



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

# Nuestra *H i s t o r i a* en Imágenes

*Cinemateca Universitaria "Enrique Torres"  
Divulgación y Restauración del  
Patrimonio Cinematográfico Guatemalteco*

*Presentado por:  
Adler Adenauer Alvarez Castillo  
Carné: 199916091*

*Previamente a optar el Título de Licenciado en Diseño Gráfico con Énfasis en Multimedia  
egresado de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala  
Guatemala, Octubre del 2015*



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

# Nuestra Historia en Imágenes

*Cinemateca Universitaria "Enrique Torres"  
Divulgación y Restauración del  
Patrimonio Cinematográfico Guatemalteco*

*Presentado por:  
Adler Adenauer Alvarez Castillo  
Carné: 199916091*

*Previamente a optar el Título de  
Licenciado en Diseño Gráfico con Énfasis en Multimedia  
Guatemala, Octubre del 2015*

*"El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos"*

*Miembros de la Junta Directiva*

Msc. Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón	Decano
Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea	Vocal I
Arq. Edgar Armando López Pazos	Vocal II
Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras	Vocal III
Br. Héctor Adrián Ponce Ayala	Vocal IV
Br. Luis Fernando Herrera Lara	Vocal V
Msc. Arq. Publio Rodríguez Lobos	Secretario

*Miembros de Tribunal Examinador*

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo	
Arq. Alejandro Muñoz Calderón	
Lic. Víctor Manuel Pacheco Palma	Asesor
Lic. Guillermo García Letona	Asesor
Lic. Rualdo Ibne Anzueto Talento	Asesor



## *Agradecimientos*

### **A Dios**

Que ha forjado mi vida y me ha cobijado con su amor y protección en todo momento. Por darme la oportunidad de nacer y crecer en la hermosa tierra de Guatemala. Porque nada de esto sería posible sin él.

### **A mis Padres**

Juan Ricardo Álvarez de León y Janne Lisette de Álvarez, por darme la vida y hacer de mí el hombre que ahora soy. Por sus consejos y sobreabundante apoyo espiritual, moral y económico. Por inculcar en mí, valores de humildad, honestidad e integridad pero sobre todo por su amor incondicional.

### **A mi Esposa**

Nidia Raquel de Álvarez que con su entusiasmo, alegría y pasión, me motivó a culminar este proceso de mi vida con éxito, demostrándome amorosamente su paciencia y apoyo total, siendo mi ayuda idónea.

### **A mis Hijos**

Alexander y Dulce Abigail quienes son la motivación, el aire y la fuerza que me alienta a seguir adelante y que me han enseñado enormemente a ser una mejor persona, padre y amigo, los amo.

### **A mis Hermanos**

Patrick, Hamilton y Macx Álvarez Castillo, que me han enseñado la solidaridad, lealtad, y deseos de superación para seguir mis metas y sueños.

### **A mis Asesores**

Lic. Víctor Pacheco Palma, Lic. Guillermo García Letona y Lic. Rualdo Anzueto por todos los consejos, apoyo y asesoría que me brindaron, enseñándome a practicar la responsabilidad, excelencia y profesionalismo para realizar este arte.

### **A La Cinemateca Universitaria Enrique Torres**

Dirigida por el Lic. Walter Figueroa, Marco Antonio Alonso y Ángela Torres, que me han otorgado un valioso tesoro de la historia, cultura, trayectoria, logros y transformaciones de nuestra Guatemala por medio del cine.



# Historia Imágenes

## *Presentación*

Mediante el Proyecto de la Divulgación y Restauración del Patrimonio Cinematográfico Guatemalteco daremos a conocer la importancia de la Cinemateca Universitaria "Enrique Torres" y el Cine Guatemalteco en nuestro país.

Para ello, se ofrecen instrumentos de carácter pedagógico que ilustran la historia y trayectoria de dicha organización, el propósito es aportar un beneficio para la sociedad guatemalteca.



*Índice*

*Capítulo 1. Introducción*

Antecedentes.....	9
Planteamiento del problema.....	10
Justificación del problema.....	11
Objetivo de diseño.....	12

*Capítulo 2. Perfil del cliente y grupos objetivos*

Perfil de cliente y servicio que brinda.....	13
Grupo objetivo.....	14
Perfil Demografico.....	15

*Capítulo 3. Conceptos fundamentales*

Elementos Conceptuales acerca del tema.....	16
Historia	
Cultura	
Patrimonio Cultural.....	17
Restauración.....	18
Conservación	
Conservación preventiva	
Restauración digital.....	19
Cine	
Cinematografía.....	20
Film	
Cinemateca	
Conceptos o temas de diseño.....	21
Benchmarking	
Tipos de benchmarking	
Proceso del benchmarking	
Campaña publicitaria.....	22
Definición de los objetivos	
Establecimiento de presupuesto	
Publicidad cooperativa vertical	
Publicidad cooperativa horizontal	
Selección de medios.....	23
Objetivo del anuncio	
Objetivo de la audiencia	
Requerimientos del mensaje.....	24



Costo de los medios	
Medios audiovisuales	
Televisión	
Radio	
<i>Medios gráficos</i> .....	25
Diseño	
Diseño gráfico	
Color	
Tipografía.....	26
Forma	
Diagramación	
Prensa.....	27
Revista	
Afiche	
<i>Medios interactivos</i> .....	28
Multimedia	
Internet	
Página Web	
Cd	
Interactivo	

#### *Capítulo 4. Concepto de diseño y bocetaje*

<i>Concepto creativo</i>	
Proceso de Bocetaje.....	29 a 33
Estructuras del cd interactivo.....	34 a 39
Estructura de la restauración de afiches.....	40 a 44

#### *Capítulo 5. Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final*

Encuestas.....	45 a 56
Tablas y gráficas	
Propuesta gráfica final y fundamentación.....	57 a 64
Conclusiones.....	65
Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta.....	66 a 69
Bibliografías.....	70
Glosarios.....	71 a 72
Anexos.....	73



# Historia Imágenes

## *Capítulo 1: Introducción*

La divulgación y restauración del patrimonio cinematográfico guatemalteco es un proyecto que tiene como propósito difundir las actividades, historia y trayectoria de una organización dedicada a la conservación y protección de materiales altamente históricos en el ambiente cinematográfico, dando a conocer esos aspectos por medio de materiales gráficos y multimedia que aportaran información educativa, tanto a las personas guatemaltecas como a las extranjeras, porque revelan todo un proceso de trabajo para que dichos materiales puedan comprenderse mejor.

Los materiales son altamente resistentes, fáciles de utilizar, obtener, transportar, conservar y coleccionar.



## 1.1 Antecedentes

La Cinemateca Universitaria, dependencia de la Universidad de San Carlos de Guatemala, fue fundada el 9 de marzo de 1970, mediante acuerdo de rectoría No. 7110 la iniciativa de Enrique Torres hizo posible la creación de la Cinemateca durante la administración del Dr. Rafael Cuevas del Cid. Las actividades de dicha dependencia se iniciaron el 13 de junio del mismo año” como una exhibición en el cine Lido, y un cursillo cinematográfico que, durante una semana, dictó el director de la Fundación Cinemateca Argentina, señor “Fernández Durado”.

La Cinemateca es una entidad que recolecta, preserva y divulga el cine. En su función de recolección y preservación de los elementos cinematográficos, actúa como museo y tiene la misión de adquirir, identificar, clasificar, restaurar, ordenar, conservar, y valorizar todos los objetos y documentos significativos para la historia y desarrollo de la cinematografía.

Hace tres años, con el nuevo director el Lic. Walter Figueroa, ha retomado sus objetivos iniciales de divulgar y promocionar el patrimonio fílmico guatemalteco que está resguardado. Se encontró que carecían de material informativo, además necesita erradicar el deterioro de elementos publicitarios cinematográficos.



## 1.2. *Planteamiento del problema*

La cinemateca Universitaria “Enrique Torres” cuenta con un logotipo, trifoliales espacios en el periódico universitario; un plan de actividades impreso para informar al público sobre las películas que se proyectan los días viernes. Al evaluar la entidad se observaron los siguientes problemas:

1. No cuentan con documentos que informen sobre la cinemateca ¿Cómo se fundó?, ¿Quién la fundó?, ¿Cuánto tiempo tiene? ¿Qué es?, ¿A que se dedican?, ¿Cuáles son sus objetivos?, ¿Cuál es su Misión y Visión? Esta información es necesaria porque a las actividades asisten personas nacionales y extranjeras quienes no conocen la historia de esta dependencia.
2. Los materiales impreso “Afiches”, que son piezas históricas del cine guatemalteco se están deteriorando. Algunos ya no existen y otros están por dejar de existir.
3. La institución quiere informar al grupo objetivo de su historia. Por ello, se le recomendó al coordinador el desarrollo del siguiente proyecto: La Divulgación y Restauración del Patrimonio Cinematográfico Guatemalteco.



### 1.3. *Justificación del problema*

El problema de la Cinemateca Universitaria “Enrique Torres” es que no cuenta con documentos informativos que pueden ser conservados, observados y escuchados por las personas que la visitan; por esta razón, se considera importante dar a conocer su historia y esto justifica el problema de investigación/ comunicación basándose en el análisis de las siguientes variantes:

**Magnitud:** la población afectada será 18,000 estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala, profesionales y personas extranjeras interesados en la historia de nuestro país.

**Trascendencia:** Actualmente, la Cinemateca alberga más de 5,000 rollos de películas originales en formatos de 35, 16 y 8 milímetros, de los cuales 1,300 son patrimonio nacional. La Cinemateca está cumpliendo una función valiosísima en el país y será de gran utilidad para el futuro, reconstruir la historia de las luchas, miserias y trabajos del pueblo guatemalteco, para enriquecer nuestra cultura.

**Vulnerabilidad:** A través del diseño gráfico se recrearan afiches que son parte importante de la historia del Diseño Gráfico en Guatemala y se contribuirá a la divulgación del patrimonio cinematográfico guatemalteco.

Además, el proyecto es factible porque la Cinemateca Universitaria “Enrique Torres” tiene el apoyo del Estado por medio del presupuesto que la USAC le asigna y también de patrocinadores de empresas privadas que han ido contribuyendo a la conservación de la historia fílmica guatemalteca.



#### 1.4. *Objetivo de Diseño*

La finalidad que se pretende alcanzar con el proyecto, es que las personas, tanto guatemaltecas como extranjeras, se culturicen más y conozcan la historia del Cine Guatemalteco por medio de los films protegidos y conservada en la Cinemateca Universitaria “Enrique Torres”, pues esta es la única dependencia en el país que realiza esa función.

##### **Objetivos específicos**

Proporcionar a (escuelas, colegios, privados, bibliotecas, universidades, entre otras) un beneficio educativo de carácter pedagógico y una herramienta de información sobre una institución especializada en proteger films históricos, también aporta diferentes mensajes de cultura como promocionales con estilos de diseño que utilizaban en épocas pasadas y en épocas actuales para divulgar las películas de cine.

Contribuir a captar patrocinadores para alcanzar mayor cobertura en la sociedad de nuestro país y darle auge a la cinemateca.



## Capítulo 2: Perfil del cliente y Grupos objetivos

### 2.1. Perfil del cliente y servicio que brindan

Organización no lucrativa que lleva el nombre de Cinemateca Universitaria “Enrique Torres” ubicada en el Centro Cultural Universitario en la 2da Av. 12-40 de la zona 1, teléfonos: 22324441 y 22326215, el coordinador actual es el Lic. Walter Figueroa.

Las actividades de la Cinemateca están encaminadas a la difusión de películas generalmente al público guatemalteco, para divulgar diversos aspectos del cine mediante conferencias y presentaciones los días viernes por ello les han llamado viernes de cine. A esta actividad gratuita llegan casi 100 personas por día. También se da el apoyo y reconocimiento a personajes importantes que han destacado en el cine guatemalteco.

Además, tiene la recolección y preservación de películas, prestamos de películas en VHS y DVD, venta de imágenes publicitarias de la que se tiene derecho de autor; asimismo, se cuenta con algunas donaciones de materiales libros que aportan a la historia de los films guatemaltecos.

La población que asiste a la cinemateca para solicitar sus servicios está formada en el 95% por personas adultas, dedicadas a la educación, jubilados y empresarios. El 5% está formado por jóvenes estudiantes amantes del cine.



## 2.2. Grupo Objetivo

El grupo objetivo de este proyecto de diseño se divide en dos:

### 1. Perfil Demográfico

- Personas jóvenes comprendidas entre los 18 y 35 años de edad
- Personas de los dos sexos
- Guatemaltecos
- Status socioeconómicos de clase media y alta
- Grupo étnico indígenas, garifunas, mestizos y ladinos
- Creencias mayas, católicas, romanas, evangélicas, mormonas, adventistas, testigos de Jehová, judías, musulmanas, islámicas
- Nivel educativo básico, diversificado, técnicos y profesionales universitarios
- Residentes en la ciudad capital, municipio y departamentos
- Ocupación profesional, educadores,, actores de teatro y cine, técnicos, amas de casa , estudiantes
- Hábitos de consumo, comida rápida, tiendas de conveniencia, supermercados
- Entretenimiento, cines, restaurantes, complejos deportivos , bibliotecas, Internet, discotecas, almacenes, supermercados, ferias, eventos
- Comportamientos responsables serios, dinámicos, alegres y respetuosos
- Forma de expresión verbal alta, técnica, adecuadas a diferentes actividades y relaciones sociales



## 2. Perfil Demográfico

- Personas comprendidas entre los 35 y 70 años de edad
- Personas de sexo femenino y de sexo masculino
- Extranjeras y nacionales
- Status socioeconómicos de clase media y alta
- Grupo étnico americanos, europeos, asiáticos, africanos, centro americanos
- Creencias católicas, romanas, evangélicas, mormonas, budistas, judías, musulmanas, islámicas, judías
- Nivel educativo básicos, diversificados, técnicos y profesionales universitarios
- Residentes en Norte América, Centro América, Sur América, Europa y Asia
- Ocupación profesional actores, técnicos, jubilados, directores, coordinadores y empresarios
- Hábitos de consumo, supermercado, tiendas, de conveniencia, comidas saludables
- Entretenimiento, cine, restaurantes, bibliotecas, Internet, almacenes, museos, centros históricos, iglesias
- Comportamiento responsables, serios, alegres y respetuosos
- Forma de expresión verbal en una forma alta, técnica, respetuosa y culta

Historia  
Imágenes



Capítulo 3: Conceptos fundamentales  
Los elementos conceptuales acerca del tema

### 3.2. Historia

Es todo aquello que ha sucedido en el curso de los siglos desde que el orme apareció en la tierra. Así todo lo que el ser humano ha hecho es historia, desde la pequeña anécdota hasta la gran conquista política, militar o cultural, sin embargo, la historia no está constituida simplemente por lo realizado con los hombres, sino por todo lo que les afecta, aunque ellos no sean sus ejecutores o promotores (inundaciones, terremotos, erupciones de volcanes etc.) el hombre es el sujeto de la historia, pero sujeto agente y paciente, y la historia es, por tanto, la vida de la humanidad.

(Pelayo y Gross Ramón García, *Enciclopedia Metódica Larousse*, Tercera Edición actualizada Tomo 1 Historia Universal Pág. 218)

### 3.3. Cultura

Conjunto de todos los tipos de actividades transformadoras del hombre y la sociedad así como los resultados de dicha actividad. Se distingue la cultura material y la espiritual. A la primera corresponde todo el conjunto de bienes materiales y los medios de producción. La segunda incluye el conjunto de conocimientos, todas las formas del pensamiento y la esfera de la concepción del mundo, (la filosofía la ética el derecho) etc. Así como la esfera de la actividad estética (medio de expresión el arte) estos elementos de la cultura tiene una indisoluble relación entre si.

La actividad productiva material del hombre es el fundamento de sus actividades en los demás campos de la vida.

El hombre crea la cultura, que incluye la técnica, la vivencia, las instalaciones, los medios de comunicación (transporte y caminos) los medios de comunicación entre las personas (el idioma, la escritura, la radio, la televisión) etc. En la actualidad las personas viven en la práctica en un medio cultural, rodeada de creaciones propias.

El desarrollo de la cultura se basa en el de la producción de material. El cambio del modo significa también modificaciones cualitativas en la lectura.

(Pelayo y Gross Ramón García, *Diccionario filosófico*, Editorial Cartago 1955 a 1975)



### 3.4. Patrimonio cultural

Sí bien el término “Patrimonio” es un concepto legal que tiene que ver con el conjunto de bienes y derechos que una persona o institución posee; al incorporarle la palabra “Cultura”, especificamos un conjunto de bienes que incluyen nuestra cultura y herencia, aspectos que pueden ser tangibles o intangibles. En términos muy generales, podríamos decir que el Patrimonio Cultural de una nación comprende todos aquellos bienes que son expresiones y testimonio de la creación humana propias de ese país.

Así y de conformidad con la Conferencia intergubernamental sobre políticas culturales al servicio del desarrollo (Estocolmo 1998): “El patrimonio cultural tiene que ser entendido como todos los elementos naturales y culturales, tangibles e intangibles, que son heredados o creados recientemente. Mediante estos elementos, grupos sociales reconocen su identidad y se someten a pasarla a las generaciones futuras de una manera mejor y enriquecida”

En forma similar, la organización de las Naciones Unidas para la educación, la Ciencia y la Cultura –UNESCO- considera el Patrimonio Cultural como “Los elementos que llevan testimonio de la historia y de la identidad de determinada cultura, considerados como tales, según la ley vigente o vistos como esenciales para la comprensión y la preservación de una herencia específica. Elementos que con base en motivos religiosos o seculares, poseen valor arqueológico, prehistórico, literario, artístico o científico”.

De conformidad con la legislación nacional guatemalteca, el Artículo 2do de la Ley para la protección del Patrimonio Cultural de la Nación, decreto legislativo No. 26-97, establece que “Forma parte del patrimonio Cultura de la Nación, los bienes e instituciones, públicos o privados o relativos a la paleontología, arqueología, historia, antropología, arte, ciencia y tecnología y la cultura en general incluido el patrimonio intangible, que coadyuven al fortalecimiento de la identidad nacional. Si bien dicha disposición legal no define propiamente el concepto de Patrimonio Cultural, nos dice en forma clara qué tipo de bienes lo conformen, en tal sentido, el patrimonio cultural de una nación comprenderá:

1. Todos aquellos bienes culturales que son expresiones y testimonios de la creación humana propias de ese país.
2. Los objetos culturales que dan cuenta de la manera de ser y hacer un pueblo.
3. Todos aquellos objetos culturales que le confiere una identidad determinada a ese país.
4. Aquellos objetos culturales que por ministerio de la ley o por declaratoria de autoridad, hayan sido declarados como tal.

(Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala,  
Gobierno de la República de Guatemala año 2005)



### 3.5. Restauración

La palabra Restauración está asociada con respeto, rescate, valores e identidad, es un restablecimiento de elementos estéticos, históricos físicos de una obra el cual precisa una serie de exámenes y análisis, además de estudio y dominio de diferentes disciplinas.

No es solo de devolverte la funcionalidad perdida a un objeto sino rescatar la singularidad de la obra, debe priorizar la preservación de los elementos, rasgos y señas de la historicidad de las mismas

(Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala, Gobierno de la república de Guatemala [www.ministeriodeculturaydeportes.com](http://www.ministeriodeculturaydeportes.com) )

### 3.6. Conservación

Es una serie de acciones que se realizan para detener y evitar que continúe el deterioro de un bien cultural, esta trabaja controlando el medio ambiente. Dichas acciones están vinculadas con planes y programas de mantenimiento a corto, mediano y largo plazo actuando solamente en los materiales que componen la obra.

(Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala, Gobierno de la república de Guatemala [www.ministeriodeculturaydeportes.com](http://www.ministeriodeculturaydeportes.com) )

### 3.7. Conservación Preventiva

Esta acción actúa solamente sobre los elementos físicos de la obra sin intervenirla y previene contra el deterioro por medio de controles de las condiciones externas en donde se encuentra la obra. Es decir, control del medio ambiente, de la temperatura, de la humedad, de la luz etc.

(Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala, Gobierno de la república de Guatemala [www.ministeriodeculturaydeportes.com](http://www.ministeriodeculturaydeportes.com) )



### 3.8. Restauración Digital

Representa una alternativa a los procesos tradicionales de restauración encaminados a la mejora del aspecto visual de la imagen. En lugar de intentar recuperar los soportes se orienta a la recuperación del contenido icónico de fotografías cuya imagen se ha deteriorado. Para ello, utiliza técnicas especiales de copiado (Iluminación, filtros, películas y revelado). Los métodos de copiado de tratamiento de imágenes digitales, la restauración se efectúa sobre el objeto en si, si no sobre otro objeto.

A diferencia, de acuerdo con la definición inicial pudieran ser considerados erróneamente como restauración digital, tras indagar en nuestro idioma, deben ser consideradas como recreaciones digitales.

Recreaciones es, según el DRAE en su primera acepción , crear o producir de nuevo una cosa o, como especifica en el e-diccionario Espasa, imitar o reproducir un modelo. Ahí se podrá contemplar la obra tal y como, supuestamente, hubiese sido concebida originalmente sin necesidad de inducir a error al espectador quien, cuando puede contemplar el original, vera el verdadero estado en que se encuentra.

(Dr. Miguel B. Márquez miembro del grupo de investigación en estructura, historia y contenidos de a comunicación. Secretario de la Sociedad d Historia de la Fotografía Española)

### 3.9. Cine

El cine simplemente es el registro del movimiento, mejor aun, del movimiento de la luz, destellos luminosos que se mueven, son en síntesis, lo que vemos en pantalla.

Ese hecho simple lo coloca inevitablemente en una posición estética; además, el cine torna de la pintura la composición, el manejo de la luz y desde los años 50 con color; de la fotografía el medio, el encuadre y distorsión de la imagen a través de las lentes; pero va más allá aun, de la literatura toma el guion, del teatro la puesta en escena y la actuación, de la danza la estética del movimiento y, desde 1928, con la pista sonora: los diálogos , la música y el ruido.



Entonces, el cine es el arte de la mente y la conciencia humana, el reflejo de nosotros mismos desde lo más profundo de nuestro ser. Es el arma de la inteligencia y sensibilidad a nuestro favor. Es el medio más eficaz de la cultura o la contracultura universal contemporánea.

(Diccionario Larousse)

### 3.10. Cinematografía:

Cinematografía, es a técnica que consiste en proyectar fotogramas de forma rápida y sucesiva (24 fotogramas por segundo) para crear la impresión de movimiento (“kine” en griego significa movimiento y “grafos” escribir o plasmar). Los inicios del cine se remontan al final del siglo XIX en Francia. Cuando los hermanos Lumière filmaron la salida de obreros de una fábrica.

(Diccionario de Cine Larousse)

### 3.11. Filme

Banda de celuloide que sirve de soporte a la emulsión, designa la obra cinematográfica como tal y no solo la película.

(Diccionario de Cine Larousse)

### 3.12. Cinemateca

Organismo que asegura la conservación de los films. Conserva los documentos y obras de a cinematografías.

(Diccionario Larousse)



### 3.12. Conceptos o temas de diseño

#### 3.14. Benchmarking

Proceso de medición, es un proceso comercial que puede contribuir a lograr una ventaja competitiva. El benchmarking, según el criterio de los especialistas, puede tener diferentes definiciones u formas de aplicación dentro de las organizaciones.

Robert J. Boxwell, en su libro *Benchmarking competir con ventaja*, hace un recuento histórico de cómo el Benchmarking apoya los procesos estratégicos llevándolo al grado de detalle. Este autor nos dice que el benchmarking es dos cosas: Proponerse metas utilizando normas externas y objetivas y aprendiendo de los otros, aprendiendo “cuánto” y tal vez lo que es más importante, aprendiendo “cómo”.

#### 3.15. Tipos de Benchmarking

*El Benchmarking Interno* se refiere a las comparaciones que se realizan dentro de la misma empresa o entre filiales de una corporación.

*El Benchmarking competitivo* se refiere a las comparaciones con actividades, funciones, procesos, productos, servicios de empresas competidoras nacionales o de otros países.

*El Benchmarking Genérico* tiene como objetivo realizar comparaciones entre funciones o procesos en empresas de diferentes sectores de actividad económica.

#### 3.16. Procesos del Benchmarking

- Compararse con el mejor
- Aprender del mejor
- Adaptar lo aprendido
- Fijar nuevos objetivos
- Pasa a la acción
- Obtener ventajas competitivas y convertirse en líder



### **3.17. Campaña publicitaria**

Una campaña publicitaria está compuesta por todas las funciones necesarias para formar un tema en un programa coordinado, tendiente a cumplir determinadas metas a favor de un producto, marca o institución. Antes de realizar este tipo de campaña, se debe de conocer la audiencia meta, establecer metas, fijar el presupuesto y determinar el tema.

### **3.18. Definición de los objetivos**

Esta meta alcanza estableciendo objetivos específicos susceptibles de expresarse en anuncios individuales que son después incorporados a las campañas.

### **3.19. Establecimiento de presupuesto**

Toda empresa que quiere hacerse de publicidad debe tener un presupuesto para cubrir el gasto de divulgación. Un método que permite acrecentar el presupuesto es la Publicidad Cooperativa. Consiste en unir esfuerzos entre dos o más empresas, para beneficiar a cada uno de los participantes. Hay dos tipos de anuncio cooperativo: el Vertical y el Horizontal.

### **3.20. Publicidad Cooperativa vertical**

Son compañías que participan en distintos niveles de distribución. Muchas veces, el fabricante prepara el anuncio, dejando espacio para el nombre y la dirección del detallista, después ambos comparten el costo promedio de colocar el anuncio.

### **3.21. Publicidad Cooperativa horizontal**

Lo realizan de manera conjunta, dos o más empresas, en el mismo nivel de distribución como un grupo de tiendas, compartiendo los costos. Por ejemplo: todas las tiendas de un centro comercial suburbano pueden colocar un anuncio conjunto en un diario. El beneficio principal es que, al reunir fondos logrará mayor exposición que si efectuara la publicidad en forma individual.



### 3.22. Selección de los Medios

En realidad se trata de decisiones que se toman simultáneamente. Tanto el mensaje como la elección del medio, dependen del mensaje y la audiencia meta, los anunciantes deben de tomar decisiones en esto, hay tres niveles sucesivos para determinar el medio publicitario a utilizar:

1. ¿Qué tipo de medio se empleare? Periódico, revista, televisión, correo directo etc. ¿Qué decir de medios menos prominentes como los especuladores y las paginas de sección comercial de los directorios telefónicos?
2. ¿Qué categoría de medio seleccionado se utilizara? La televisión abierta, por cable, las revistas incluyen categorías de interés general
3. ¿Qué vinculo de los medios específicos se usará? Un anunciante que escoge primero la radio y luego las estaciones locales habrá de determinar cuales estaciones utilizará en cada ciudad

### 3.23. Objetivos del anuncio

La finalidad de un anuncio particular y las metas de la campaña entera influyen en qué medios se emplearán. Por ejemplo, sí con la campaña se busca generar citas para los vendedores, se recurrirá al correo directo. Si un anunciante quiere provocar una acción rápida, le convendrá elegir la prensa o la radio.

### 3.24. Cobertura de la audiencia

La audiencia alcanzada por el medio deberá corresponder a la región geográfica donde se distribuya el producto. Más aún, el medio seleccionado habrá de llegar a los tipos deseados de prospectos con un mínimo de cobertura desperdiciada.



### 3.25. Requerimiento de mensaje

El medio debe ser para el mensaje. Por ejemplo las revistas proporcionan reproducciones de alta calidad visual, que atraen la atención junto con mensajes impresos que pueden ser cuidadosamente leídos u evaluados.

### 3.26. Costo de los medios

El costo de cada medio se estudia en relación con los fondos disponibles para la publicidad o también en relación con su alcance o circulación.

### 3.27. Medios audiovisuales

#### 3.28. Televisión

Combina el movimiento o sonido y los efectos visuales especiales. Los productos pueden ser demostrados y descritos por ella. La televisión brinda una gran cobertura geográfica y da muchas flexibilidades en la presentación del mensaje.

#### 3.29. Radio

En los últimos años, la radio ha vuelto a recobrar importancia como medio cultural y publicitario. Este medio solo causa una impresión auditiva en el radioescucha para tener la información oída y no vista, por lo demás, la atención de la audiencia a menudo presenta un bajo nivel, porque la radio suele emplearse como estímulo de fondo para trabajar, estudiar o realizar alguna otra actividad

(Publicidad promoción de venta y relaciones públicas Capítulo 18 Pág. 529)



### 3.30. Medios gráficos

#### 3.31. Diseño

Es el proceso lógico que resuelve un conjunto de necesidades humanas en un marco racional económico y cultural determinado: y que mediante metodologías tiene a la optimización de las soluciones de acuerdo con la disponibilidad de recursos, en un sentido amplio “Diseño” significa la previsión mental de una combinación de medios para alcanzar un fin o conjunto de fines.

(Arq. Tórtola, Julio Roberto. Caja de cristal, Caja negra, Metodología del diseño, Pág. 10,11)

#### 3.32. Diseño gráfico

Actividad cuya finalidad es crear obras cuyo destino es la impresión, e diseño grafico es un vehículo de a comunicación acerca de la identidad, de las ideas, los productos y el medio ambiente, además lleva un conjunto de procedimientos que permiten reproducir sobre superficie copias de escritos, dibujos e imágenes.

(Arq. Tórtola, Julio Roberto. Caja de cristal, Caja negra, Metodología del diseño, Pág. 10,11)

#### 3.33. Color

El color es la sensación resultante de la estimulación de la retina del ojo por ondas lumínicas. Los colores están presnetes en la naturaleza, en las formas, en los objetos y es lo que brinda volumen , profundidad y personalidad.

(Harten, Peter J, El Color en la publicidad y artes gráficas, Pág. 7,8)



### 3.34. Tipografía

Definimos la tipografía como el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras, la tipografía es el reflejo de una época. Por ello, la evolución del diseño de las mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas. El signo tipográfico se ha considerado como uno de los miembros más activos de los cambios culturales del hombre.

(Gil, Gustavo Editorial S.A. GG Diseño Barcelona, 1982 . Pág.12)

### 3.35. Forma

Son todos los elementos visuales que constituyen lo que generalmente llamamos “forma”, la forma en este sentido, no es solo una forma que se ve, sino una figura de tamaño, color y textura determinados. La manera en que una forma es creada, construida u organizada junto a otras formas es a menudo gobernada por cierta disciplina a la que determinamos estructura.

(Gil, Gustavo Editorial S.A. GG Diseño Barcelona, 1982 . Pág.12)

### 3.36. Diagramación

Es distribuir adecuadamente los elementos de diseño dentro de un espacio o formato determinado, al diagramar debe de tomarse en cuenta que cada uno de estos elementos deben de tener indicaciones específicas para la edición de textos. Actualmente la edición de textos se hace por computadora, por lo que las especificaciones deben de ser adecuadas a los programas que se utilizan para este procedimiento.

(D.G. Mendoza Paz, Eva Graciela, Manual de Técnicas Gráficas y aplicación creativa de la letra Pág. 72)



### 3.37. Prensa

Los periódicos son un medio publicitario de gran flexibilidad y oportunidad. Podemos insertar y cancelar anuncios en muy poco tiempo y podemos colocar desde pequeños avisos calcificados hasta anuncios de varias planas. Por otra parte la vida del periódico es sumamente breve, son desechados después de haber sido leídos. Se considera que ofrecen una cobertura bastante amplia de un mercado local.

(Publicidad, Promoción de ventas y relaciones públicas Capítulo 18 Pág. 534 a 542)  
(Editorial Ciprodeni, Manual de apoyo en comunicación)

### 3.38. Revista

Son el medio que utiliza cuando en un anuncio se desea una impresión de gran calidad y colorido. Puede llegar a un mercado nacional con un costo relativamente bajo por el lector. Generalmente la revista se lee en tiempos libres, resulta de gran utilidad para el anunciante que debe comunicar un mensaje largo o complicado.

(Publicidad, Promoción de ventas y relaciones públicas Capítulo 18 Pág. 534 a 542)  
(Editorial Ciprodeni, Manual de apoyo en comunicación)

### 3.39. Afiche

Se puede decir que es una pieza de cartulina o cartón que puede tener diferentes tamaños. Es útil para comunicar una idea llamando la atención mediante una imagen o varias, pueden informar de un evento, una organización, una actividad importante para el grupo social, pero también para dejar una sola idea en la mente de quienes lo miran. Igual que otras piezas de diseño, se presenta una ilustración o fotografías de regular tamaño con una frase que complementa el mensaje de la ilustración, se caracteriza por llamar la atención por su belleza o fealdad.

(Publicidad, Promoción de ventas y relaciones públicas Capítulo 18 Pág. 534 a 542)  
(Editorial Ciprodeni, Manual de apoyo en comunicación)



### 3.40. Medios interactivos

#### 3.41. Multimedia

Conjunto de informaciones de tipo diferente (textos, gráficos, sonidos, imágenes animadas, etc.) agrupados en un mismo soporte.

#### 3.42. Internet

El medio interactivo desarrollado más rápidamente, los consumidores accesan a este, utilizando sus computadoras personales, internet es particularmente popular entre las compañías que venden productos que implican una toma de decisiones extensas.

(La Biblia de la computación e internet Pag. 994)

#### 3.43. Página Web

Son sistemas basados en páginas de información con “hipertextos” mecanismos de ayuda de los sistemas operativos gráficos. Un hipertexto es un “Link”, o salto o una forma de llegar rápidos a otro sitio, todo al alcance del Mouse y la línea de textos que se esta leyendo.

#### 3.44. CD

Comandos de sistemas operativos DOS y UNIX que nos sirven para cambiar de directorio, es un disco compacto de sistema operativo de tiempo real.

(Diccionario de la Informática Pag. 53)

#### 3.45. Interactivo

Se dice del sistema (lenguaje o sistema de otra índole) que permite un diálogo interactivo entre el usuario y la computadora a través de una terminal generalmente la pantalla.

(Enciclopedia Didáctica de Computación Pág. 301)



## Capítulo 4: Concepto de Diseño y Bocetaje

### 4.1. Concepto Creativo

El concepto creativo que se realizó para el proyecto NUESTRA HISTORIA EN IMÁGENES.

Para este concepto se utilizó la figura retórica de la metáfora ya que con ella queremos dar a entender un mensaje que tenga semejanza o afinidad, en este caso, con el cine.

Se utilizó La Palabra NUESTRA debido a su significado de pluralidad relacionada con grupos de personas que forman parte de un legado cultural de un país y que lo hace destacarse de los demás, ya que la institución de la Cinemateca Universitaria “Enrique Torres” tiene el propósito de divulgar en el cine guatemalteco; relacionado con la palabra HISTORIA, es la que resguarda la trayectoria y los sucesos de muchos años y que han marcado hechos importantes en Guatemala.

La palabra IMÁGENES identifica la parte importante y fundamental del proyecto, debido a que la institución es rica en películas de cine, afiches históricos, fotografías, material publicitario y presentaciones especialmente dirigidas al público guatemalteco y a extranjero.



#### 4.2. Proceso de Bocetaje

Se utilizaron tipografías de la familia Romanas que son de tradición, dignidad, clasicismo lo que se asocia con mensajes de carácter histórico, religioso o bien elegante y sombrío.

Una vez aclarado el concepto del proyecto, se puso en marcha un estudio de medición utilizando e Benchmarking, El Propósito de este estudio es la comparación de una empresa con otra para observar las técnicas, niveles de competitividad en diseño, diagramación, interactividad y mercadeo en CD Interactivos, para que el proyecto tenga el nivel requerido por la competencia y el grupo objetivo. Los CD se analizaron de las diferentes empresas y organizaciones fueron:

1. La Historia y Cultura de Guatemala editado por Banco del Occidente
2. Un Tour Mágico del Inguat
3. Travesía; El Video Aragonés
4. Moemia le Modilor.

1- *EL CD LA HISTORIA Y CULTURA DE GUATEMALA* editado por el Banco de Occidente es un diseño que transmite el mensaje por medio del color e imágenes que se adecuan al tema. Este CD está estructurado por medio de una presentación inicial, temas, fotografías, videos, música y por último la sección de salida.

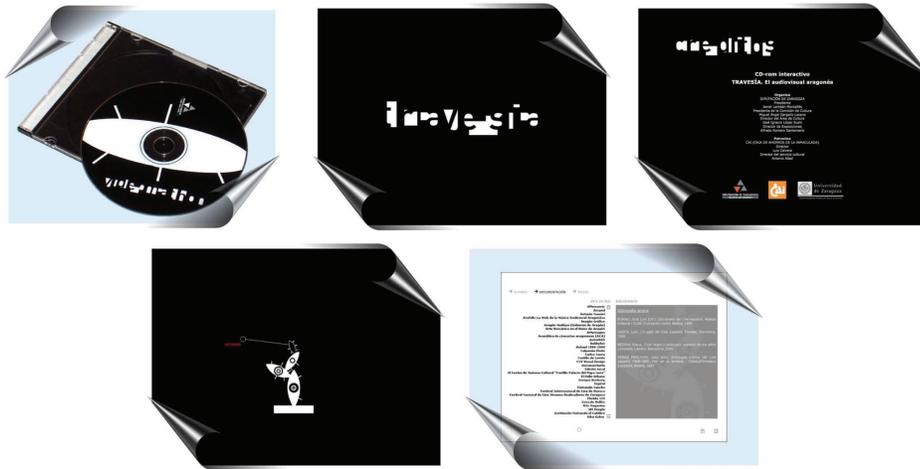
En conclusión, este diseño transmite el mensaje, pero se observó que toda la ubicación de sus elementos, dentro de espacio, es muy estática, no contiene dinamismo ni recorrido visual.



2- *UN TOUR MÁGICO DEL INGUAT* es un CD que se enfoca principalmente a las personas que visitan Guatemala. Su diseño es en forma de relieve Maya, bastante adecuado al mensaje transmitido que es la cultura guatemalteca. La estructura de este CD está conformada por el inicio en idiomas inglés, y español, sección de menús y salida.



3- *TRAVESÍA* es un CD interactivo español, de diseño sencillo, utiliza colores blanco y negro que dan la sensación de pureza, modestia, nobleza y elegancia. No tiene saturación de elementos y su estructura está conformada por una presentación, menús y salida.



4- *MOEMIA LE MODULOR* es un CD bastante creativo, su caja es poco usual por su caja no tradicional, su manual es bastante dinámico debido a que utilizan la figura del círculo, con colores fríos y cálidos en un diseño simple y limpio. Una de las desventajas es la tipografía, debido a que no hay suficiente espacio entre sus elementos, es muy pequeña y dificulta su lectura.

La estructuración del CD está conformada por una presentación animada de su logotipo, tiene la sección de fotos, videos y por último una salida.



Siguiendo con el análisis de medición, se hizo otro estudio, en este caso, de tarjetas deportivas, telefónicas, bancarias y de uso comercial, las empresas que utilizan este medio de publicidad son:

1. Tarjetas deportivas de Basketball NBA Hoops, Flair, Fleer
2. Tarjetas del Banco G&T Continental
3. Tarjetas de Telefonía Tigo
4. Tarjetas Quick Foto
5. Tarjetas de Telefonía Ladatel



- 1- En el análisis de las *TARJETAS DEPORTIVAS*, se observó que la mayoría son de papel, frágiles pueden romperse y doblarse, todos los elementos son colocados en forma vertical, con un diseño sumadamente profesional, creativo, con valores juveniles dinámicos que dan sensación de fuerza, superioridad y agresividad. La función de estas tarjetas es ser coleccionables debido al tipo de imagen que se tiene, en este caso estrellas deportivas.
- 2- EN LA *TARJETA G&T* se observó un material resistente, durable y a la vez flexible, su diseño es simple, denota el logotipo de la empresa y una fotografía del mismo logotipo pero en forma de pantalla o sello de agua.
- 3- LA *TARJETA TIGO* es de papel laminado para lograr más resistencia. Utiliza colores sólidos y planos con fotografías simples y juveniles, la distribución de los elementos es clara y sencilla, su forma es horizontal y sus esquinas son redondeadas.
- 4- LA *TARJETA QUICK* foto es una tarjeta plástica durable de carácter comercial, su diseño es bastante simple y directo. Solo contiene el logotipo de la empresa, utiliza colores vivos, su forma es horizontal, y sus bordes son redondeados.
- 5- LA *TARJETA LADATEL ES DE PVC* un material resistente, su diseño depende de la campaña publicitaria, de esta manera podrían ser paisajes, monumentos, caricaturas, etc. Una vez obtenido el concepto creativo y el estudio de medición se pasa al proceso de bocetaje de CD interactivo. Se realizó, como primera fase, la estructuración de información recopilada.



### 4.3. Estructura del CD interactivo

#### 4.4. Presentación

##### A) Inicio

Aparece una pequeña introducción con sonido de fondo, luego se verán dos botones; cada uno especifica el idioma, que el grupo objetivo lo quiera leer: español o inglés.

##### B) El menú de opciones incluirá botones

1. **Botón de inicio:** este botón nos regresará a la presentación inicial del interactivo.
2. **Botón de ¿Quiénes Somos?** Aquí se da a conocer la institución. Nombre, misión, visión, funciones y objetivos.
3. **Botón de Historia del Fundador:** Breve reseña de la vida y obra de Enrique Torres.
4. **Botón de historia de la Cinemateca Universitaria “Enrique Torres”**  
Sus orígenes
5. **Botón de historia del cine guatemalteco.**

Panorama de cine guatemalteco, primeras filmaciones guatemaltecas cine histórico, cine sonoro, financiamiento, el cine comercial, el cine olvidado 1896-1999

##### 6. Botón de películas guatemaltecas

Tacita de plata  
Inauguración de la USAC  
La Huelga de Dolores 1928  
Ferrocarril de los Altos  
El Sombrerón  
Los Domingos Pasarán  
El Triunfo de los Campeones Justicieros  
El Silencio de Neto  
Ixcán  
El hombre Iguana  
La Casa de enfrente

##### 7. Galería de equipos y afiches históricos

Equipos para reconstrucción de películas de cine  
Afiches históricos.



## 8. Botón de actividades de la Cinemateca

### Coordinaciones

- \* Presentación de proyecciones los días viernes, denominados “Viernes de cine” conferencias y foros
- \* Gestiones para donaciones de materiales fílmicos a la unidad
- \* Desarrollo de ciclos de cine con entidades nacionales y diplomáticas acreditadas en nuestro país
- \* Realizaciones de eventos importantes como homenajes a destacados cineastas de nuestro país
- \* Coordinación de Epesistas, voluntarios y colaboradores

### Medios audiovisuales

- \* Limpieza, restauración y traslado de soporte de material fílmico de formatos de 8, 16 y 35 mm a soportes estables
- \* Revisión de material no identificado, copias de seguridad a formatos magnéticos y digitales mediante tele cine
- \* Mantenimiento de equipo
- \* Proyecciones en formatos de video, VHS, SVHS, DVD, formato de cine 8mm 16mm 35mm y tele cine de 16mm
- \* Apoyo audiovisual, en lap top proyector de diapositivas y proyector de acetatos
- \* Uso del equipo de restauración cinematográfica: reparadora de perforados de 16 y 35mm

## 9. Lista de películas para el público

Informe de las películas que se tienen en la cinemateca para préstamo.



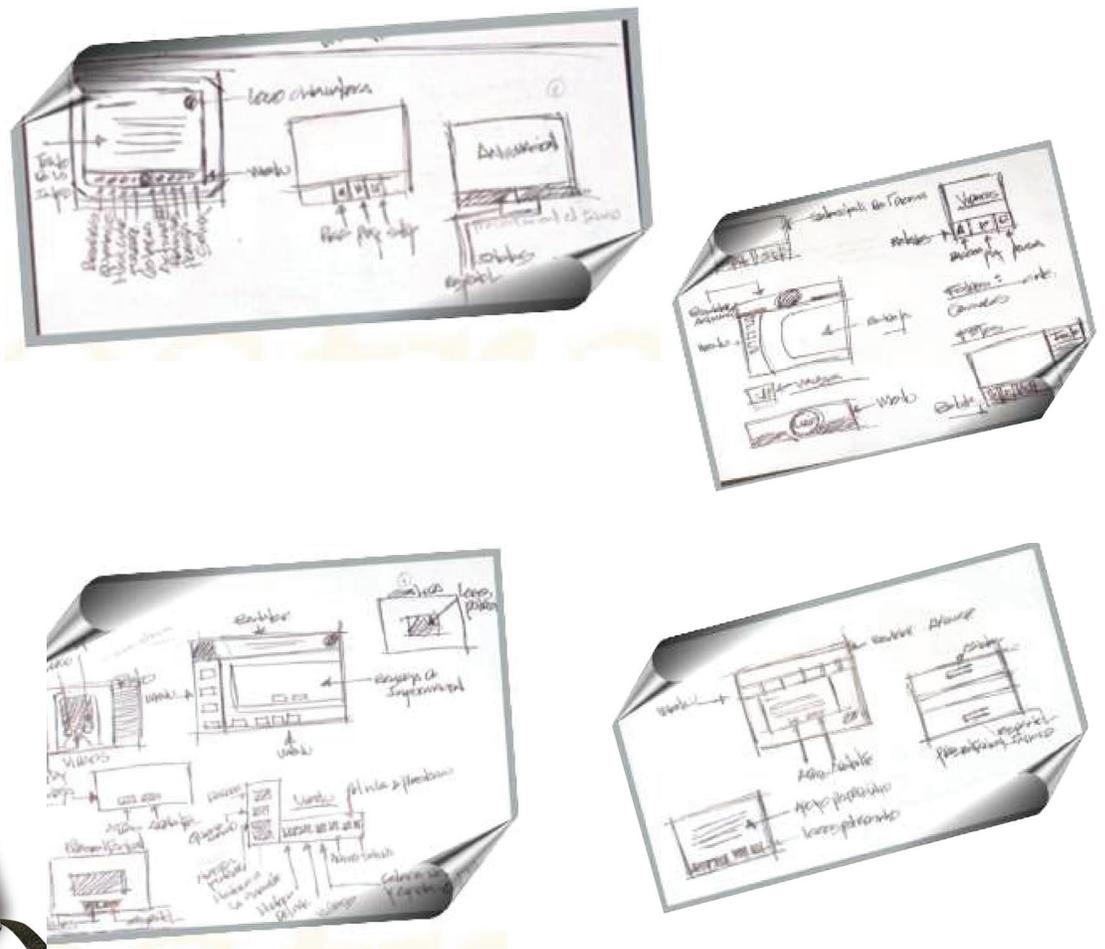
## 10. Botón de salida

Este botón nos dirige a la salida de la presentación con imágenes de los patrocinadores y créditos.

De esta manera, será la estructuración del CD interactivo, del cual se realizaron cuatro pre-bocetos para darle forma al proyecto.

En términos generales, los pre-bocetos contienen elementos como: Menú de botones que muestran temas de la organización y temas de la historia del cine guatemalteco. Todos los elementos fueron distribuidos y realizados a lápiz para hacer más fluidas las ideas.

Todos estos bosquejos que conforman cada pre-boceto se idearon para que fueran totalmente dinámicos, atractivos y que tuvieran un recorrido visual. De los cuatro pre-bocetos analizados, se escogieron dos, debido a que son los que mejor se adaptan al tema de diseño especificado, para así seguir en la siguiente fase que es el bocetaje.



# Nuestra Historia en Imágenes

En este proceso se realizaron fotografías con elementos cinematográficos, en colores específicos para el grupo objetivo. Además, se idearon ornamentos y viñetas para adornar y darle más sensación de antigüedad, los menús fueron elaborados con fotografías de películas de cine colocadas horizontalmente y verticalmente, según la idea de cada pre-boceto, cada fotograma en este caso será un botón de información.



FONDO



FONDO



VIÑETA 1

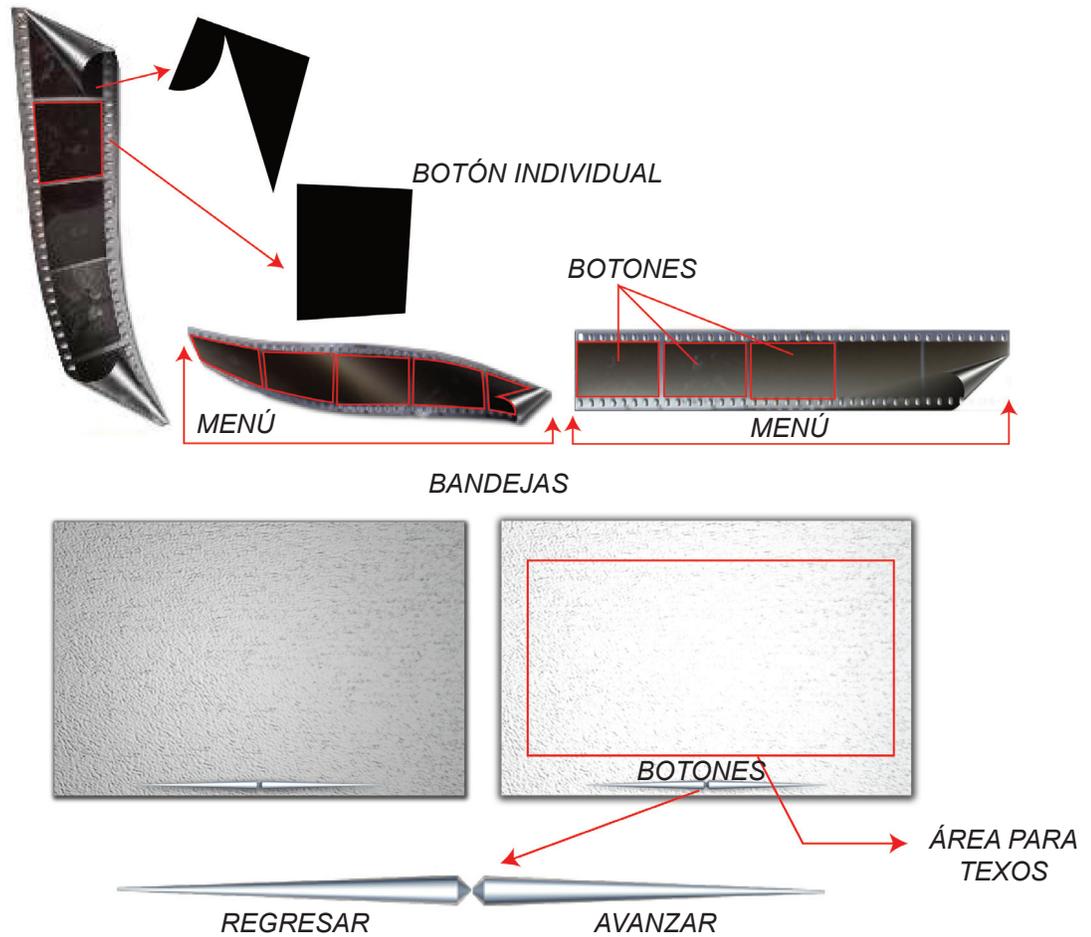


VIÑETA 2

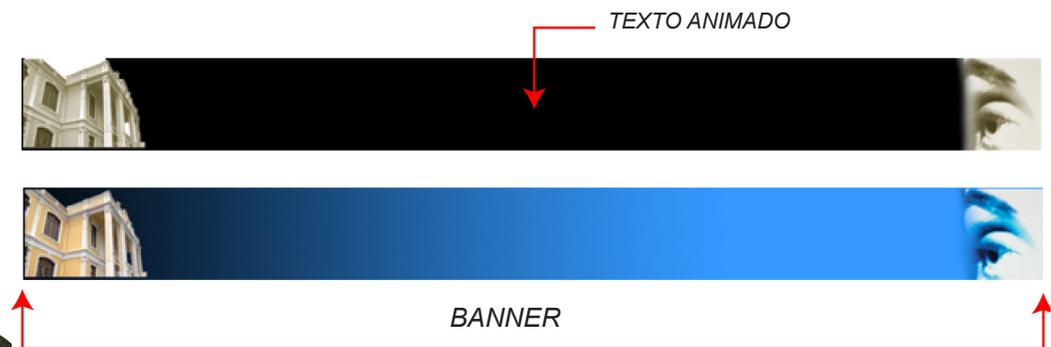
# Historia en Imágenes



Toda esa información será vista por medio de bandejas, que son rectángulos que encuadran los textos, para no perderse con la fotografía de fondo. Estas bandejas incluyen botones para avanzar y retroceder la información. Los botones se elaboraron en forma horizontal y puntiaguda para guiar la dirección de la formación.

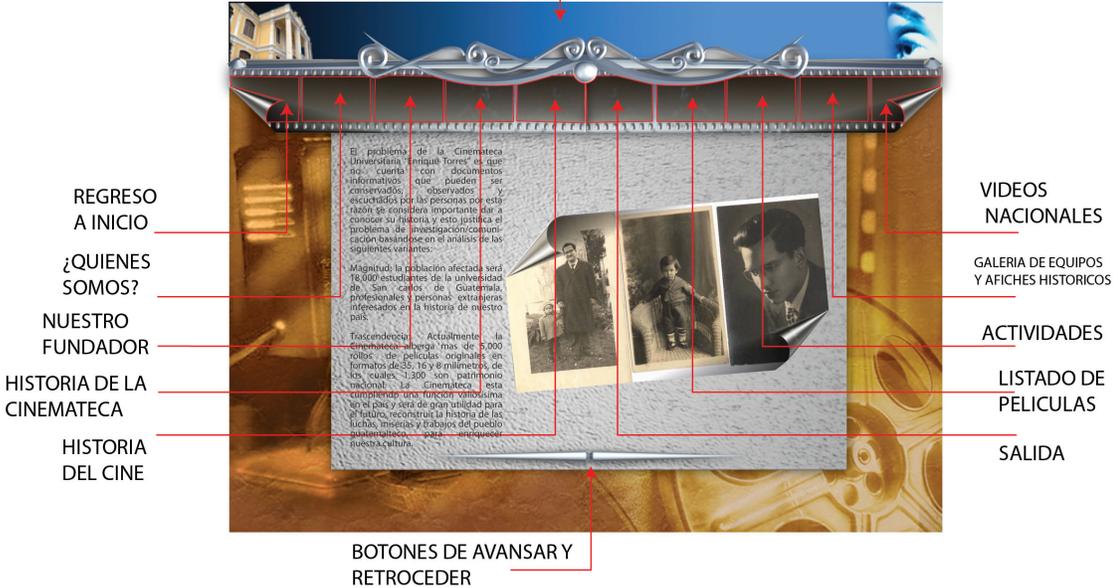


Además, se idearon Banners animados para proyectar mensajes culturales.



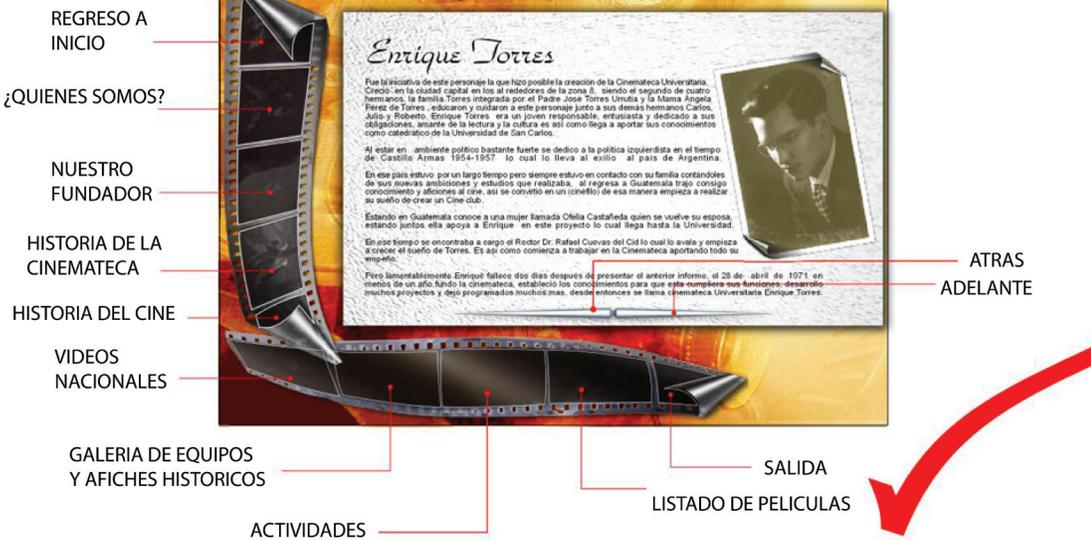
De esta manera, llegamos a la ubicación de todos los elementos diseñados en cada boceto, el cual fue mostrado al cliente para ser aprobado.

BANNER EN MOVIMIENTO

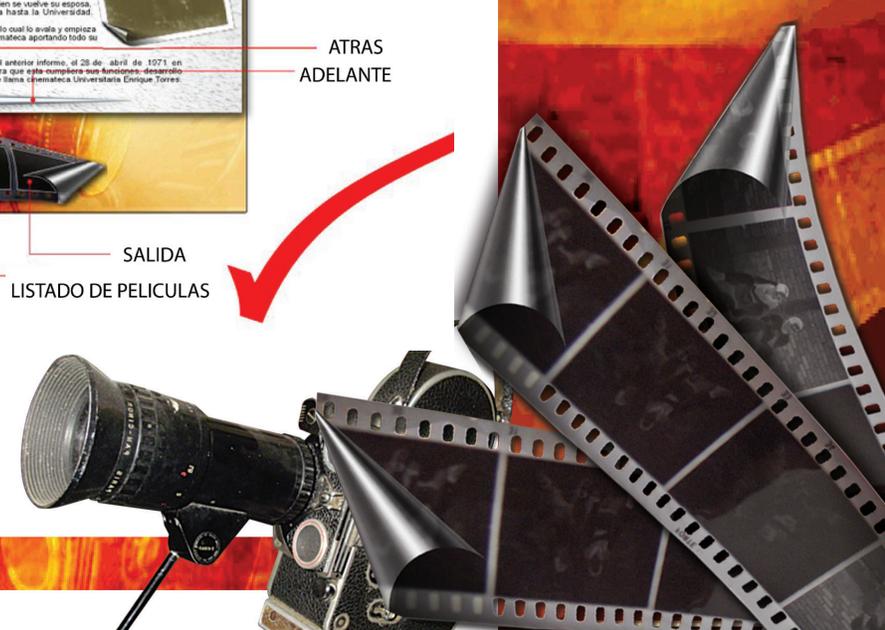


Al tener luz verde en el boceto elegido se realizó la animación y diagramación de cada elemento, luego de darle la funcionalidad, se diseñó la portada del disco, contraportada de la caja del disco y un manual que contendrá datos importantes de uso.

BANNER EN MOVIMIENTO



Historia  
en  
Imágenes



## Estructuración de la Restauración de Afiches impresos en tarjetas de Teléfono

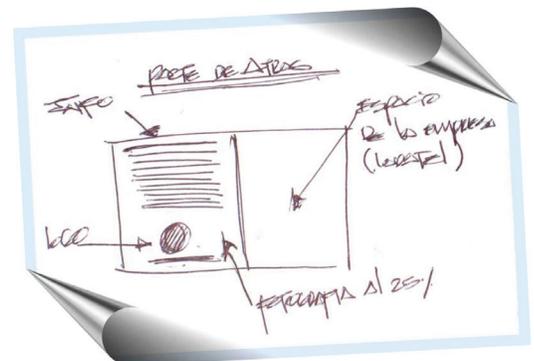
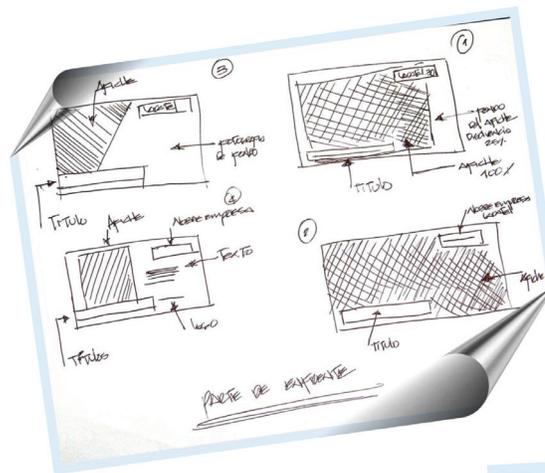
### 4.5. Presentación

Los afiches serán recreados o restaurados digitalmente para que se puedan imprimir y exhibir en tarjetas de teléfono de 2 1/8 x 3 1/8 de Plg aproximadamente.

### 4.6. Contenido

Imagen de afiche  
Fotografía de fondo  
Breve información de afiche o imagen fotográfica  
Logotipo de la Cinemateca  
Mensajes culturales de apoyo  
Espacio esquemático reservado de la empresa patrocinadora

Una vez obtenida la estructuración, se realizaron los pre-bocetos de lo que queríamos implementar. Estos elementos fueron fotografías y textos organizados simuladamente dentro de las tarjetas de teléfono. Se realizaron cuatro formas diferentes a mano alzada, pero siempre guardando el esquema de diseño antiguo y los espacios permitidos.



Según el análisis de los pre-bocetos, se escogió uno, que es el que consideramos más factible por su ubicación de elementos y así proceder al diseño digital, lo cual fue la restauración de los afiches históricos deteriorados, ubicando las zonas afectadas del material, restaurándolas y otorgándole más color a las imágenes, llegando así a un estado perfecto.

1er Ejemplo del proceso de  
Restauración de Afiches

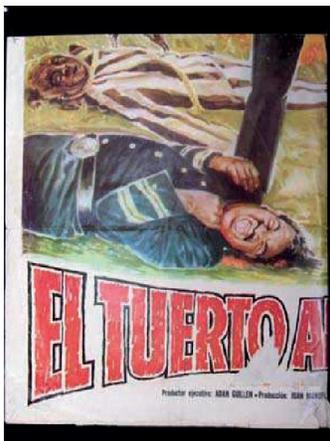
Paso 1



Paso 4



Paso 2



Paso 3



Historia  
en Imágenes



Historia  
Imágenes

2do Ejemplo del proceso de  
Restauración de Afiches

Paso 1



Paso 4



Paso 2



Paso 3



Luego de este proceso, se elaboraron fotografías cinematográficas, sinopsis del afiche, logotipo de la Cinemateca, dirección y teléfonos. Después de ubicar todos los elementos diseñados, se le mostró al cliente la versión final, quien la aprobó.

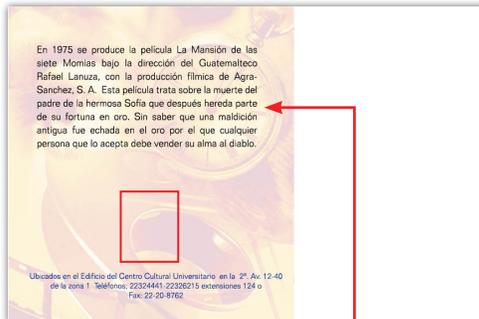
TARJETAS DE TELÉFONO TIRO Y RETIRO

Área para imagen de afiche

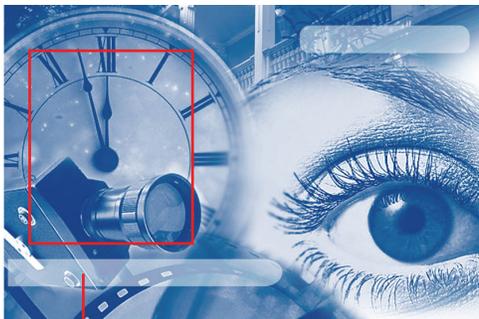


Logotipo de la Cinemateca

Área para patrocinador



Sinopsis del Afiche



Área para Texto



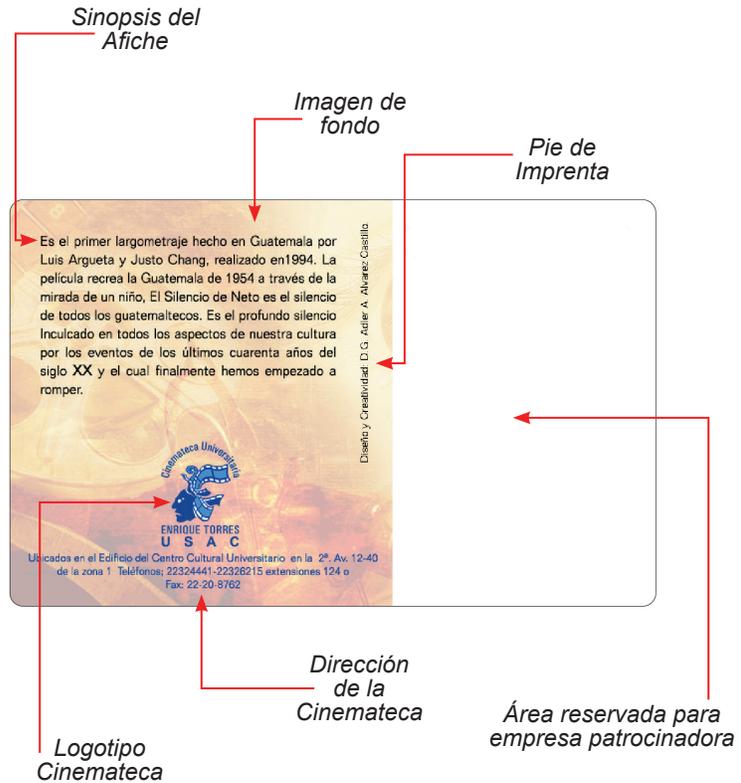
Dirección de la Cinemateca

Historia  
Imágenes



Después de ubicar todos los elementos diseñados, se le mostró al cliente la versión final, quien la aprobó

# Historia Imágenes



## Capítulo 5: Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

Para comprobar la eficacia de las piezas, utilizamos el Método de cuatro etapas, para solucionar las necesidades planteadas. Lo desarrollaremos por medio de la Etapa Evaluativa, que constituye los resultados positivos o negativos de nuestro receptor hacia los diseños realizados

La técnica para la comprobación del CD interactivo y la Restauración de afiches impresos en tarjetas de telefónicas fue la encuesta. Se seleccionó porque es una técnica que permite recolectar información, opiniones, gustos y actitudes del grupo objetivo por medio de preguntas escritas. De esta manera, se puede establecer el conocimiento de la relación causa y efecto, esto quiere decir que nuestra encuesta está contenida por medio de

### **Encabezado** **Preguntas de Control** **Cuerpo**

En el encabezado se lee: Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Licenciatura en Diseño Gráfico, Encuesta sobre Nuestra Historia en imágenes en CD Interactivo y en tarjetas de teléfono de la Cinemateca Universitaria "Enrique Torres, noviembre 2005. Todas estas encuestas están dirigidas a los jóvenes entre los 18 a 35 años y adultos entre los 35 a 70 años que son el grupo objetivo del proyecto. Además, se presentaran a Diseñadores Gráficos para validar técnicamente los elementos utilizados en las piezas de diseño

Con los datos de las encuestas se procedió a la tabulación y clasificación:

### **Diseño de encuestas** **Encuestas para Diseñadores Gráficos** **Encuesta para el Grupo objetivo**





**Universidad de San Carlos de Guatemala Facultad de Arquitectura Licenciatura en Diseño Gráfico,  
Encuesta sobre Nuestra Historia en Imágenes en CD interactivo y en tarjetas de Teléfono de la  
Cinemateca Universitaria "Enrique Torres" Noviembre 2005**

1 ¿Cómo clasificaría usted la ubicación de los elementos gráficos dentro del espacio del CD

Excelnete          Bueno          Regular

2 ¿Cómo clasificaría usted el Dinamismo?

Excelnete          Bueno          Regular

3 ¿Cómo clasificaría usted la forma y el color utilizados en el diseño?

Excelnete          Bueno          Regular

4. ¿Cómo clasificaría usted la diagramación?

Excelnete          Bueno          Regular

5. ¿Cómo clasificaría usted el uso de la tipografía?

Excelnete          Bueno          Regular

6. ¿Cómo clasificaría usted el diseño de las fotografías?

Excelnete          Bueno          Regular

7. ¿Cómo clasificaría usted la atracción visual?

Excelnete          Bueno          Regular

8. ¿Cómo clasificaría usted la animación utilizada para el CD?

Excelnete          Bueno          Regular

9. ¿Cómo clasificaría usted la interactividad del CD?

Excelnete          Bueno          Regular

10. ¿Cómo clasificaría usted el mensaje transmitido por medio de todos los elementos gráficos expuestos en el CD y las Tarjetas de teléfono?

Excelnete          Bueno          Regular

11. ¿Cómo clasificaría usted la comprensión del CD y las Tarjetas de teléfono?

Excelnete          Bueno          Regular





Universidad de San Carlos de Guatemala Facultad de Arquitectura Licenciatura en Diseño Gráfico,  
Encuesta sobre Nuestra Historia en Imágenes en CD interactivo y en tarjetas de Teléfono de la  
Cinemateca Universitaria "Enrique Torres"  
Noviembre 2005

Sexo \_\_\_M\_\_\_ F Profesion u oficio \_\_\_\_\_

Instrucciones: Por favor responda las siguientes preguntas que a continuación se le presentan:

1. ¿Conoce usted la ubicación, la historia y las actividades de la Cinemateca Universitaria Enrique Torres?  
Si No
2. ¿Conoce la historia y trayectoria que ha tenido el cine guatemalteco?  
Si No
3. ¿Le gustaría adquirir un CD interactivo y Tarjetas de teléfono coleccionables que muestran imágenes, historia y cultura sobre el Cinemateca Universitaria Enrique Torres y todo el papel que desempeña en el ambiente cinematográfico Guatemalteco de carácter educativo?  
Si No
4. Cómo clasificaría usted la introducción del CD?  
Excelnete Bueno Regualr
5. ¿Como clasificaría usted el diseño de la sección principal donde se encuentra toda la información del CD?  
Excelnete Bueno Regualr
6. ¿Cómo clasificaría usted los temas que muestra el CD?  
Excelnete Bueno Regualr
7. ¿Cómo clasificaría usted la sección de películas Guatemaltecas?  
Excelnete Bueno Regualr
8. ¿Cómo clasificaría usted el movimiento y animación de los elementos en Diseño?  
Excelnete Bueno Regualr
9. ¿Cómo clasificaría usted la navegación utilización del CD interactivo?  
Excelnete Bueno Regualr
10. ¿Cómo clasificaría usted el Diseño de las tarjetas de teléfono?  
Excelnete Bueno Regualr
11. ¿Cómo clasificaría usted los colores utilizados en el Diseño de Tarjetas?  
Excelnete Bueno Regualr
12. ¿Cómo clasificaría usted la información utilizada en las tarjetas?  
Excelnete Bueno Regualr

Historia  
Imágenes



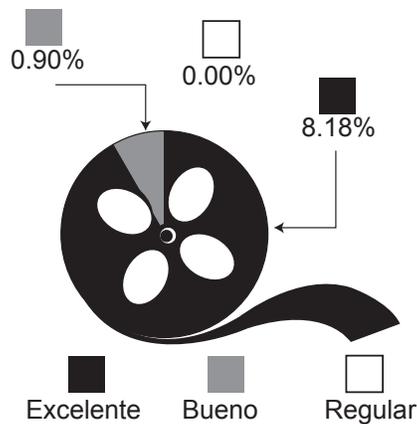
Tablas y graficas de las encuestas para diseñadores Gráficos

Tablas de preguntas y respuestas  
Encuestas para Diseñadores Gráficos, diez respuestas por cada preguntas

No.	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
		EXCELENTE	BUENO	REGULAR
1	¿Cómo clasificaría usted la ubicación de los elementos gráficos dentro del espacio del CD?	1	1	1
2	¿Cómo clasificaría usted el dinamismo?	3	3	3
3	¿Cómo clasificaría usted la forma y el color utilizados en el diseño?	4	4	4
4	¿Cómo clasificaría usted la diagramación?	5	5	5
5	¿Cómo clasificaría usted el uso de la tipografía?	6	6	6
6	¿Cómo clasificaría usted el diseño de las fotografías?	8	8	8
7	¿Cómo clasificaría usted la atracción visual?	9	9	9
8	¿Cómo clasificaría usted la animación utilizada para el CD?	90	90	90
9	¿Cómo clasificaría usted la interactividad del CD?	12	12	12
10	¿Cómo clasificaría usted el mensaje transmitido por medio de todos los elementos gráficos expuestos en el CD y las Tarjetas de teléfono?	4	4	4
11	¿Cómo clasificaría usted la comprensión del CD y las Tarjetas de teléfono?	6	6	6

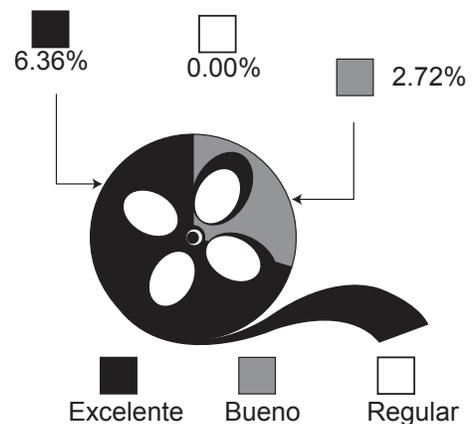
**PREGUNTA NO.1**

¿Cómo clasificaría usted la ubicación de los elementos gráficos dentro del espacio del CD?



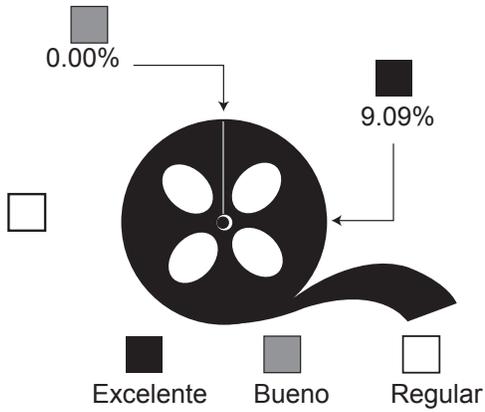
**PREGUNTA NO.2**

¿Cómo clasificaría usted el Dinamismo?



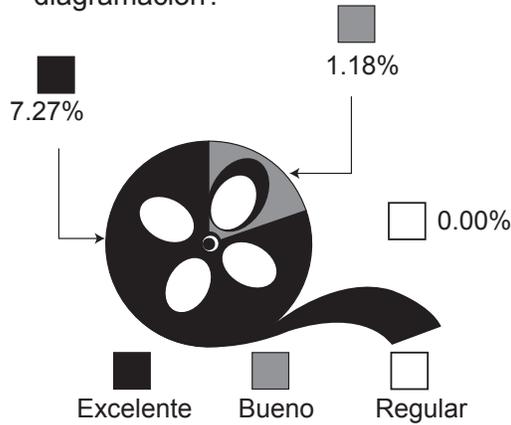
**PREGUNTA NO.3**

¿Cómo clasificaría usted la forma y el color utilizados en el diseño?



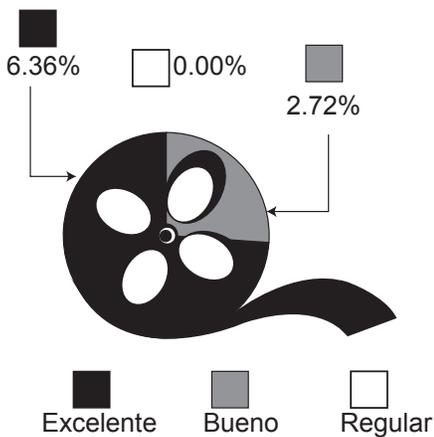
**PREGUNTA NO.4**

¿Cómo clasificaría usted la diagramación?



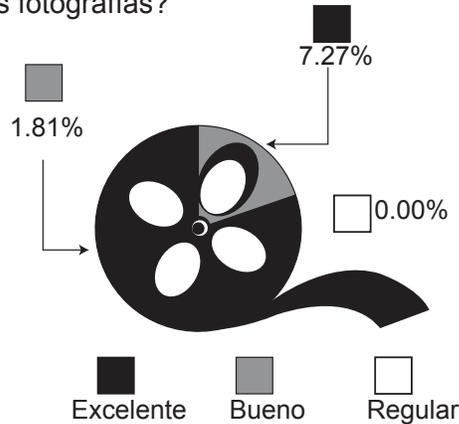
**PREGUNTA NO.5**

¿Cómo clasificaría usted el uso de la tipografía?



**PREGUNTA NO.6**

¿Cómo clasificaría usted el diseño de las fotografías?

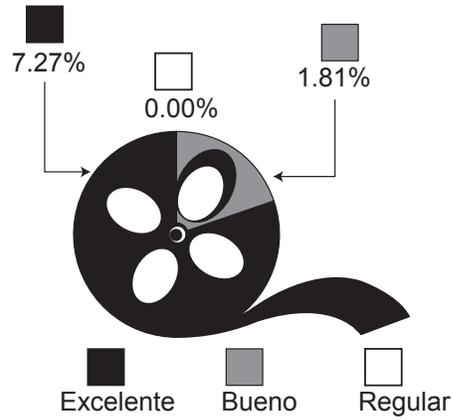


Historia  
Imágenes



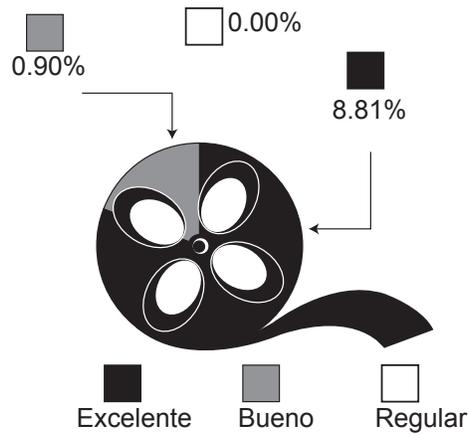
**PREGUNTA NO.9**

¿Cómo clasificaría usted la interactividad del CD?



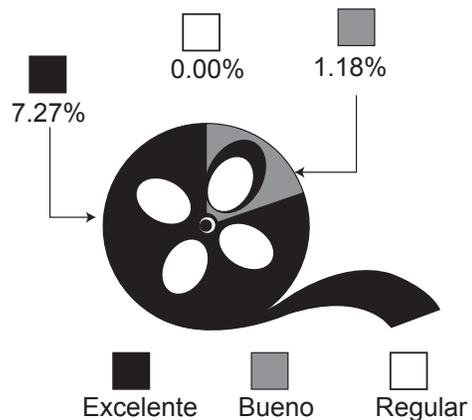
**PREGUNTA NO.7**

¿Cómo clasificaría usted la atracción visual?

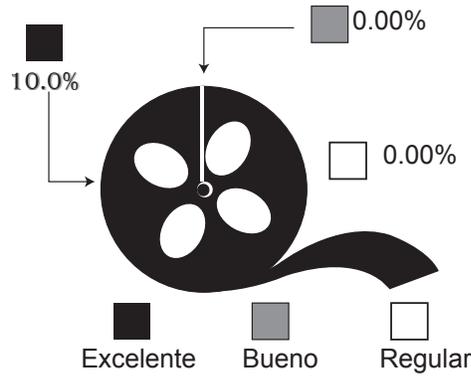


**PREGUNTA NO.8**

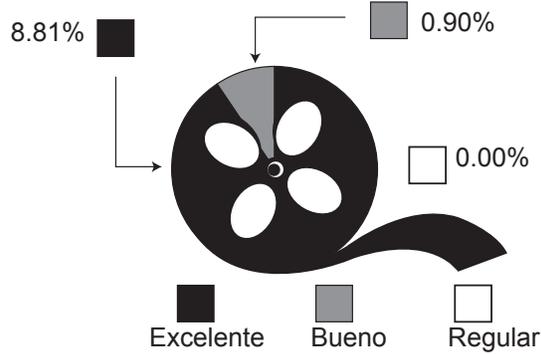
¿Cómo clasificaría usted la animación utilizada para el CD?



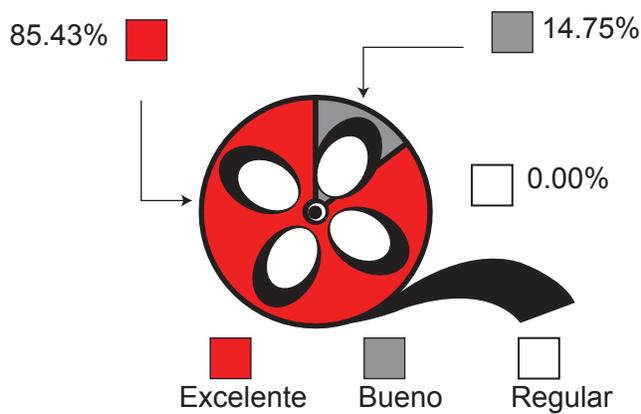
**PREGUNTA NO.10** ¿Cómo clasificaría usted el mensaje transmitido por medio de todos los elementos gráficos expuestos en el CD y las Tarjetas de teléfono?



**PREGUNTA NO.11** ¿Cómo clasificaría usted la comprensión del CD y las Tarjetas de teléfono?



**RESULTADO FINAL DE LA EFICACIA DE LAS PIEZAS POR MEDIO DEL DISEÑO GRÁFICO**



**RESULTADO 100%**

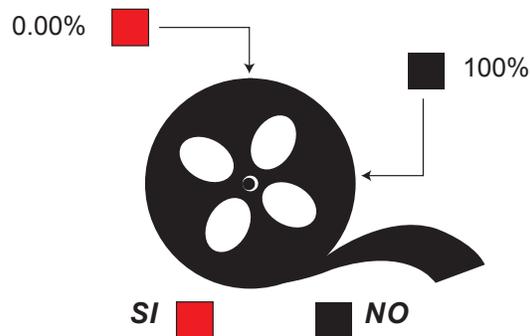
Historia  
Imágenes



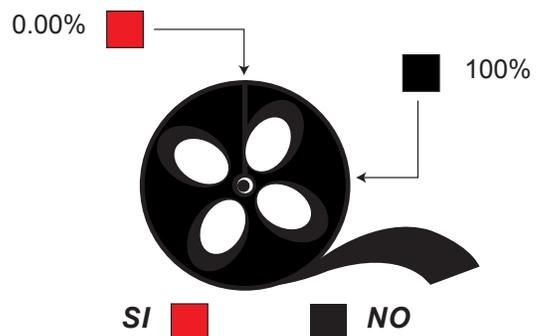
*Tablas y Gráficas de las Encuestas para Los Grupos Objetivos*

<i>Tablas No. 1</i>			
<i>Preguntas de Comprensión para el Grupo Objetivo</i>			
No.	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
		SI	NO
1	Conoce usted la ubicación, la historia y las actividades de la Cinemateca Universitaria Enrique Torres?	0	20
2	¿Conoce la historia y trayectoria que ha tenido el cine guatemalteco?	0	20

**PREGUNTA NO.1** Conoce usted la ubicación, la historia y las actividades de la Cinemateca Universitaria Enrique Torres?



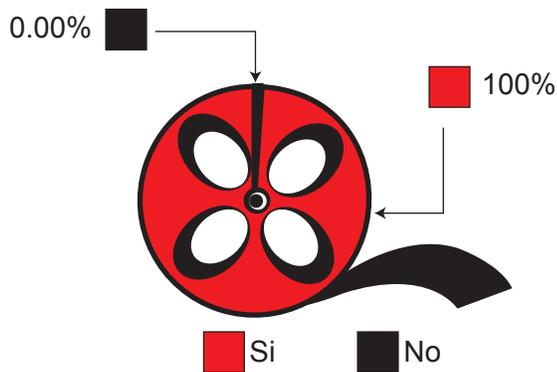
**PREGUNTA NO.2** ¿Conoce la historia y trayectoria que ha tenido el cine guatemalteco?



Tablas No. 2			
Preguntas de Atracción Encuesta para el Grupo Objetivo			
No.	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
		SI	NO
3	¿Le gustaría adquirir un CD interactivo y tarjetas de teléfono coleccionables que muestran imágenes, historia y cultura sobre el Cinemateca Universitaria Enrique Torres y todo el papel que desempeña en el ambiente cinematográfico Guatemalteco de carácter educativo?	19	1

**PREGUNTA NO.3**

¿Le gustaría adquirir un CD interactivo y Tarjetas de teléfono coleccionables que muestran imágenes, historia y cultura sobre el Cinemateca Universitaria Enrique Torres y todo el papel que desempeña en el ambiente cinematográfico Guatemalteco de carácter educativo?



Historia  
Imágenes

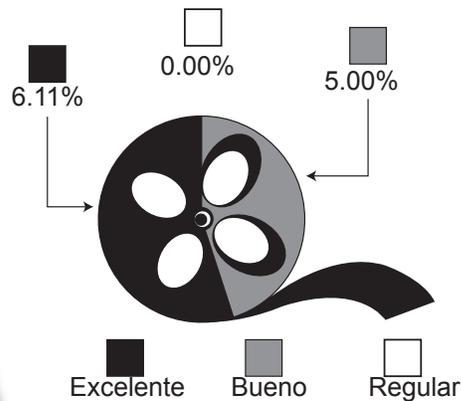


*Tablas No. 3*  
*Preguntas de Aceptabilidad Encuestas para el Grupo Objetivo*

No.	PREGUNTAS	RESPUESTAS		
		EXCELENTE	BUENO	REGULAR
4	¿Cómo clasificaría usted la introducción del CD?	11	9	0
5	¿Como clasificaría usted el diseño de la sección principal donde se encuentra toda la información del CD?	13	7	0
6	¿Cómo clasificaría usted los temas que muestra el CD?	11	9	0
7	¿Cómo clasificaría usted la sección de películas Guatemaltecas?	14	6	0
8	¿Cómo clasificaría usted el movimiento y animación de los elementos en Diseño?	15	5	0
9	¿Cómo clasificaría usted la navegación utilización del CD interactivo?	14	6	0
10	¿Cómo clasificaría usted el Diseño de las tarjetas de teléfono?	17	3	0
11	¿Cómo clasificaría usted los colores utilizados en el Diseño de Tarjetas?	16	4	0
12	¿Cómo clasificaría usted la información utilizada en las tarjetas?	14	6	0
<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>		<b>125</b>	<b>55</b>	<b>0</b>

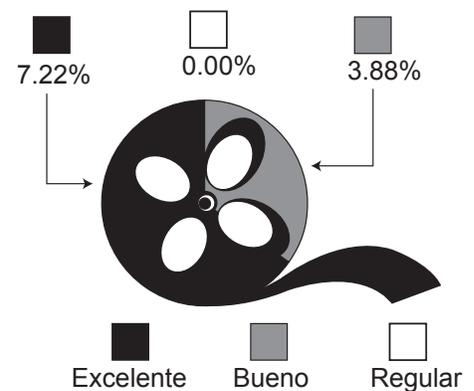
**PREGUNTA NO.4**

¿Cómo clasificaría usted la introducción del CD?



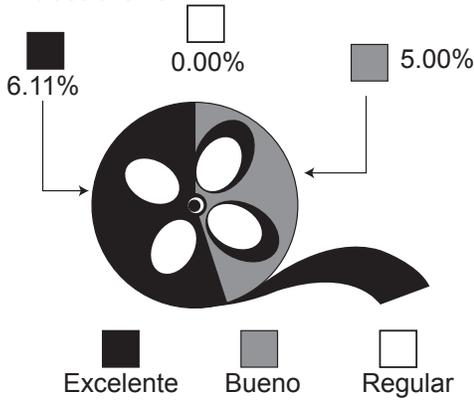
**PREGUNTA NO.5**

¿Como clasificaría usted el diseño de la sección principal donde se encuentra toda la información del CD?



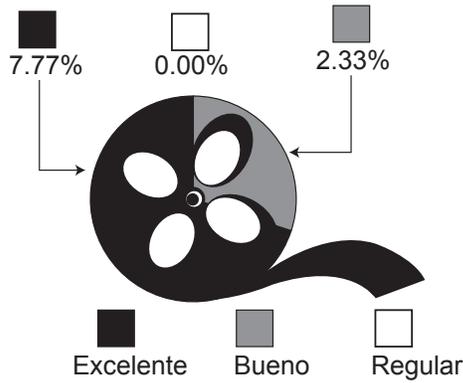
**PREGUNTA NO.6**

¿Cómo clasificaría usted los temas que muestra el CD?



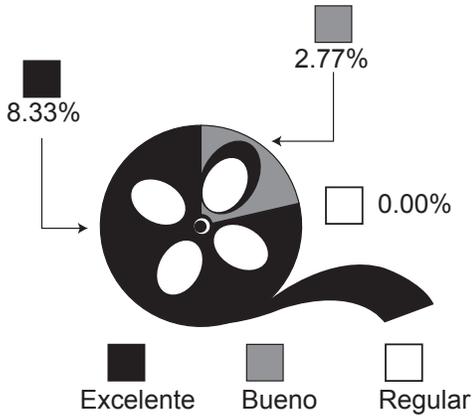
**PREGUNTA NO.7**

¿Cómo clasificaría usted la sección de películas Guatemaltecas?



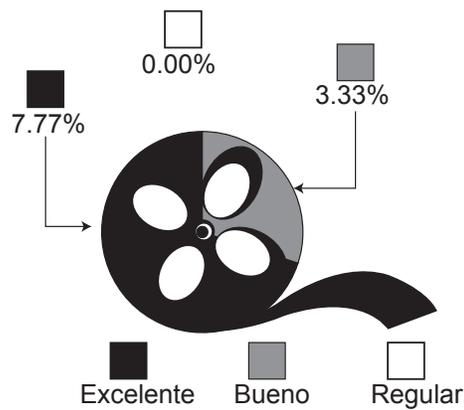
**PREGUNTA NO.8**

¿Cómo clasificaría usted el movimiento y animación de los elementos en Diseño?



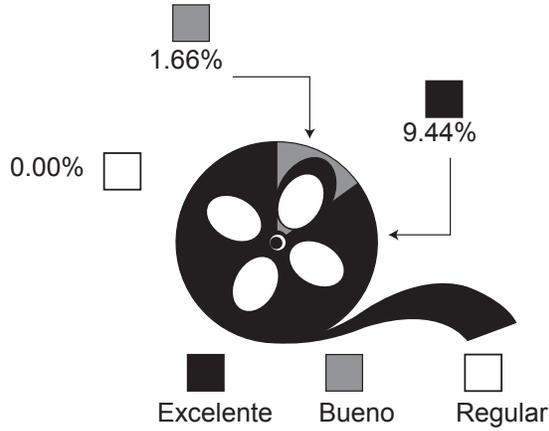
**PREGUNTA NO.9**

¿Cómo clasificaría usted la navegación utilización del CD interactivo?



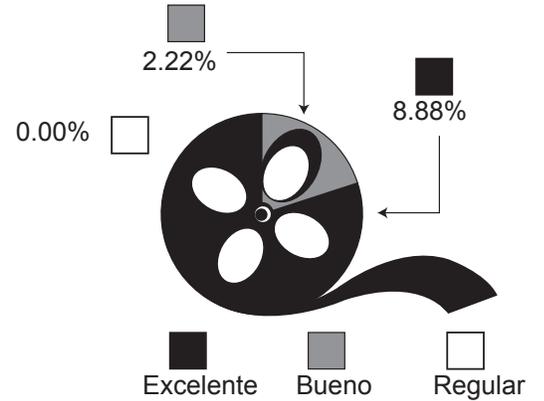
**PREGUNTA NO.10**

¿Cómo clasificaría usted el Diseño de las tarjetas de teléfono?



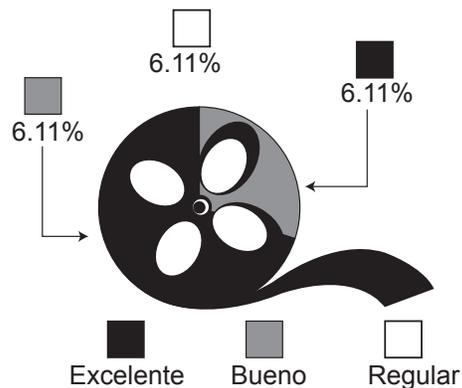
**PREGUNTA NO.11**

¿Cómo clasificaría usted los colores utilizados en el Diseño de Tarjetas?

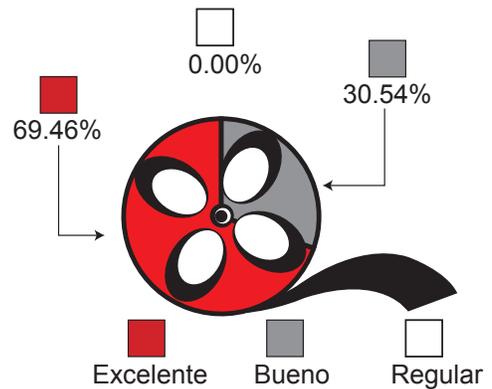


**PREGUNTA NO.12**

¿Cómo clasificaría usted la información utilizada en las tarjetas?



**RESULTADO FINAL DE LA EFICACIA DE LAS PIEZAS POR MEDIO DEL GRUPO OBJETIVO**



**RESULTADO 100%**

De acuerdo con la tabulación y la realización de las gráficas, se pudo verificar que la respuesta de las primeras diez encuestas a Diseñadores Gráficos aportaron estos 85.43% Excelente, 14.75% Buena y el 0.00% Regular. La opinión constructiva de Técnicos y Profesionales es aceptable en un 100% de efectividad.

La veinte encuestas restantes que fueron dirigidas a los grupos objetivos el resultado en las preguntas de Comprensión es que el 100% de las personas encuestadas no conocen la Historia del cine guatemalteco ni la trayectoria, ubicación y actividades de la Cinemateca Universitaria Enrique Torres.

En las preguntas de atracción, el 95% de los encuestados está interesados en adquirir este material para cultura general. En las preguntas de aceptabilidad el 69.43% fue Excelente, el 30.54% en Buena y el 0.00% en Regular.

Todo este proceso lleva a la conclusión de que muchos guatemaltecos no tienen conocimiento de la Cinemateca Universitaria "Enrique Torres" y el papel que desempeña en el ambiente cinematográfico. Por lo anterior este proyecto es efectivo, pues da a conocer un patrimonio de gran valor por medio de materiales totalmente educativos y accesibles al público.

### 5.1 Respuesta Gráfica Final y fundamentación

La propuesta final del proyecto son: el CD interactivo y las Tarjetas de teléfono, ambos constituyen una herramienta eficaz en la demostración de los diferentes temas, fotografías e historia de la organización. Se constató; por medio de la técnica de la encuesta, que su diseño es atractivo y dinámico. Sus colores producen impacto visual, su tipografía es legible y no cansa la vista, todos los elementos diseñados dentro de los proyectos son adecuados, porque promueven el mensaje correctamente ideado para el receptor.

Todo lo anterior se demuestra por medio de los materiales gráficos e interactivos, que son una forma directa de divulgación, tienen un largo tiempo de vida, son económicos, accesibles, pequeños en su forma física y fáciles de transportar. La razón de idear este tipo de material es que la Cinemateca Universitaria "Enrique Torres" es una organización no lucrativa y no la conocen una buena cantidad de personas. De esta manera, se dará a conocer por medio del Proyecto la Divulgación y Restauración del Patrimonio Cinematográfico Guatemalteco los patrocinadores serán empresas privadas que contribuirán a preservar y divulgar el patrimonio guatemalteco y contribuirán a la solución de las necesidades planteadas.

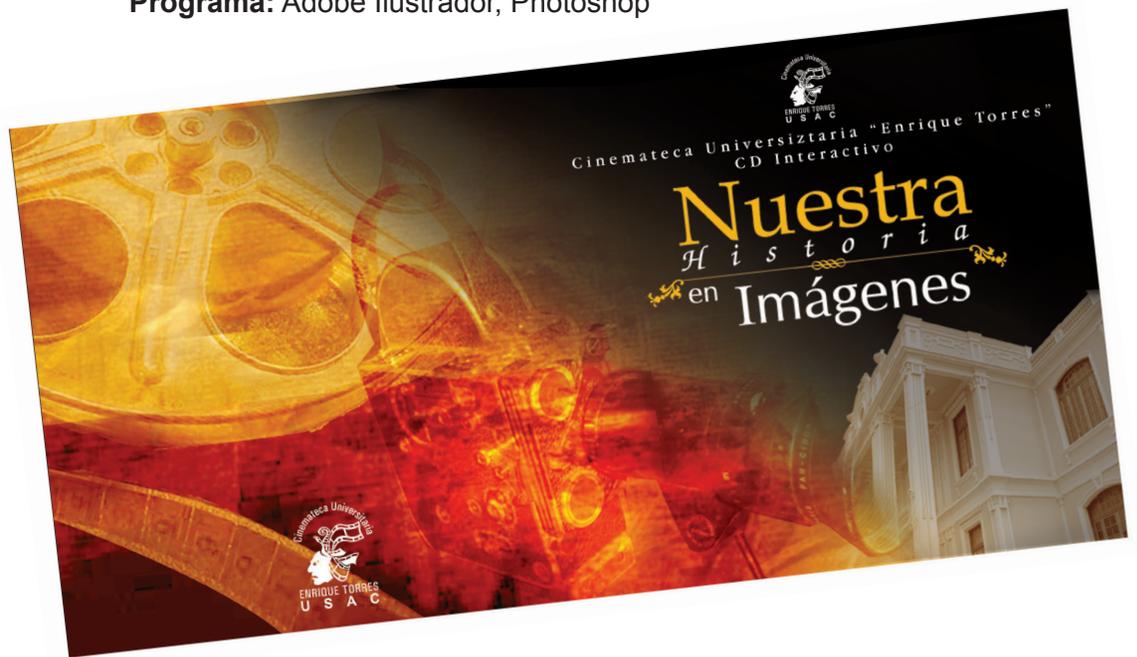


**MANUAL DE USO DEL CD:**

**Tamaño:** 9 1/2 x 4 21/32 plg

**Impresión:** Full color

**Programa:** Adobe Ilustrador, Photoshop



**CONTRAPORTADA DE  
LA CAJA DEL CD**

**Tamaño:** 5 1/16 x 4 5/8 plg

**Impresión:** Full color

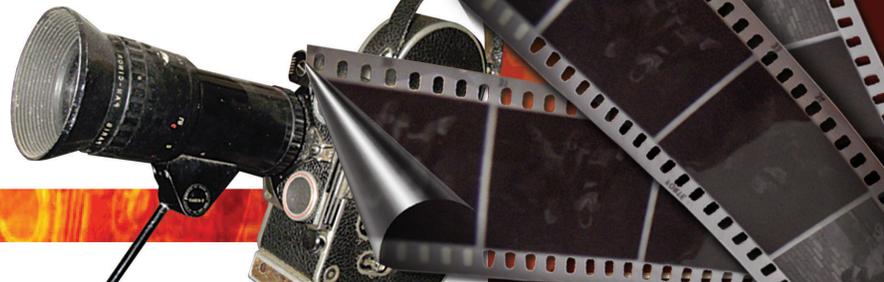
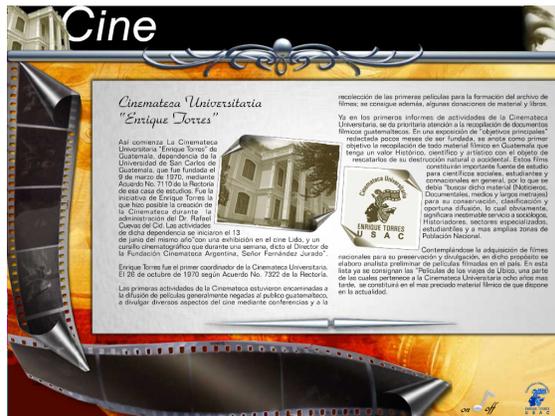
**Programa:** Adobe Ilustrador,  
Photoshop



**CARATULA DEL CD**  
**Tamaño:** 4.70 x 4.70plg  
**Impresión:** Full color Termica  
**Programa:** Adobe Ilustrador,  
 Photoshop



# Historia en Imágenes



**ARTES FINALES DE TARJETAS DE TELEFONO  
COLECCIONABLES**

**TIRO Y RETIRO**

**Tamaño:** 2 1/8 x 3 1/8 plg

**Impresión:** Full Color

**Programas:** Adobe Ilustrador,  
Photoshop

**TIRO**



**RETIRO**



**TIRO**



**RETIRO**



TIRO



**JUAN GALLARDO**  
**IRKANDA MORA**  
**REBECA SILVA**  
**LEONARDO MIRAM**  
**MARCABREN SISA**

**LA MUERTE TAMBIEN CABALGA**

**Ladatel Q.30**

Descubre El Cine  
Guatemalteco

Colección de Afiches Cinematográficos

RETIRO

Es una película realizada bajo la Dirección Otto Coronado, actuación de Juan Gallardo y el desaparecido maestro César García Cáceres (Chalio) fotografía Rafael y Carlos Lanuza, arreglo y dirección musical Joaquín Orellana. Este film trata de un delincuente, que junto a sus secuaces impone sus leyes a una población azotada por la violencia.

**Ladatel Q.30**



*Llamadas locales y de larga distancia  
Para su seguridad, solo compre tarjetas  
Ladatel en su bolsa de garantía cerrada  
o en dispensores automáticos.*

Publicidad en Tarjetas  
Fax (502) 475 4725  
Guatemala





Ubicados en el Edificio del Centro Cultural Universitario, en la 2ª. Av. 12-40 de la zona 1. Teléfonos: 22324441-22326215 extensiones 124 o Fax: 22-20-9762

TIRO



**JUAN GALLARDO**  
**LEONARDO MIRAM**  
**ANTONIO RAZEL**

**EL FUERTO ANCIUSTIAC**

**Ladatel Q.30**

Rescatemos  
el patrimonio cultural de  
nuestro país

Colección de Afiches Cinematográficos

RETIRO

Es una película realizada en la época de 1974, escrita y dirigida por el cineasta guatemalteco Rafael Lanuza Martínez. Esta historia trata de un lugar donde reos condenados a más de veinte años de prisión y condenados a muerte, son llevados a trabajos forzados a la finca de Rosaura Ventura, quien es la dueña de toda la región.

**Ladatel Q.30**



*Llamadas locales y de larga distancia  
Para su seguridad, solo compre tarjetas  
Ladatel en su bolsa de garantía cerrada  
o en dispensores automáticos.*

Publicidad en Tarjetas  
Fax (502) 475 4725  
Guatemala





Ubicados en el Edificio del Centro Cultural Universitario, en la 2ª. Av. 12-40 de la zona 1. Teléfonos: 22324441-22326215 extensiones 124 o Fax: 22-20-9762

Historia  
en  
Imágenes

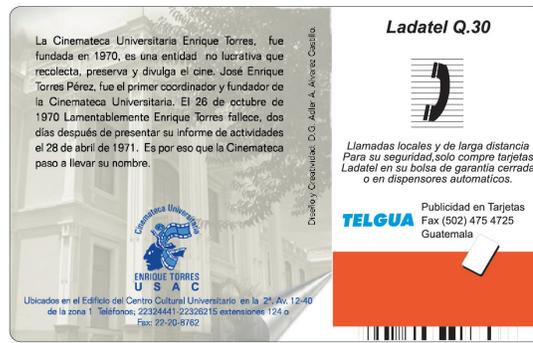


**TIRO Y RETIRO**  
**Tamaño:** 2 1/8 x 3 1/8 plg  
**Impresión:** Full Color  
**Programas:** Adobe  
 Ilustrador, Photoshop

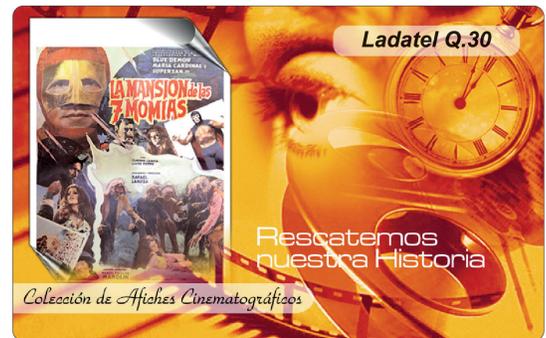
**TIRO**



**RETIRO**



**TIRO**



**RETIRO**



**TIRO Y RETIRO**

**Tamaño:** 2 1/8 x 3 1/8 plg

**Impresión:** Full Color

**Programas:** Adobe Ilustrador, Photoshop

**TIRO**



**RETIRO**



Historia  
Imágenes



**AFICHES REVITALIZADOS**

Tamaño: 70 x 1.10 cms

Impresión: Full Color

Programas: Photoshop

Historia  
Imágenes



# Historia Imágenes

## *Conclusiones*

El proyecto La Divulgación y la Restauración del Patrimonio Cinematográfico Guatemalteco abrirá brecha para que se desarrolle y divulgue la organización y el cine guatemalteco, con ideas, proyectos y patrocinios en pro de la difusión de su historia, trayectoria y actividades.

También ayudará a personas involucradas en la Cinemateca, pues que contarán con la base para desarrollar otros proyectos. El estudio y análisis denotara un pobre conocimiento de la cultura, sin embargo, evidencia su interés por conocer este tipo de material informativo. Todo ello coadyuvará a la consecución de los objetivos planeados.



## *Lineamientos para la puesta en practica de la propuesta*

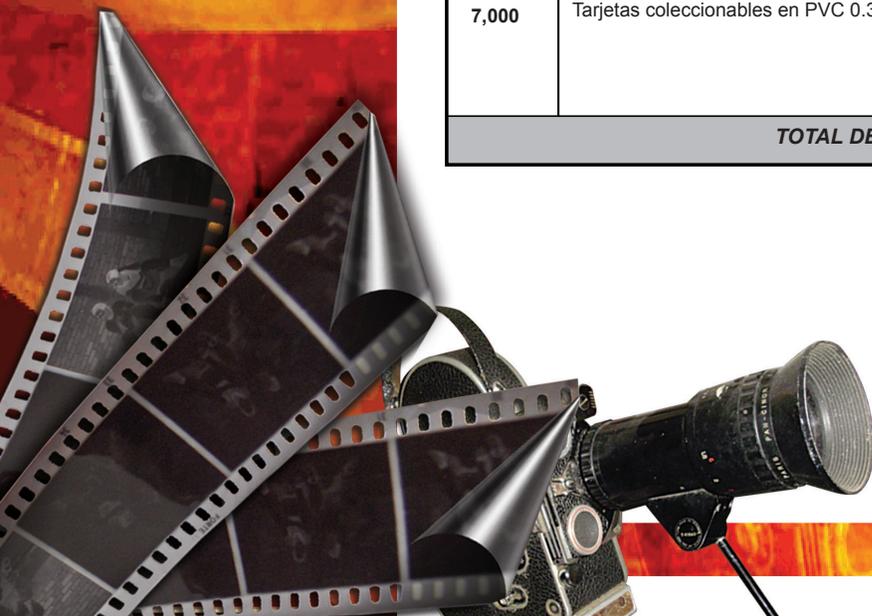
Se recomienda proteger y conservar este material para futuros diseñadores gráficos, publicistas y todas aquellas personas que aborden proyectos similares y deseen guardar la línea de diseño utilizado.

Además, se les sugiere difundir este material en entidades nacionales y extranjeras , como Centros culturales, Institutos de Turismo, Bibliotecas, Universidades, Colegios y eventos de la Cinemateca para darse a conocer en todo el territorio guatemalteco y fuera del él.

Los medios y costos sugeridos podrían ser obsoletos en poco tiempo por ello sugerimos en otros medios de impresión como:

CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO UNIDAD	PRECIO UNIDAD
500	CDs en impresión termal, quemados con caja ancha transparente fondo negro, encelofanados con servicio de introducir el manual y la contraportada impresa de la caja del CD.	Q 13.00	Q6,500.00
500	Manuales impresos en tiro y retiro de 5 15/16 x 4 5/8 plg a full color en papel couche C80 3 signaturas 12 paginas engrapadas con Barniz normal	Q 4.04	Q 2,020.00
500	Contraportadas para caja de Cd de 9 ½ x 4 21/32 de plg impresa full color en un solo tiro en papel couche C80 con Barniz normal.	Q 1.89	Q 945.00

CANTIDAD	PRODUCTO	PRECIO UNIDAD	PRECIO UNIDAD
7,000	Tarjetas coleccionables en PVC 0.30 mm impresas en Full color tiro y retiro	Q 8.03	Q 56,227.50
<b>TOTAL DE INVERSION</b>		<b>Q 65,692.50</b>	



## STICKER WATER PROOF SURFACE, PARA CARATULAS DE CD

### Ventaja y desventaja

Este material reduce los costos, es resistente al agua y tiene una buena presentación profesional como el sugerido en la cotización. Lamentablemente es un material no resistente a raspones y cortes, puede ser despegado intencionalmente de su ubicación con lo cual se pierde el diseño realizado.

## IMPRESIÓN INJECT PARA CARATULA DE CD

### Ventaja y desventaja

En el mercado de producción es un material económico, es utilizado frecuentemente en proyectos personales que no le exijan mucha calidad de impresión y profesionalismo. Este material no es resistente al agua, su impresión no es de calidad profesional tampoco tiene una buena calibración de color para un proyecto donde se involucran críticas y comentarios de observación.

## IMPRESIÓN DE MANUALES Y CONTRAPORTADA DE LA CAJA DEL CD INTERACTIVO EN PAPEL BOND 80

### Ventaja y desventaja

Es un material que reduce significativamente el costo de la impresión. Es utilizado en cualquier pieza de diseño, por ejemplo afiches, volantes, sobres etc. Las desventajas de este material es que no es muy resistente al movimiento brusco del usuario, a los diversos ambientes que se presenten, su calidad de impresión no es de tanta calidad fotográfica, su presentación no sería muy profesional para el uso que se le dará a este proyecto.

**NOTA:** para bajar aun mas el costo de impresión del Manual del CD interactivo podría imprimirse la primera Signatura (Portada ) a full color y las signaturas interiores imprimirse en monocromo.

## IMPRESIÓN DE TARJETAS COLECCIONABLES EN PAPEL COUCHE 100

### Ventaja y desventaja

Es una material de calidad fotográfica, tiene presentación profesional. Puede ser conservado por mucho mas tiempo por medio de las aplicaciones de Barniz UV, es resistente se conserva adecuadamente. Es muy utilizado en diversidad de diseños como cajas farmacéuticas, perfumes, manuales, tarjetas, etc. Las desventajas es que si el usuario no lo conserva adecuadamente, podría deteriorarse por los diferentes ambientes a que se expongan, por ejemplo, agua, fuego, cortes, golpes, dobleces etc.



**NOTA:** Se sugiere implementar en este material el diseño si no se encontrara el patrocinio en tarjetas de teléfono.

A continuación se explica como debe ser actualizado el CD interactivo bajo lineamientos ejemplificados. Se recomienda que para actualizar este material, no se cambien la estructura establecida, ni el diseño.

Lo único que deben actualizar son los textos, fotografías y películas. La persona que se encargue de actualizar el amterial debe de tener la capacidad y conocimientos básicos de todos los programas mecionados para mejorar la calidad, ya que si no se toma en cuenta estos aspectos el proyecto se degenerara.

El CD interactivo fue realizado bajo una variedad de programas o plataformas interactivas que se conocen en el mercado de Software y en el campo del Diseño Gráfico.

En este proyecto se utilizaron programas como Macro Media Free Hand Mx, Cinema 4d, Photoshop 7, Swish 1.5, Corel Drawn 12 y Adobe Premier que fueron soportes de ayuda para colocar toda la información en la plataforma mas importante que seria Flash MX donde se encuentra todo el proyecto que con anterioridad explicamos, se utilizaron formatos Flash como el punto EXE, SWF Y FLA que son esenciales en el mismo.

Este CD esta estructurado por una pagina de inicio, que esta en red con los menus de información. Es la pagina central del proyecto donde se conecta con la demás paginas animadas con información, fotografías y videos.

### **ACTUALIZACIÓN DE TEXTOS INFORMATIVOS Y FOTOGRAFÍAS**

- Ubicar CD que contenga los archivos FLA que son los documentos que dejamos abiertos para actualizaciones
- Escoger que archivo se actualizara por Ejemplo CINEMATECA.FLA
- Abrir archivo seleccionado
- Al tener la vista del archivo abierto se lee CINEMATECA.FLA encontrarás un cuadro de color gris de lado derecho, haz doble click sobre él y entrarás a una nueva escena. Allí encontraras en la parte superior, 3 layers llamados Textos, Botones, y Bandeja. Posiciónate en el layer de Textos. En el Frame No. 3 con el cursor de tu Mause posiciónate en el centro del escenario donde se encuentra el cuadro gris con una crucita en medio.

Haz doble click sobre la crucita y entraras a una nueva escena, allí encontraras un layer llamado No.1 que contiene una animación den Motion Tween de color azul. Posiciónate en el Frame No.15 y verás el texto o información que buscabas.



Ahora, para cambiarlo, editarlo o eliminarlo dale doble click al texto que se ve en el escenario y entrarás una nueva escena donde podrás actualizarlo.

Para salir de esas escenas solo posicónate con tu Mause en la barra de escenas que se encuentran debajo de la línea de tiempo o Frames y dale click al icono de escena 1 y listo, te encontrarás en el principio del archivo.

Nota: los textos de información fueron convertidos a Path (a líneas) ya que fueron diagramados en Free Hand y pegados en un Flash para obtener el efecto del contorno o forma de las fotografías en diagramación.

## ACTUALIZACION DE PELÍCULAS

- Ubicar CD que contenga los archivos FLA que son los documentos que dejamos abiertos para las actualizaciones
- Seleccionar el archivo que se actualizara por Ejemplo LA CASA.FLA
- Abrir archivo
- Al tener la vista del archivo LA CASA.FLA abierto encontrarás un cuadro de color gris (Bandeja) en el centro del escenario. En la parte superior, donde se encuentran los layers, hay un layer llamado Fondo, haz click en el Frame que aparece en ese layer y notarás que en el escenario donde se encuentra el cuadro gris tendrá 3 crucitas.

Haz click en la última crucita que se encuentra del lado derecho y entrarás a una nueva escena. Arriba se encuentra otro layer llamado layer 1, haz click en el frame No.20 sobre ese mismo layer y verás los textos y las fotografías de un televisor.

Haz click nuevamente en la imagen de texto y fotografía y entrarás a una nueva escena, haz click nuevamente, nuevamente en la imagen del televisor y encontrarás una nueva escena con layers llamados Botones, Marco, Película y Layer No.1 para cambiar la película haz a un lado el marco del televisor haz click en el layer de película y te mostrará en dónde se encuentra y listo, puedes sustituirla por otra más actual.

**NOTA:** Recuerda para hacer las actualizaciones ya sea en textos fotografías y películas, la metodología o esquema son similares.



## Bibliografía

**Barillas Barrientos, Edgar Leonel**

Febrero 1985, Documentos fílmicos de la historia contemporánea de Guatemala: Los Nitratos del LA CUET

**Barillas Barrientos, Edgar Leonel**

Sobrevivir al desastre: Rescate de tres Filmes de la Cinemateca Universitaria Enrique Torres

**Diccionario del Cine La Rousse**

Diccionario del la Informática  
Enciclopedia Didáctica de Computación

**Edware De Bono**

1993 Edición Páidos Ibérica S.A. Más allá de la competencia, La creación de nuevos valores y objetivos en la empresa

**Fernandez, Federico**

Páidos Barcelona 2001, Manual Básico de lenguaje y narrativa audiovisual.

**Gil, Gustavo**

1982 GG Diseño Barcelona, Editorial S.A.

**Gobierno de la República de Guatemala**

[www.ministeriodeculturaydeportesdeguatemala.com](http://www.ministeriodeculturaydeportesdeguatemala.com)

**Harten Peter J.**

El color en la Publicidad y artes graficas

**La Biblia de la Computación e Internet**

Manual de apoyo en comunicación. Editorial Cliprodeni

**Monografias .com**

1997 Sinexi S.A. Historia del Cine

**D.G. Mendóza Paz, Eva Graciela**

Manual de Técnicas Graficas y aplicación creativa de la letra

**Dr. Márquez B. Miguel**

Restauración digital de la fotografía: Miembro del Grupo Investigación en Estructuras, Historia y Contenido de la Comunicación, Secretario de la Sociedad de Historia de la Fotografía Española.

**Pelayo y Gross, Ramón García**

Historia Universal Enciclopedia Metódica Tercera Edición actualizada Tomo 1 Larousse

**Pelayo y Gross, Ramón García**

1955 a 1975 Editorial. Cartago Diccionario Filosófico

**Arq. Tórtola, Julio Roberto**

1999 1era Edición Caja de Cristal, Caja Negra, Metodología del Diseño



## Glosario

# Historia Imágenes

### **BANNER**

Espacio utilizado para publicidad en forma vertical u horizontal en movimientos interactivos utilizados frecuentemente en paginas web.

### **BENCHMARKING**

Proceso de comparación y medición continuamente a una organización con respecto a los líderes comerciales de cualquier lugar del mundo para obtener la información que permitirá tomar medidas necesarias para mejorar el desempeño.

### **BOCETAJE**

Son bosquejos rápidos o Layout

### **COLLAGE**

Es el montaje rítmico de distintas y breves escenas o tomas

### **CONCEPTO**

Son los organizadores de la información y la acción, los conceptos son tan vitales para los negocios como las finanzas, las materias primas, la mano de obra y la energía.

### **DEGRADAR**

Rebajar, Envilecer, degradar los colores, debilitar progresivamente

### **DIAGRAMACION**

Es componer, organizar específicamente cuando diseñamos el formato de una página, sea esta de un periódico, una revista, un folleto, un libro, un catalogo u otro similar.

### **DVD**

(Acónimo Digital video Disk) Disco de video digital, dispositivo de almacenamiento cuyo aspecto es al CD

### **ESTRUCTURACION**

Es la disciplina que subyace bajo tales disposiciones, impone un orden y predetermina las relaciones internas de las formas en un diseño

### **HIPERTEXTOS**

Forma de llegar rápido a otro sitio o pagina Web

### **LINK**

Es combinar rutinas separadas desde diferentes archivos de librerías para crear un programa, en hipertextos, crear una asociación entre dos objetos en un título.



### **LOGOTIPO**

Nombre de una industria, un comercio un producto o una marca, diferenciando gráficamente mediante un tipo de letra cuyo grafismo ayuda a fijar el recuerdo

### **PRE-BOCETAJE**

Etapa anterior al Bocetaje

### **SATURACION**

Es el grado de pureza de un color

### **SISTEMA OPERATIVO D.O.S**

(Acrónimo Disk Operativ Sistem) Sistema Operativo de Disco, de tarea única y para solo un usuario, empleado en muchas computadoras personal, tiende a ser substituido por sistemas operativos Windows y OS/2

### **VIÑETA**

Dibujo pequeño que se coloca como adorno en el principio y fin de un libro, capitulo, película etc.

### **VHS**

(Acrónimo Video Home System) Cinta magnética de media pulgada de uso domestico contiene 250 Hrl

### **TELE-CINE**

Aparato proyector de cinta cinematográfica de 8mm



*H i s t o r i a*  
Imágenes

*Anexos*



Guatemala, 3 de marzo de 2015

Arquitecto  
Byron Alfredo Rabe Rendón  
Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación: DIVULGACIÓN Y RESTAURACIÓN DEL PATRIMONIO CINEMATOGRAFICO GUATEMALTECO, del estudiante ADLER ADENAUER ALVAREZ CASTILLO de la Facultad de Arquitectura, carné universitario 199916091, previamente a conferírsele el título de DISEÑADOR GRÁFICO ÉNFASIS INFORMATICO VISUAL, CON ESPECIALIDAD EN MULTIMEDIA en el grado académico de licenciado.

Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica requerida.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,

  
Dra. Gladys Tobar Aguilar  
Revisora

*Gladys Tobar Aguilar*  
Colegiada 1.115

GTA/gta

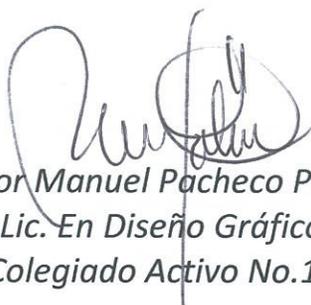
**“Divulgación y Restauración del Patrimonio Cinematográfico Guatemalteco”**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

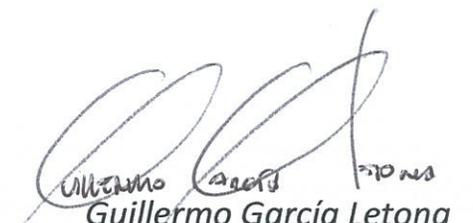


**Adler Adenauer Álvarez Castillo**

Asesorado por:



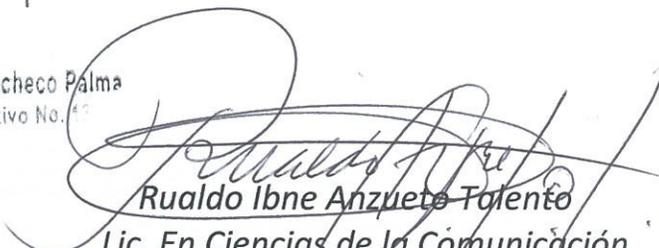
**Víctor Manuel Pacheco Palma**  
Lic. En Diseño Gráfico  
Colegiado Activo No.13



**Guillermo García Letona**  
Lic. En Publicidad  
Colegiado Activo No.9731

**Guillermo Adolfo García Letona, M. A.**  
LICENCIADO EN PUBLICIDAD  
Colegiado No. 9,731

Lic. Víctor M. Pacheco Palma  
Colegiado Activo No. 13

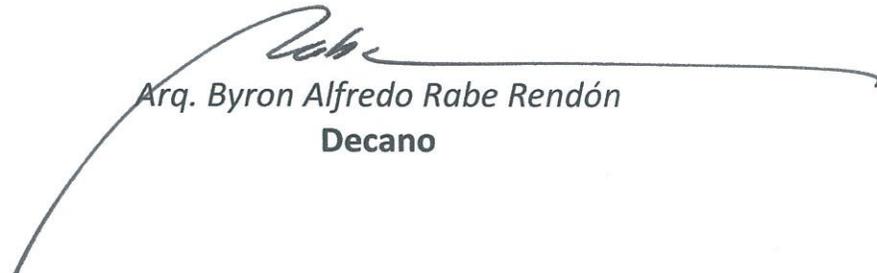


**Rualdo Ibne Anzueto Talento**  
Lic. En Ciencias de la Comunicación  
Colegiado Activo No.9702

**Lic. Rualdo I. Anzueto I.**  
Col. No. 9702

Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**



**Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón**  
Decano