrada y Nery Arango, miembros del Departamento de Arte de Publicaciones. El propósito fue mostrar la propuesta gráfica elaborada para conocer sus opiniones con respecto a los elementos gráficos usados como el uso del color, tipografía, diagramación y otros elementos técnicos de diseño.

4.6 VALIDACIÓN CON EL CLIENTE

También se presentó la pieza gráfica al personal del Departamento de Filatelia de la Dirección General de Correos y Telégrafos, quienes manifestaron sus comentarios y sugerencias para que el material elaborado sea eficiente.

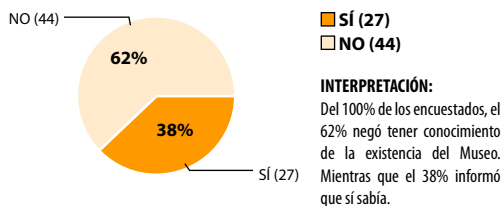
Los cambios y sugerencias de los especialistas y del cliente se anotaron en la segunda fase de graficación y se implementaron en la propuesta gráfica final.

4.7 TABULACIÓN Y RESULTADOS OBTENIDOS

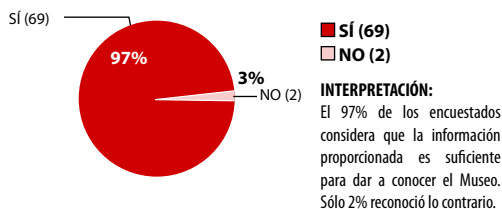
A continuación se presentan los resultados de la encuesta realizada con el grupo objetivo. Así como su respectivo análisis, todo lo cual ayudó a determinar la eficacia del catálogo realizado para el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia.



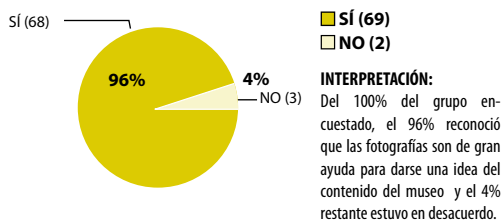
1. Antes de observar el catálogo, ¿tenía usted conocimiento de la existencia del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia?



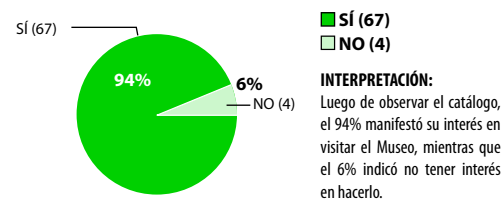
2. ¿Considera que es suficiente la información brindada en el catálogo para dar a conocer el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia?



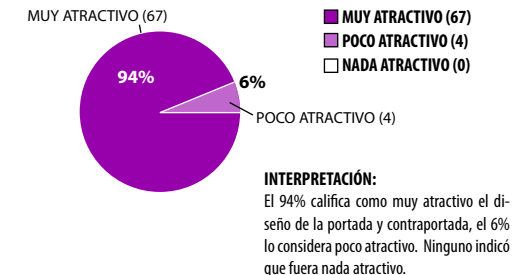
3. ¿Cree que el uso de fotografías le ayudan a tener una idea clara del contenido que presenta el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia?



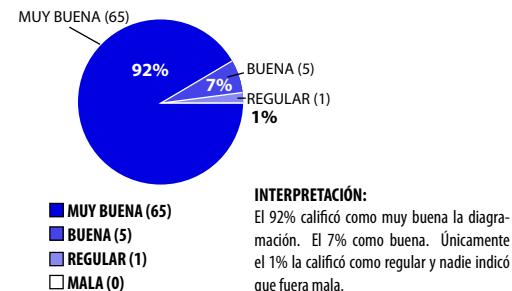
4. Después de observar el catálogo, ¿le interesaría visitar el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia?



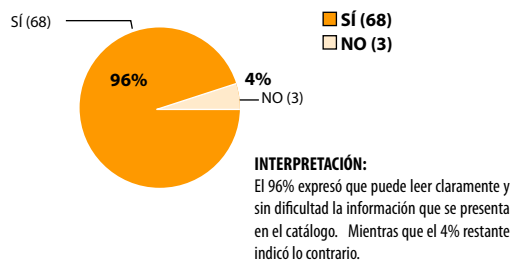
5. ¿Cómo considera el diseño de la portada y contraportada del catálogo?



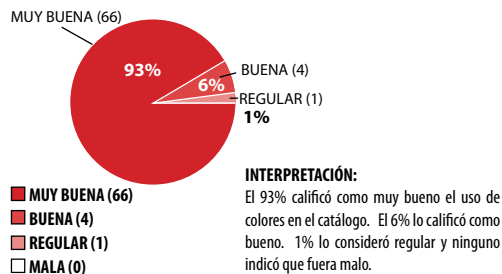
6. ¿Cómo califica la distribución de fotografías y textos utilizadas en el catálogo?



7. ¿Puede leer claramente y sin dificultad los textos que aparecen en el catálogo?

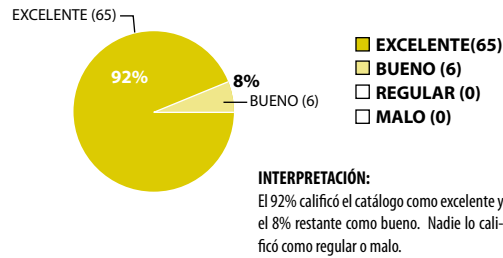


8. ¿Cómo califica la combinación de colores usados en el catálogo?

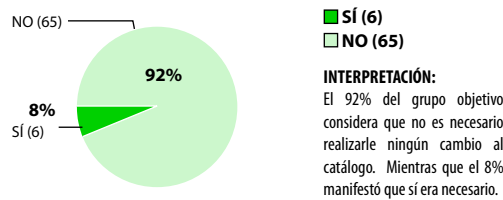




9. ¿Cómo le parece el material gráfico que ha observado?



10. ¿Considera necesario que se le haga algún cambio al catálogo que ha observado?



Si respondió SÍ, ¿qué cambios sugiere?
Si respondió NO, ¿por qué?

Aunque la mayoría indicó que no era necesario hacer algún ajuste en la pieza gráfica, entre las sugerencias de cambios se encuentran incluir una pequeña descripción de cada área del museo, colocar descripción de las fotografías o pie de fotos y mencionar la dirección y horarios de atención al público.

Las personas que expresaron que no era necesario realizar cambios mencionaron que la información es clara y concisa, que tiene suficiente material fotográfico para despertar el interés en visitar el museo; otros indican que les trajo recuerdos de cuando visitaban el correo para poner una carta, también expresan que si se incluyera más texto se volvería aburrido de leer.

4.8 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

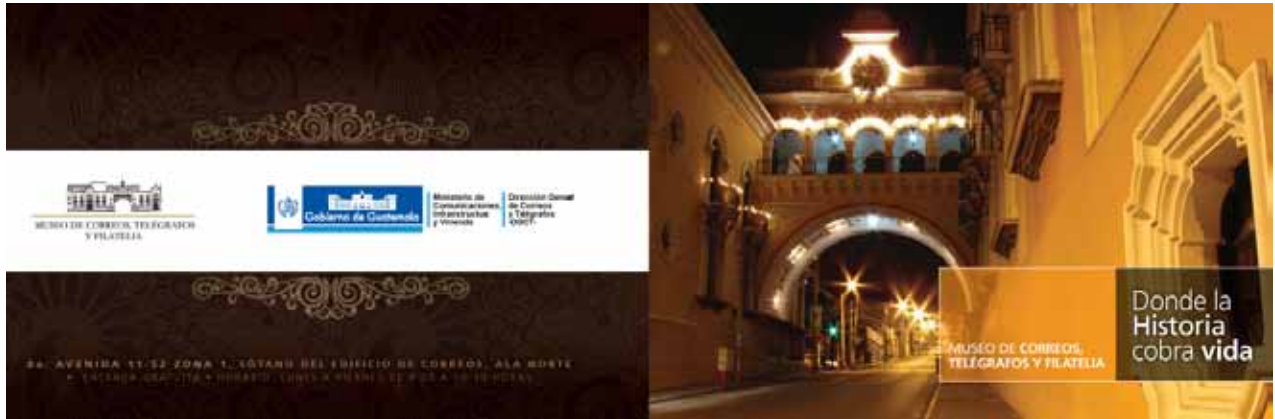
La tabulación e interpretación de los resultados obtenidos determinó lo siguiente:

- Un porcentaje considerable del grupo objetivo no tenía un conocimiento previo de la existencia del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia.
- Después de observar la pieza de diseño, el grupo objetivo manifestó interés en visitar el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia.
- La publicación del catálogo fotográfico contribuirá a aumentar la asistencia al Museo.
- El diseño y la funcionalidad del diseño de la pieza gráfica es adecuado para el grupo objetivo.
- Los colores, fotografías, tipografía y diagramación son adecuados porque a un alto porcentaje del grupo objetivo le parecieron aceptables.
- La información contenida en la pieza es suficiente para dar a conocer el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia.

Después de analizar los resultados obtenidos en la encuesta, se establece que el desarrollo del presente proyecto tiene un resultado positivo para contribuir en la divulgación del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia que desea entablar con su grupo objetivo.

Cabe señalar que a la propuesta se agregaron pie de fotos, pequeñas explicaciones de las salas y datos del museo, según las sugerencias que se obtuvieron al realizar la validación con el grupo objetivo.

Capítulo 4. Propuesta gráfica final





11. PÓSTAL



Rededor - Un escritorio con un escritorio de madera, un escritorio para el correo y un escritorio de escritorio.

MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA

12. PÓSTAL



Medallas - Medallas por la recepción del correo y telégrafos, en las Comarcas de Soloma y Sanarate.

MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA

13. PÓSTAL



MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA

Moledora de correspondencia - Es un molino para moler el correo. Se usaba en el momento de la recepción del correo y se usaba para moler el correo.

Presurizador - Es un molino para moler el correo. Se usaba en el momento de la recepción del correo y se usaba para moler el correo.

Dispositivo de correo electrónico - Dispositivo de correo electrónico.



SALA AGENCIA POSTAL

14. PÓSTAL



MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA

Moledora de correo - Es un molino para moler el correo. Se usaba en el momento de la recepción del correo y se usaba para moler el correo.

Moledora de correspondencia - Es un molino para moler el correo. Se usaba en el momento de la recepción del correo y se usaba para moler el correo.

15. PÓSTAL



Moledora de correo - Es un molino para moler el correo. Se usaba en el momento de la recepción del correo y se usaba para moler el correo.

Moledora de correo - Es un molino para moler el correo. Se usaba en el momento de la recepción del correo y se usaba para moler el correo.

MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA

16. PÓSTAL



MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA

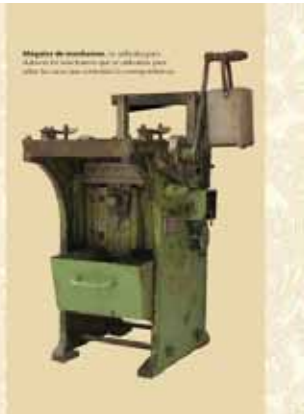
Moledora de correo - Es un molino para moler el correo. Se usaba en el momento de la recepción del correo y se usaba para moler el correo.

Moledora de correo - Es un molino para moler el correo. Se usaba en el momento de la recepción del correo y se usaba para moler el correo.



SALA CLASIFICACIÓN DE CORRESPONDENCIA

Es el lugar donde se clasifica el correo y se organiza para su distribución y entrega.



Sala
**TALLER DE
CONFECCIÓN**



Sala
**TALLER DE
IMPRESIÓN**





24 **COLECCIÓN ESPECIAL**

Módulo de tipo Góngolías. Es una estación de recepción de telegramas "con Góngolías" utilizada en Guatemala.

Preservadora de papel. Usada para conservar y preservar los documentos de la época.

Placa. Usada para el envío de telegramas y telegramas de emergencia.

25 **COLECCIÓN ESPECIAL**

SALA DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA

26 **COLECCIÓN ESPECIAL**

Maquina Telegráfica. Es un tipo de maquina de escritura de telegramas que se utilizaba en Guatemala.

Maquina de escribir. Usada para escribir telegramas y cartas.

27 **COLECCIÓN ESPECIAL**

SALA DE TELECOMUNICACIONES

En esta sala se puede apreciar la evolución del teléfono, maquina de escribir, telegrafía, sumadoras, telégrafos y planta telefónica.

28 **COLECCIÓN ESPECIAL**

29 **COLECCIÓN ESPECIAL**

30 **COLECCIÓN ESPECIAL**

31 **COLECCIÓN ESPECIAL**

32 **COLECCIÓN ESPECIAL**

33 **COLECCIÓN ESPECIAL**

34 **COLECCIÓN ESPECIAL**

35 **COLECCIÓN ESPECIAL**

36 **COLECCIÓN ESPECIAL**

37 **COLECCIÓN ESPECIAL**

38 **COLECCIÓN ESPECIAL**

39 **COLECCIÓN ESPECIAL**

40 **COLECCIÓN ESPECIAL**

41 **COLECCIÓN ESPECIAL**

42 **COLECCIÓN ESPECIAL**

43 **COLECCIÓN ESPECIAL**

44 **COLECCIÓN ESPECIAL**

45 **COLECCIÓN ESPECIAL**

46 **COLECCIÓN ESPECIAL**

47 **COLECCIÓN ESPECIAL**

48 **COLECCIÓN ESPECIAL**

49 **COLECCIÓN ESPECIAL**

50 **COLECCIÓN ESPECIAL**

51 **COLECCIÓN ESPECIAL**

52 **COLECCIÓN ESPECIAL**

53 **COLECCIÓN ESPECIAL**

54 **COLECCIÓN ESPECIAL**

55 **COLECCIÓN ESPECIAL**

56 **COLECCIÓN ESPECIAL**

57 **COLECCIÓN ESPECIAL**

58 **COLECCIÓN ESPECIAL**

59 **COLECCIÓN ESPECIAL**

60 **COLECCIÓN ESPECIAL**

61 **COLECCIÓN ESPECIAL**

62 **COLECCIÓN ESPECIAL**

63 **COLECCIÓN ESPECIAL**

64 **COLECCIÓN ESPECIAL**

65 **COLECCIÓN ESPECIAL**

66 **COLECCIÓN ESPECIAL**

67 **COLECCIÓN ESPECIAL**

68 **COLECCIÓN ESPECIAL**

69 **COLECCIÓN ESPECIAL**

70 **COLECCIÓN ESPECIAL**

71 **COLECCIÓN ESPECIAL**

72 **COLECCIÓN ESPECIAL**

73 **COLECCIÓN ESPECIAL**

74 **COLECCIÓN ESPECIAL**

75 **COLECCIÓN ESPECIAL**

76 **COLECCIÓN ESPECIAL**

77 **COLECCIÓN ESPECIAL**

78 **COLECCIÓN ESPECIAL**

79 **COLECCIÓN ESPECIAL**

80 **COLECCIÓN ESPECIAL**

81 **COLECCIÓN ESPECIAL**

82 **COLECCIÓN ESPECIAL**

83 **COLECCIÓN ESPECIAL**

84 **COLECCIÓN ESPECIAL**

85 **COLECCIÓN ESPECIAL**

86 **COLECCIÓN ESPECIAL**

87 **COLECCIÓN ESPECIAL**

88 **COLECCIÓN ESPECIAL**

89 **COLECCIÓN ESPECIAL**

90 **COLECCIÓN ESPECIAL**

91 **COLECCIÓN ESPECIAL**

92 **COLECCIÓN ESPECIAL**

93 **COLECCIÓN ESPECIAL**

94 **COLECCIÓN ESPECIAL**

95 **COLECCIÓN ESPECIAL**

96 **COLECCIÓN ESPECIAL**

97 **COLECCIÓN ESPECIAL**

98 **COLECCIÓN ESPECIAL**

99 **COLECCIÓN ESPECIAL**

100 **COLECCIÓN ESPECIAL**



32 Sala de Escalas, Telégrafos y Filatelia

33 Sala de Escalas, Telégrafos y Filatelia



34 Sala de Escalas, Telégrafos y Filatelia

Sala de OFICINA DE TRADUCCIÓN

Esta habitación para que el taller postal de la institución tradujera el español al guatemalteco con precisión y agilidad de la escritura en otro idioma.



36 Sala de Escalas, Telégrafos y Filatelia

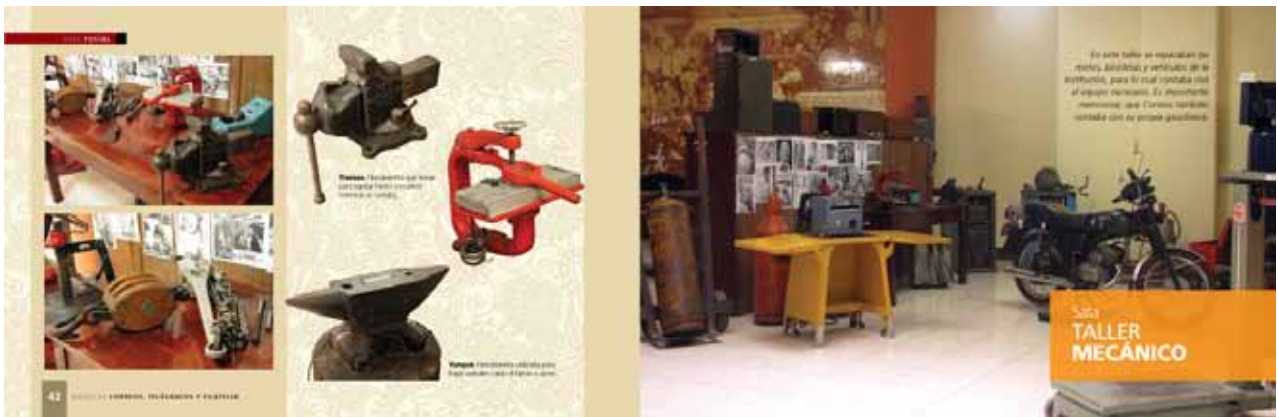
37 Sala de Escalas, Telégrafos y Filatelia



38 Sala de Escalas, Telégrafos y Filatelia

Sala de VEHÍCULOS

En esta sala se muestran los tipos de transporte que utilizaban para recibir la correspondencia y mensajes telegráficos.





04 MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA

El primer telegrafo en tierra del hemisferio español. Fue con el nombre de "Cable de Cádiz" instalado en 1850, al año de la creación del primer mensaje por telegrafo, cuando se firmó el primer convenio con Francia en la historia de la comunicación humana.

El telegrafo llegó a Guatemala durante el Periodo Conservador y se hizo realidad histórica el 15 de octubre de 1873, fecha del primer mensaje telegrafico, integrado en la ciudad capital y después hacia la provincia de Escuintla. La historia del telegrafo nacional llega a su término a partir de 1988.

En el museo hay varios telegrafos y radiotelegrafos. Cuenta con dos módulos que permiten al visitante con completo placer conocer acerca, comprender e interactuar con este sistema de comunicación.



MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA



Sala TELEGRÁFICA



MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA



MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA



MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA



MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA



MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA



MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA



Sala CÉLADORES DE LÍNEA



14 **MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA**



17 **MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA**



18 **MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA**



19 **SALA PELUQUERÍA Y DORMITORIO**



20 **MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA**



ÁREA Filatélica

MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA



Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española Filatelia es el arte que trata del coleccionismo de los sellos de Correo. En general, se refiere a todo aquello que se relaciona con la afición a coleccionar sellos o cualquier otra clase de piezas postales.

La palabra Filatelia viene del griego φίλος, que significa amor y estudio y φίλιον, Familiares. En consecuencia Filatelia significa Amor al estudio de todo lo que se relaciona con el tiempo.

La Filatelia aparece en el mundo cuando se emite el primer sello postal adhesion al 6 de Mayo de 1840, en Inglaterra.

En Guatemala sale a circulación la primera emisión de sellos postales adhesion el 1 de Mayo de 1851.

En esta área se espera una colección Adhensiva de Filatelia que se dirige a aquellas personas que quieren iniciar en el coleccionismo de sellos. La colección que sigue un orden cronológico comienza con la profanación, comienza con los primeros sellos de Guatemala, y presenta una pequeña muestra de los sellos de nuestro país más recientes. Se a continúan también las emisiones filatelia, utilizadas en el coleccionismo.

64 Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia



Sala FILATÉLICA



64 Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia



67 Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia



68 Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia



69 Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia



70 Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia

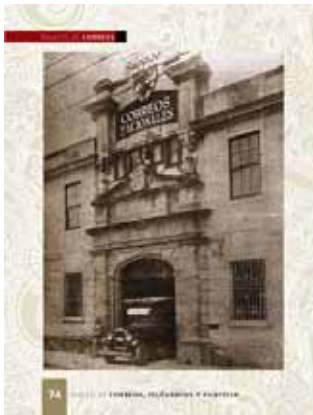


71 Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia



PALACIO DE Correos

MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA



74 MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA

Antes de la segunda década del siglo veinte (año), la construcción en esta capital de un edificio apropiado para los oficios de Comunicaciones se había hecho necesario en virtud del desarrollo que los servicios iban adquiriendo.

A raíz de los acuerdos que desahucian la capital de Guatemala, el Gobierno de la República dispuso en 1919 emitir un llamado público con el objeto de seleccionar la obra al edificio de correo, correo-telegráfico, postal y telegráfico, también el edificio del telégrafo.

Se refiere del 14 de septiembre de 1920, un grupo de obreros guatemaltecos, a los señores Sotomayor de la 12 calle número 415000 en la 7ª Avenida Sur y la Calle Avenida, un arquitecto que emitió el plan para una oficina que terminada. Desde esa día comenzaron de obreros iniciar una obra artística, cumpliendo los deberes y tareas de estos edificios para iniciar la construcción de edificios modernos y cómodos que modernizar uno de los edificios más bellos y monumentales de América.



75 MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA

Los estudios de construcción estuvieron a cargo de la Secretaría Nacional bajo las directas instrucciones del Presidente de la República, General Jorge Ubico y el Teniente Nacional General Gustavo Wir Ospina.

A los cuatro meses se otorgó la licitación de los planos de planos y de comunicaciones. La obra de los servicios que en el edificio, en construcción por haberse completado con la obra administrativa.

Para la construcción del Palacio de Comunicaciones, fue necesario la compra de varias casas señoriales, a efectos de aprovechar al máximo todo el espacio disponible para el edificio, con la finalidad de tener una obra de máxima comodidad y las óptimas dependencias. Tuvo este fin con una inversión de 6,000 00 mil pesos guatemaltecos, localizándose en la 12 calle entre 7ª y 8ª Avenida de la zona sur, con un valor actual de Q. 154,570.00.

En la 11 de noviembre de 1920 y en la 70-2011, como uno de los hitos más importantes, al cumplirse del primer trimestre de la República, General de Ubico don Jorge Ubico, se inauguró el primer día de los trabajos de construcción del Palacio de Comunicaciones, a los 2 años y 6 meses de iniciado.

El país del tiempo ha contribuido a evidenciar la importancia que este edificio tiene como parte de la riqueza arquitectónica del Centro Americano, pero no fue sino hasta el 5 de noviembre de 1981 que se puso de manifiesto el gran valor que posee, declarándolo Monumento Nacional por Acuerdo Ministerial número 823. Posteriormente el 13 de agosto de 1988 fue elevado en el listado de monumentos construidos como patrimonio Cultural de la Nación por Acuerdo Ministerial número 329-88.

El edificio del edificio fue el arquitecto y ingeniero Rafael Ferrer de León, en sus entonces el diseñador del General Ubico.

El estilo del edificio es neoclásico porque tiene la herencia cultural con reminiscencias de elementos y construcción porque se utilizó el concreto.

76 MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA



77 MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA



78 MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA



79 MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA

En este apartado se desarrolló la fundamentación del catálogo fotográfico realizado para el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia de la ciudad de Guatemala, el cual se elaboró tomando como base el concepto creativo “Donde la historia cobra vida”.

4.9 PORTADA Y CONTRAPORTADA



Para el diseño de la portada y contraportada del catálogo se tomaron en consideración los siguientes elementos de diseño:

4.9.1. FOTOGRAFÍA: Se utilizó una fotografía del Edificio de Correos, por considerar que es un icono con el cual la población guatemalteca está identificada y le resultara fácil relacionar la temática del Museo. Se eligió una fotografía nocturna para lograr vincularla mejor con el concepto creativo. Se decidió utilizarla volada porque así es más impactante y parece más grande que si tuviera márgenes.

4.9.2. COLOR: Como el edificio se encuentra pintado con colores cálidos, se decidió mantener esa gama de color en el diseño del catálogo debido a que esta gama da la sensación de actividad, alegría, dinamismo, confianza y amistad, lo cual refuerza el concepto creativo.

4.9.3. TIPOGRAFÍA: Se empleó la familia Frutiger en sus diferentes estilos. Se hizo de esta manera porque es una fuente sencilla y sin remates, de un tamaño adecuado para permitir la lectura y porque imprime a la publicación un toque moderno, innovador y elegante.

4.9.4. TITULAR: Se usó como titular la frase que se generó en el concepto creativo. Se colocó en una posición estratégica y se escribió en altas y bajas porque es más fácil su lectura. Se integró a la fotografía al incluirlo en invertido.

4.9.5. JERARQUÍA: Se estableció la jerarquía visual al colocar la fotografía del Edificio de Correos a gran tamaño, para que la vista se dirija hacia la parte iluminada y de ese punto parte el recorrido visual en la portada. La jerarquía tipográfica se logró al escribir el titular en altas y bajas, destacando en negrillas algunas palabras del mismo. Mientras que el nombre del museo se escribió en altas en un tamaño más pequeño.

En la contraportada se colocaron los logotipos del Museo y del Gobierno en un cintillo blanco para que pudieran destacar y que el grupo objetivo los identificara fácilmente.

4.9.6. LOGOTIPOS: Se usaron los logotipos del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia; y el logotipo del Gobierno de la República. Se colocaron a un tamaño moderado.

4.9.7. FONDOS Y OTROS ELEMENTOS GRÁFICOS: Para transmitir al grupo objetivo la temática del museo se creó un fondo similar a las texturas que se usan en las estampillas postales, junto con otros detalles ornamentales que logran el efecto deseado, sin llegar a parecer un diseño antiguo.

4.9.8. DIAGRAMACIÓN: Debido a que cubre un grupo objetivo muy amplio, se logró que la diagramación fuera limpia, ordenada, atractiva, dinámica y elegante.



4.10 PÁGINAS DE CONTENIDO Y PRESENTACIÓN



El diseño de las páginas que corresponden al Índice o Contenido y la Presentación se realizó según los siguientes criterios de diseño:

4.10.1. RETÍCULA: Para ambas páginas se empleó una retícula de 3 columnas, con un medianil de 0.20 pulgadas. En el caso de la página de Presentación se dejó una columna en blanco y suficiente espacio en blanco en el titular, para que funcionaran como descansadores visuales, que ayudarán a realizar una lectura agradable del documento. Estos mismos descansadores se usaron en la página del Índice.

4.10.2. TIPOGRAFÍA: Para guardar unidad con la portada se usó la fuente Frutiger, porque como ya se anotó, facilita la lectura y es un fuente que añade a la pieza un toque moderno, innovador y elegante. También se usó para los números de página la fuente Bodoni por considerarse elegante y fácil de leer.

4.10.3. COLOR: Aunque, como ya se señaló, en el desarrollo del catálogo se usaron colores cálidos, en estas páginas se recurrió a la utilización de colores fríos, que son un buen complemento de los cálidos, y que añaden elegancia y dinamismo. Los colores fríos que se utilizaron son sepías, grises, celestes.

4.10.4. EPÍGRAFE: Se hizo uso de este recurso para colocar el párrafo introductorio en la página de Presentación. Se colocó fuera de la columna para romper la retícula y lograr dinamismo en el diseño de esta página.

4.10.5. CAPITULAR: Se colocó con fines estéticos y para que el lector supiera dónde inicia el párrafo.

4.10.6. FOLIOS: Se colocaron en el extremo inferior derecho o izquierdo, dependiendo la página, para mantener la identificación del Museo de Correos en la mente del lector. También en un recuadro invertido va la numeración de página.

4.10.7. JERARQUÍA: La jerarquía visual se logró al diagramar las imágenes según la retícula columnar, pero dejando espacios en blanco para obligar al ojo a realizar el recorrido visual, debido a los diferentes tamaños utilizados.

La jerarquía tipográfica se logró al escribir los titulares en altas, para determinar el punto desde donde se debe iniciar la lectura. En el caso de la página de contenido, los números de página determinan el siguiente orden en la jerarquía, al destacarlos en un tamaño más grande y en otro color, para luego leer el contenido que se encuentra en esa página específica.

En relación a la página de Presentación, la jerarquía se logró por medio de alternar la justificación en bandera hacia la izquierda y a la derecha para que la lectura fuera dinámica. También porque el epígrafe se escribió con la fuente Bodoni y en un punto más grande que el resto del cuerpo de texto.

4.10.8. FOTOGRAFÍAS: En la página de contenido se usaron fotografías que se tomaron de la colección del museo, para que el lector pudiera hacerse una idea de lo que puede encontrar en el número de página que la acompaña. Se tomaron en diferentes planos para que contribuyeran a lograr movimiento y dinamismo en el diseño de la página en general.



4.11 IDENTIFICACIÓN DE CAPÍTULOS



Las páginas que identifican los cuatro capítulos del catálogo fotográfico del museo se diseñaron tomando en cuenta los siguientes criterios gráficos:

4.11.1 FOTOGRAFÍA: Se utilizó una fotografía de una sala del museo que representara el área a la que pertenece y que al público le resulta fácil identificar. Se decidió utilizarla volada para hacerla parecer más grande y así provocar un impacto visual en el lector. Debido a que se utilizaron páginas confrontadas para estas páginas, la imagen se colocó en una buena parte de la otra página, para romper la retícula y generar movimiento.

4.11.2. COLOR: En estas páginas se utilizaron colores sepías, que pertenecen a la gama de los fríos, como complemento de los cálidos, debido a que le añaden elegancia y dinamismo al catálogo.

4.11.3. JERARQUÍA: La jerarquía tipográfica se logró al escribir la palabra "área" con la fuente Frutiger en altas y en light invertida. El nombre del área se escribió invertido en Bodoni en altas y bajas, en un tamaño mucho mayor. Se hizo así para atraer la vista del lector hacia esta parte de la página y que luego se dirigiera hacia la fotografía para completar el recorrido visual, logrando que fuera una experiencia visual agradable. Al pie se colocó en altas, el nombre del museo, resaltando con negrillas la temática que aborda.

La jerarquía de la imagen se obtuvo colocando a gran tamaño la fotografía y dejando espacios vacíos como descansadores visuales, también se logró al romper retícula y permitir que los nombres demasiado largos se introdujeran en parte de la fotografía.

4.11.4 FONDO: Se continuó usando una textura similar a las de las estampillas postales, para que el grupo objetivo mantenga presente la temática del Museo.

4.11.5 OPACIDAD: Para el titular se utilizó una pastilla en color sepia en opacidad, que permitiera que se trasluciera el detalle ornamental del fondo.



4.12 IDENTIFICACIÓN DE SALAS

Para las páginas que identifican las diferentes salas del Museo se utilizaron los mismos recursos gráficos, es decir, se colocó en la página derecha una fotografía representativa de cada sala a gran tamaño y volada; esto debido a que el ojo es atraído hacia esa página durante la lectura.

Se empleó un recuadro naranja en opacidad, para colocar el nombre de la sala. Se escribió con la fuente Frutiger en invertido. La palabra "sala" en bajas y light. El nombre de la sala en altas y en bold para generar jerarquía tipográfica.

También se incluyó un epígrafe que resume el contenido de la sala y en algunos casos lo que sucedía en esa área.



4.13 PÁGINAS INTERIORES: En seguida se describen los elementos gráficos que intervinieron en la diagramación de las diferentes páginas interiores del catálogo.

Se mantuvieron las mismas características en cuanto a color, tipografías, folios, fotografías, etc., que se expusieron previamente.

4.13.1 RETÍCULA COLUMNAR: Para las páginas que llevan texto se utilizó una retícula de tres columnas, con un medianil de 0.25 pulgadas. Las fotografías se ubicaron en dos columnas y el texto en una, como se puede apreciar en el ejemplo de abajo:



Se utilizaron también opacidades en la columna que corresponde al texto, para facilitar la lectura.

4.13.2 RETÍCULA MODULAR: En las páginas con contenido fotográfico se empleó la retícula modular. En el caso que se usa como ejemplo, se muestra una retícula de 6 módulos que sirvió para la ubicación de las fotografías. En ocasiones se utilizan las fotos del tamaño de un módulo y en otras se utilizan 2 o más.



4.13.3 JERARQUÍA VISUAL: La utilización de la retícula modular facilitó la jerarquía visual en la diagramación, pues se alternó en los módulos el tamaño de las fotografías, para que el recorrido visual de la pieza fuera dinámico y no estático, obligando al grupo objetivo a desplazarse agradablemente por las páginas y así apreciar todas las imágenes del contenido del Museo.

También se logró, al alternar fondos blancos que funcionan como descansadores visuales y en otros casos, se colocaron fondos negros que, combinados con la gama de colores refuerzan la elegancia y dinamismo al diseño, sin llegar a desarrollar un diseño demasiado formal.

4.13.4 FOLIOS: Adicional a los folios que identifican el número de página y el nombre del museo, en la cabeza de las páginas interiores, se utiliza otro con el nombre del área del museo a la que corresponde la sala que se presenta. Se usaron colores cálidos.

Como ya se demostró, es primordial la divulgación de la labor cultural e histórica del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia. Para contribuir a lograrlo, se ofrecen los siguientes lineamientos para la reproducción final del catálogo fotográfico diseñado para el Museo.

PLAN DE MEDIOS

- Se dará un ejemplar gratuito del catálogo fotográfico a todas las personas interesadas que visiten el Museo y que así lo soliciten.
- Se distribuirá un ejemplar gratuito a los directores de los diferentes centros educativos de nivel primario y secundario del área metropolitana, para motivarlos a que visiten con sus alumnos el Museo.
- Se enviará un ejemplar a las diferentes bibliotecas públicas y privadas, para que el público interesado también pueda acceder a la información de esta manera.
- Se colocará en el portal web de la Dirección General de Correos y Telégrafos la versión digital, en formato PDF, del catálogo fotográfico, para que cualquier persona interesada pueda descargarlo a su computadora y desde ahí consultarlo.

DURACIÓN Y FRECUENCIA

- La duración de la publicación y distribución del catálogo fotográfico se estima que sea de un año, para cubrir al grupo objetivo del museo.
- Debido a la riqueza de la información gráfica y textual que contiene el catálogo fotográfico, puede ser de mucha utilidad como fuente de referencia para investigadores y público en general. Quedará para que en la posteridad pueda ser consultado en cualquier momento.
- Se sugiere que, dependiendo de la demanda por parte del grupo objetivo y de los fondos disponibles, se publiquen varias ediciones del catálogo.

ESPECIFICACIONES

- Libro de 84 páginas, tamaño 8.5" x 5.5", con lomo, impreso a full color, tiro y retiro.
- Páginas interiores impresas en papel couché, calibre 80.
- Portada y contraportada, en Husky, calibre 10 o 12. Barniz UV en el exterior.

COSTO DE REPRODUCCIÓN

Para la reproducción litográfica, según las especificaciones dadas, se cotizó en Impresos Omega el tiraje inicial de 5,000 y 10,000 unidades.

- 5,000 unidades
(Q12 por unidad)Q60,000.00
- 10,000 unidades
(Q10 por unidad)Q100,000.00

Para la producción de este material, se entregará a la litografía el nativo del archivo de Indesign en el que se elaboró el catálogo, junto con las fuentes tipográficas y fotografías utilizadas para obtener un resultado de buena calidad en la impresión final.

COSTO DE DISEÑO

En seguida se da a conocer el costo aproximado que se maneja en el mercado para el diseño de un catálogo fotográfico, con las características del elaborado para el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia.

- Sesión fotográfica
(500 fotografías).....Q 5,000.00
- Diseño y diagramación
(80 páginas interiores)
Q100 cada unaQ 8,000.00
- Diseño de portada y
contraportada interior
y exteriorQ 2,000.00
- TOTAL.....**Q15,000.00**

Aunque este es el costo real, todo el proceso de diseño se donó, como colaboración para el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia. Se entregó la versión nativa del archivo digital del catálogo fotográfico realizado, para que pueda ser enviado a la litografía para su reproducción. También se entregó un dummie de la pieza gráfica, para que sirva de guía durante la reproducción litográfica.



CONCLUSIONES

Al finalizar el presente proyecto de graduación se alcanzaron las siguientes conclusiones:

- La participación de un diseñador gráfico es fundamental en la divulgación del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia, para generar materiales gráficos adecuados que permitan que la población conozca el Museo y sus funciones.
- El catálogo fotográfico constituye una herramienta importante de comunicación para el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia, porque le brinda al grupo objetivo la información necesaria sobre la temática que aborda.
- Este proyecto permite que el lector pueda tener una experiencia vivencial del Museo sin haberlo visitado o bien, recrear esa misma experiencia en las personas que ya lo han frecuentado.
- La publicación del catálogo fotográfico contribuye a despertar el interés de la población guatemalteca, para que un número mayor de personas visite el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia.
- El catálogo fotográfico es producto de una serie de etapas basadas en la investigación, análisis y planificación, que guiaron el proceso creativo para obtener una pieza funcional para el grupo objetivo.
- El material gráfico elaborado en este proyecto es apto para usarse con el grupo objetivo, porque fue analizado y aceptado por la mayoría de los encuestados.

RECOMENDACIONES

Tomando como referencia la experiencia vivida durante el desarrollo de este proyecto, el diseñador gráfico recomienda:

- Como parte de futuros proyectos de graduación de otras especialidades, es posible realizar la debida catalogación —siguiendo los criterios académicos adecuados— de los objetos que integran la colección del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia, para que, de esta manera, se enriquezca la pieza gráfica propuesta.
- A la Escuela de Diseño Gráfico, apoyar al Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia, para realizar otros proyectos gráficos, tales como la señalización, la elaboración de cédulas informativas, campañas de divulgación, elaboración de la página web, infografías, desarrollo de juegos educativos, material educativo para niños, etc., que ayudarán a esta institución a cumplir con la labor cultural e histórica que desarrolla en nuestro país.
- Que las autoridades de la Dirección de Correos y Telégrafos, a través del Departamento de Filatelia, den continuidad a la publicación del catálogo fotográfico, para que se reproduzca muchas veces y así se cumplan los objetivos que guiaron su creación.

LIBROS

1. Desvallées, A. y Mairesse, F. (2010). *Conceptos claves de museología*. (1a. Ed.) París: Armand Collin.
2. Dirección General de Correos y Telégrafos (2011). *Historia del correo en Guatemala*. (1a. Ed.) Guatemala: Dirección General de Correos y Telégrafos de Guatemala.
3. Dirección General de Correos y Telégrafos (2011). *Historia de la telegrafía y la radiotelegrafía en Guatemala*. (1a. Ed.) Guatemala: Dirección General de Correos y Telégrafos de Guatemala.
4. Dirección General de Correos y Telégrafos (2011). *La filatelia en Guatemala 1871-2011*. (1a. Ed.) Guatemala: Dirección General de Correos y Telégrafos de Guatemala.
5. Martínez, J.; Sequeira, Martínez, L.; y Morales, B. (2009) *La recuperación de la memoria histórica y sus dilemas*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.

REVISTAS

1. Ochoa, L. (2008) Los museos, espacios para la educación de personas jóvenes y adultas. *Decisio: Los museos en la educación de personas jóvenes y adultas*, 20, 3-13.

TESIS

1. Apablaza, V. (2005) *Sistema de comunicación visual para el Museo Arqueológico Tagua Tagua*. Tesis para optar al título profesional de Diseñador Gráfico, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Escuela de Diseño, Universidad de Chile, Santiago, Chile.
2. Aqueche, A. (2003) *Museo de Innovación Tecnológica*. Tesis para optar al título profesional de Arquitecta, Facultad de Arquitectura, Universidad Francisco Marroquín, Guatemala.
3. Asabá, O. (2003) *Historia del Telégrafo en Guatemala y la participación del Telegrafista en su funcionamiento, 1873-1945*. Tesis para optar al título de Licenciado en Historia, Escuela de Historia, Universidad de San Carlos, Guatemala.
4. Paiz J. y Muñoz, C. (1995) *Desconcentración de los servicios de correos y telégrafos área*

metropolitana. Tesis para optar al título de Arquitecto, Facultad de Arquitectura, Universidad de San Carlos, Guatemala.

5. Rodríguez, L. (2005) *Intervención del diseño gráfico en la propuesta museográfica del Museo Municipal Juan Pablo II, Puerto Montt*. Tesis para optar al título profesional de Diseñador Gráfico, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Escuela de Diseño, Universidad de Chile, Santiago, Chile.

ARTICULOS ELECTRÓNICOS DE INTERNET

1. America: metropolitan areas (s.f.) Recuperado el 12 de agosto de 2012 de <http://world-gazetteer.com/wg.php?x=&men=gcis&lng=en&des=wg&geo=-2&srt=plan&col=adhoq&msz=1500&va=&pt=a>
2. Consejos (s.f.) Recuperado el 18 de abril de 2012 de <http://www.catalogue-designers.com/Consejos-Diseno-Catalogos.aspx>
3. Custodio Ruiz, Angela (2008) Métodos y técnicas, recuperado el 11 de septiembre de 2012 de <http://www.gestiopolis.com/economia/tecnicas-y-metodos-de-investigacion.htm>
4. Definición de museo (s.f.) Recuperado el 18 de abril de 2012 de <http://icom.museum/quienes-somos/la-vision/definicion-del-museo/L/1.html>
5. Historia de los museos (s.f.) Recuperado el 18 de abril de 2012 de <http://www.museosdeguatemala.org/historiadelosmuseos.html>
6. Museo Postal, Telegráfico y Filatélico (s.f.) Recuperado el 18 de abril de 2012 de <http://www.correosytelegrafos.gob.gt/Museo.htm>
7. Silberleib, N. (s.f.) Catálogos de arte: la gestión editorial de los museos. Recuperado el 18 de abril de 2012 de http://gestioncultural.wikia.com/wiki/Cat%C3%A1logos_de_arte:_la_gesti%C3%B3n_editorial_de_los_museos

PONENCIAS

1. Sánchez, S. y Lacasta, P. (2009), mayo). *Museos e imagen gráfica*. Ponencia presentada en la III Jornada de Formación Museológica: Comunicando el Museo. Realizada en el Ministerio de Cultura, Madrid, España.



TÉCNICA CREATIVA

Para generar el concepto creativo en el que se basa este proyecto de graduación se utilizó la técnica creativa conocida como “Lluvia de ideas”. En seguida se describe el proceso que tuvo lugar en el desarrollo de esta técnica:

LLUVIA DE IDEAS

Se escribieron todas las palabras que podrían tener relación con el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia:

Herencia	Trascendencia
Investigación	Legado
Historia	Cambio
Vivencia	Interacción
Origen	Conocimiento
Información	Comunicación
Mensajes	Tiempo
Antigüedad	Memoria
Recuerdos	Objetos
Exposición	Exhibición
Muestra	Presentación
Colección	Nostalgia
Añoranza	Remembranza
Patrimonio	Cultura
Educación	Pedagógico
Didáctico	Educativo
Instructivo	Experiencia
Tocar	Recorrido
Visita	Bienes
Muebles	Máquinas
Ambientes	Cartas
Telegramas	Sobres
Cartero	Telegrafistas
Inmediato	Destino
Formularios	Traductores
Balanzas	Electricidad
Bicicletas	Motocicletas
Caminar	Testimonio
Evidencia	Hechos
Acontecimientos	Sellos
Pasatiempo	Aprendizaje
Edificio	Pasado
Revivir	Recrear
Buzón	Evolución
Encomiendas	Descubrir
Envíos	Proceso
Vida	Tecnología
Servicio	Disfrutar
Distancia	Sociedad
Vitrinas	Tesoro
Taller	Álbum

Catálogo

Enumerar
Restaurar
Mundo
Estudiantes
Padres
Niños
Dirección

Clasificar

Conservar
Aventura
Galería
Familias
Jóvenes
Huellas
Pasos

15 FRASES

De la lluvia de ideas surgieron las siguientes frases que podrían ser útiles para generar el concepto creativo.

1. Mensajes a través del tiempo
2. Revive la historia
3. El pasado cobra vida
4. Aventura de la comunicación
5. Interactúa con el pasado
6. Diviértete y aprende
7. Evolución de las comunicaciones
8. Un viaje por el mundo del correo
9. El museo más vivo de la ciudad
10. Huellas del correo en la historia
11. Cartas que evocan recuerdos
12. Prohibido no tocar
13. Un legado que trasciende
14. Descubre nuestro valioso patrimonio
15. Un viaje al pasado

5 FRASES

De las anteriores, se eligieron las que a criterio del diseñador son las 5 mejores:

1. Revive la historia
2. El pasado cobra vida
3. Interactúa con el pasado
4. El museo más vivo de la ciudad
5. Un viaje al pasado

FRASE FINAL

De estas 5 frases, surgió la frase final para el concepto creativo, quedando así:

Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia
“Donde la historia cobra vida”

BOLETA DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO



DISEÑO EDITORIAL PARA LA DIVULGACIÓN DEL MUSEO DE CORREOS, TELÉGRAFOS Y FILATELIA DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

INSTRUCCIONES: A continuación se le presenta una serie de preguntas para ayudar a determinar la eficacia del catálogo fotográfico diseñado para el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia. Por favor observe el catálogo y luego marque con una "X" la respuesta que considere apropiada. Muchas gracias por su participación.

Sexo: Masculino Femenino

Edad: _____

1. Antes de observar el catálogo, ¿tenía usted conocimiento de la existencia del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia?

SÍ NO

7. ¿Cómo califica la distribución de fotografías y textos utilizadas en el catálogo?

MUY BUENA BUENA REGULAR MALA

2. ¿Considera que es suficiente la información brindada en el catálogo para dar a conocer el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia?

SÍ NO

8. ¿Puede leer claramente y sin dificultad los textos que aparecen en el catálogo?

SÍ NO

3. Después de observar el catálogo, ¿le interesaría visitar el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia?

SÍ NO

9. ¿Cómo califica la combinación de colores usados en el catálogo?

MUY BUENA BUENA REGULAR MALA

4. ¿Cree que el uso de fotografías le ayudan a tener una idea clara del contenido que presenta el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia?

SÍ NO

10. ¿Cómo le parece el material gráfico que ha observado?

EXCELENTE BUENO REGULAR MALA

5. ¿Después de observar el catálogo, ¿le interesaría visitar el Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia?

SÍ NO

11. ¿Considera necesario que se le haga algún cambio al catálogo que ha observado?

SÍ NO

Si respondió SÍ, ¿qué cambios sugiere?
Si respondió NO, ¿por qué?

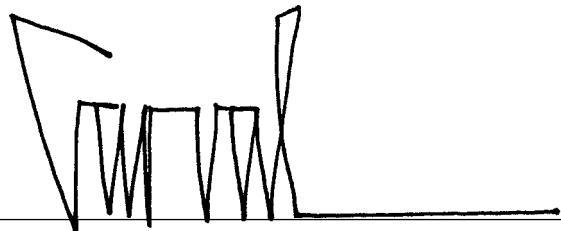
6. ¿Cómo considera el diseño de la portada del catálogo?

MUY ATRACTIVO POCO ATRACTIVO NADA ATRACTIVO

Diseño Editorial para la divulgación del Museo de Correos, Telégrafos y Filatelia de la ciudad de Guatemala

IMPRÍMASE


"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO



Lic. Ana María Saavedra López
ASESORA



D.G. Jairo Amadeo Choché Hernández
SUSTENTANTE