



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



**CAMPAÑA DE
COMUNICACIÓN
VISUAL PARA EL NUEVO
DEPARTAMENTO DEL
MUSEO IXCHEL
DEL TRAJE INDÍGENA,
EXTRAMUROS**

Proyecto de Graduación presentado por
María Fernanda Escobar Estrada
para optar al título de
Licenciada en Diseño Gráfico con énfasis Creativo

"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"

Nueva Guatemala de la Asunción, octubre 2015



Nómina de Autoridades

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

Asesores

	Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
	Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Asesora Metodológica	Lic. Ana María Saavedra López
Asesora de EPS	Lic. Margarita Tobar Arriola
Tercera Asesora	Lic. Ana Lucia Meléndez





— ◆ —

**CAMPAÑA DE
COMUNICACIÓN**
VISUAL PARA EL NUEVO
DEPARTAMENTO DEL
MUSEO IXCHEL
DEL TRAJE INDÍGENA,
EXTRAMUROS

.....

1	Introducción	
	1.1 Antecedentes del problema	7
	1.2 Justificación	10
	1.3 Objetivos de diseño	11
2	Perfil del cliente	
	2.1 Perfil de la organización	13
	2.2 Grupo objetivo	17
3	Marco teórico	
	3.1 Relevancia social del traje indígena en Guatemala	19
	3.2 El énfasis creativo como medio para generar comunicación visual persuasiva en Guatemala	20
4	Planeación operativa	
	4.1 Flujograma del proceso	25
	4.2 Cronograma del trabajo	26
5	Definición creativa	
	5.1 Selección de piezas a diseñar	28
	5.2 Ventajas y desventajas de las piezas a diseñar	30
	5.3 Concepto creativo de diseño	32
	5.4 Previsualización de códigos visuales	34
6	Proceso de producción gráfica y validación	
	6.1 Nivel 1 de visualización	37
	6.2 Nivel 2 de visualización	42
	6.3 Nivel 3 de visualización	44
	6.4 Descripción y fundamentación de la propuesta gráfica final	46

7

Lecciones aprendidas

59

8

Conclusiones

61

9

Recomendaciones

63

Fuentes consultadas

64

Glosario

65

Anexos

66

Carta de Lic. En letras

74

Imprimase

76

DEDICATORIA

A Dios, por darme las fuerzas de seguir contra la lucha y cerrar esta etapa profesional de mi vida; y a la Virgen del Rosario, por guiarme en cada paso que doy.

A mis papás, por darme ese ejemplo de superación y perseverancia, como también por haberme formado para ser una persona de bien y por todo su apoyo incondicional.

A mis hermanos, por su cariño y por verme como un ejemplo a seguir, lo cual me permite demostrarles que el que persevera alcanza.

A mi familia, por enseñarme que la base de toda sociedad es ella misma.



PRESENTACIÓN

Los trajes indígenas de Guatemala han sufrido muchos cambios a lo largo de la historia. Desde la era prehispánica, los cambios son alusivos en las prendas de vestir y en los tejidos mayas, los cuales transmiten su significado a través de iconografías llenas de formas y color, constituyéndose en sí mismos un gran patrimonio intangible de historia, economía, organización social, idioma, religión y costumbres de pueblos.

Con la conquista de Guatemala y la colonización española (1532-1854) se dieron cambios en el mestizaje cultural, introdujeron nuevas vestimentas y telas, siendo esta introducción un contra para la vestimenta de los hombres en ese entonces. Por lo contrario, la mujer ha conservado su traje natal, que para ellas es una representación de etnicidad, estética e identidad.

Actualmente, muchas de ellas ya no conservan el traje por la globalización que es un espacio de contraste y complejidad resultante en la indumentaria maya, por lo que ha generado la transición de estilos tradicionales a variantes modernas, influenciadas por las tendencias actuales de la moda. En vista de que el traje guatemalteco no solo evolucionaba constantemente, sino que en algunas comunidades estaba en vías de desaparición, se emprendió la tarea de coleccionar prendas para documentar el traje indígena. Es así como nace el Museo Ixchel del traje indígena, por la necesidad de rescatar tradiciones, identidad, valores y atributos culturales de nuestra sociedad que cambia constantemente por el factor de la modernización.

Como parte de sus actividades de rescate, surge este año 2014 una nueva división dentro de la institución llamada: Extra Muros, que consiste en la adquisición, conservación y exhibición de los tejidos típicos de Guatemala.





CAPÍTULO UNO
INTRODUCCIÓN

1.1 ANTECEDENTES *del* PROBLEMA

Guatemala es un país que se distingue por su diversidad cultural y lingüística. En esta diversidad, la población indígena ocupa un lugar destacado dentro de la sociedad guatemalteca, porque aun conserva su cultura, idioma y tradiciones propias. Una de las manifestaciones culturales más destacadas, especialmente entre las mujeres, es la confección y uso de trajes típicos, ya que ellos en ellos se encierra su historia, cosmovisión y sobre todo, su identidad comunitaria o regional. En décadas recientes, transformaciones en torno a la construcción de la identidad étnica a nivel del grupo indígena se reflejan en los nuevos significados que tiene el traje moderno, los cuales trascienden las esferas locales. Nos indica O. Arriola (1991) que estudios antropológicos de la vestimenta maya muestran que desprende una riqueza sin igual y diferenciada para las comunidades dentro de una misma cultura, en la que jerarquía social ante la comunidad y creatividad individual son algunas de las particularidades encerradas en un atuendo.

El Museo Ixchel nace de la necesidad por rescatar atributos culturales indígenas dentro de una sociedad que cambia por la modernización, que muchas veces conlleva la pérdida de tradiciones e identidad. Su labor por lo tanto, va desde la adquisición y conservación de los atuendos mayas, hasta la investigación y exhibición de los mismos. Por ello realiza eventos de diverso tipo en sus instalaciones dirigidos a la sociedad, con el fin de recaudar fondos y ayuden a la manutención, como también con la intención de que más gente conozca la ubicación. Sus actividades las dan a conocer por medio de correos electrónicos a su base de datos y por publicaciones en su fanpage.

Pocos museos trabajan con una obra tan viva como es la cultura del tejido típico de Guatemala que, no solo transmite su significado a través de iconografías llenas de formas y color, sino además encierra el patrimonio intangible de la tecnología, economía, organización social, idioma, religión y costumbres de estos pueblos.

Los inicios de la colección textil del Museo se remontan a 1973, cuando al crearse un Comité Textil dentro de la entidad cultural Asociación Tikal, se compraron las primeras vestimentas. Estos, más algunas piezas suministradas por particulares, se exhibieron en 1974 en las instalaciones del Parque de la Industria. El Comité Textil expandió y diversificó sus actividades, por lo que sus integrantes fundaron en 1977 el Museo Ixchel del Traje Indígena. Ese año se obtuvo su personería jurídica como institución privada, no lucrativa con el nombre de Asociación de Amigos del Museo Ixchel. Lo nombraron así en honor a Ixchel, la diosa maya prehispánica de la fecundidad y del tejido. (Knoke, 2001).

El continuo incremento de la colección textil hizo necesario construir un moderno edificio para garantizar su conservación y colección. Para edificarlo, se creó en 1986 la Fundación para el Desarrollo del Museo Ixchel. El mismo año, la Universidad Francisco Marroquín le concedió a la Fundación el derecho real del lugar dentro del campus para construir el edificio. El museo, empero, mantiene su autonomía institucional. (Asturias, 1997).

En vista de que el traje guatemalteco no solo evolucionaba constantemente, sino de que en algunas comunidades estaba en vías de desaparición, se emprendió la tarea de coleccionar prendas para documentar el traje indígena; y que al mismo tiempo evidenciara la evolución y transformación del mismo. Para esto se recaudaron los fondos necesarios para incluir ejemplares de la mayoría de las prendas usadas en las comunidades. Además, en la medida de lo posible, se consiguieron piezas que llenaran vacíos temporales para complementar la muestra. La donación de colecciones particulares,

especialmente las que fueron hechas en la primera década del siglo XXI, contribuyeron a enriquecer la colección del Museo como testimonio histórico.

El traje que visten los mayas contemporáneos de Guatemala tiene expresión en diversos tejidos que forman parte integral de su vida cotidiana y ceremonial, constituye un lenguaje colectivo, intangible, de gran diversidad y complejidad. Estos trajes, como expresiones humanas, están imbuidos de simbolismo pues encierran un abanico de significados. Especialmente entre las mujeres, la vestimenta es el principal medio, silencioso pero elocuente, a través del cual se transmite la identidad étnica local y regional.

La vestimenta tradicional, la combinación de rasgos como colores, materiales, técnicas, estilo de las prendas y formas en que se usan, son signos de identidad municipal. Asimismo, otras características reflejan la identidad del usuario, el estatus que ocupa dentro de su comunidad, la ocasión en la que participa, sean quehaceres cotidianos o ceremonias que requieren prendas especializadas para interactuar con los dioses. Más allá de la dimensión étnica, el traje Maya encierra múltiples significados de carácter cultural, social, económico y político. Cabe mencionar que un símbolo consiste de dos elementos, su significante y su significado.

El primero se expresa en la esfera de lo visual, es decir, está constituido por una imagen, la cual a su vez incluye rasgos como forma y material empleado para su elaboración. Así, el significante puede estar constituido por un traje completo, una prenda, o bien una parte de esta última, sea un elemento del diseño de una prenda, como es el caso de una franja o de una figura.

Afirma Asturias de Barrios (1985) que el significado corresponde a la esfera del contenido, sea una idea o un concepto. En un tejido, varios significantes pueden entrelazarse a nivel conceptual, puesto que son parte de un conjunto mayor formado por un mito, una leyenda o un relato. La vestimenta Maya que forma parte de la cultura tradicional de ciertos poblados del Altiplano de Guatemala aún encierra elementos cosmológicos cuyas huellas son antiguas, pues su origen puede trazarse a la rica cosmovisión prehispánica, especialmente la que se emplea como parte de la acción ritual que acompaña conversar con los dioses.



Figura 01.Colección MI; Anne Girard, Fototeca Museo Ixchel.

PROBLEMA

Para detectar el problema en el Museo Ixchel se aplicó la técnica FODA, que permitió conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que existen en la institución. En base a los resultados, el problema a resolver es la insuficiente comunicación de la tradición textil indígena en Guatemala.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Vulnerabilidad

A pesar de los esfuerzos de la institución, el proyecto puede ser afectado por distintos factores, por mencionar algunos:

- Factores económicos: ya que los fondos de ayuda nacional e internacional verían el proyecto como no viable, por lo que no se contaría con el patrocinio deseado.
- Factores sociales: por el poco interés que el tema pueda causar ante la población, también el peligro latente de robo o maltrato de las prendas, por la exposición de las mismas en espacios públicos.

Factibilidad

El proyecto es factible, ya que al ser material visual basado por una estrategia de comunicación, se cuenta con el equipo apropiado para realizarlo y producirlo efectivamente. También es factible porque se cuenta con el apoyo de instituciones internacionales que harán realidad la actividad de Extra Muros.

Los jóvenes guatemaltecos no nos apropiamos del tema del vestuario indígena, esto es producto y produce una pérdida de identidad y tradiciones.

Por ello nos enfocaremos en dar a conocer la importancia del traje indígena de Guatemala, como también destacar la relevancia de la riqueza cultural de los pueblos indígenas y su influencia en la sociedad actual.

Magnitud

Al realizar este proyecto se beneficiará alrededor de 2,000 personas que están suscritas a la institución, según Johanna Salguero (2013) y además a un aproximado de 250,000 habitantes del área metropolitana (INE, 2014) para dar a conocer la identidad y rescatar la importancia del tejido típico de Guatemala.

Trascendencia

Actualmente los prejuicios y la aceptación social son factores que perjudican la identidad guatemalteca. Por ello, el Museo Ixchel del Traje Indígena ha creado una nueva división que transmita el significado de los símbolos, como también el uso apropiado de las prendas textiles, con el fin de dar un gran aporte cultural y social al país. Por esta razón se ha determinado que a corto plazo las personas conozcan del proyecto, a través de una campaña visual en medios de comunicación por seis meses; a mediano plazo, de uno a dos años, a partir de la primera fase, se motivará a que visiten el Museo Ixchel, con el fin de informar y enseñar. Y a un largo plazo, se quiere transmitir conciencia social a la población y así crear un sentido de pertenencia con su país.

1.3 OBJETIVOS *del* DISEÑO

GENERAL

Diseñar una campaña de comunicación visual, para dar a conocer el nuevo departamento de Extra Muros del Museo Ixchel del Traje Indígena dirigido a los jóvenes de la zona metropolitana del país.

ESPECÍFICOS

1. Diseñar materiales gráficos que faciliten la comunicación visual, por medio impreso para informar el nuevo movimiento del Museo Ixchel del Traje Indígena, Extra Muros.
2. Elaborar un catálogo impreso fotográfico, para documentar la pluriculturalidad o diversidad que existe en las colecciones textiles que se exhibirán en Extra Muros.
3. Diseñar un stand (BTL) de trajes típicos que formarán parte de Extra Muros para divulgar la cultura textil a los jóvenes guatemaltecos.



CAPÍTULO DOS
PERFIL DEL CLIENTE

2.1 PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

Historia de la Institución

En 1973 surgió un Comité Textil como parte de la Asociación Tikal, de la cual se independizó en 1977 para constituir un museo privado, sin fines de lucro, nombrado en honor a Ixchel, diosa pre-hispánica de la fecundidad y el tejido. Su primera sede era una residencia adoptada como museo. La expansión de la colección y su necesidad de conservarla adecuadamente requirió de la construcción de un edificio moderno que la albergara y exhibiera. Este se abrió al público en 1993.

A través de su comité textil, Pro-Teje, creado en 1994, se dedica a rescatar y difundir artesanía textil tradicional de alta calidad, apoyando a grupos de tejedoras. (Knoke, 2011).

Con la visita al Museo Ixchel es importante mencionar que las cuatro salas de la exposición permanente presentan la historia de las prendas de vestir y tejidos mayas de Guatemala, espejos de cambios culturales y tecnológicos, asociados a la construcción de la identidad. Abarca desde la era prehispánica, pasando por la colonial, los tejidos históricos, hasta hoy. Ordenadas cronológicamente, recorren 22 siglos alusivos a cambios y continuidades de los instrumentos, los materiales y las técnicas que le dan vida a esta tradición, que por excelencia expresa la identidad de sus portadores.

También cuenta con una sala de audiovisuales llamada Baysis Hempstead. Se presentan tres video-cintas producidas por el Museo, disponibles en español e inglés: Indumentaria maya, Fiesta de Cofradía Maya y Legado del Lago de Atitlán. Cada una de ellas dura aproximadamente 13 minutos, que están a la venta en la tienda del Museo. Como la colección de huipiles en miniatura, por Olga Arriola de Geng, que consta de 112 réplicas de uso diario y ceremonial, procedentes de 82 municipios del Altiplano guatemalteco, cuyos usuarios pertenecen a 13 grupos lingüísticos. La autora bordó entre 1980 y 1985, copiando fielmente diseños, colores y formas de las prendas auténticas. En esta sala

se muestran 23 huipilitos, originarios de 15 municipios k'iche's.

La institución en general reúne más de 7,000 prendas de vestir y tejidos indígenas de Guatemala, de uso cotidiano y ritual, que datan de fines del siglo XIX hasta hoy. Proceden de 17 departamentos, donde se hablan 16 idiomas mayas. Son piezas, históricas y modernas, que constituyen un rico patrimonio tangible e intangible del país, cuyas señas de identidad se documentan en un catálogo de la colección. Este último registra materiales, técnicas, diseños, colores y formas de uso, originarios de 126 municipios y 30 aldeas.

Destacan las piezas ceremoniales que vistieron los integrantes de cofradías, testimonios de la destreza técnica, maestría estética y valor histórico de este patrimonio. (Knoke, 2011).

Actualmente se cuenta con siete salas que se dividen así:

Permanentes: La indumentaria y el tejido mayas a través del tiempo.

El objetivo de la exposición es presentar la evolución de la tradición textil de los mayas situados en Guatemala desde tiempos precolombinos hasta el presente. Recorrer sus cuatro salas permite conocer orígenes, variaciones y continuidades que ha experimentado a lo largo del tiempo el traje, así como también los instrumentos de tejido, materiales y técnicas. La visita está organizada cronológicamente en los siguientes períodos:

a) Indumentaria maya prehispánica (1000 años AC – 1529 DC) Esta exposición se remonta a los orígenes de la tradición textil. Abarca aproximadamente 2,500 años. Aunque es probable que la tejeduría se haya originado antes, la exhibición se inicia 1,000 años AC. Esta fecha se basa en los hallazgos arqueológicos: fragmentos de cerámica que tienen huellas impresas de tejidos, los cuales provienen del sitio de Kaminaljuyú, situado en el suroeste de la ciudad de Guatemala.

b) Indumentaria maya-hispánica (1530 – 1844) En esta sala se presenta una nueva etapa en la historia de la indumentaria aborígen, derivada de las profundas transformaciones culturales, políticas, sociales y económicas que tuvieron lugar en el país con la conquista y colonización española. Se dio un proceso de sincretismo en el seno de la tradición textil, pues persistieron elementos prehispánicos, pero se incorporaron muchos elementos traídos por los españoles. Surgió la tradición maya-hispánica, con rasgos que la diferencian de la tradición indígena.

c) Indumentaria moderna (1845 – 1959) Se inició la modernización de la indumentaria maya con la hilatura industrial, que tomó mayor fuerza alrededor de 1880, con la fundación de la fábrica Cantel, situada en Quetzaltenango. A finales del siglo XIX, las tejedoras y los tejedores indígenas de muchas comunidades empezaron a sustituir

el hilo de algodón blanco hilado a mano, por el hilado industrialmente, el cual era importado o elaborado por Cantel.

d) Indumentaria contemporánea (1960 al presente) En la última sala de la exposición permanente, se explican las continuidades y las transformaciones que han ocurrido en la indumentaria maya, desde 1960 hasta nuestros días. Entre los cambios más importantes que ocurrieron cabe destacar la introducción de fibras de origen químico, que ampliaron la gama y brillantez de los colores disponibles, y una mayor difusión del bordado a máquina.

Maniqués especialmente diseñados para el Museo muestran trajes de varios pueblos del Altiplano, los cuales distinguen a las comunidades, de acuerdo a variantes de color, forma, estilo, modo de empleo de las prendas y ocasión, sea cotidiana o ritual.

Temporales: Las exposiciones temporales tienen como fin destacar diversas dimensiones y rasgos de la tradición textil maya-guatemalteca. A su vez, son un medio de difusión de la riqueza cultural, técnica y estética que encierra la colección del Museo. Investigaciones realizadas con el propósito de sustentar los guiones museográficos, enriquecen la documentación y la colección. Asimismo, renuevan el interés del público. En ellas se exhiben piezas que han sido estudiadas ampliamente y se invita al público a recorrer, aprendiendo así, en forma didáctica, sobre las distintas tradiciones enraizadas en nuestra Guatemala.

Las exposiciones temporales pueden enfocarse en una comunidad o una región en particular, o bien ser temáticas, como ha ocurrido con la técnica del jaspe, el algodón natural café, el maguey y los tocados y chachales.

Datos principales de la institución

Nombre de la institución - Museo Ixchel del Traje Indígena

Ubicación – Sexta calle final, zona 10

Teléfonos – (502) 2331 3739, 2361 8081/2

Logotipo de la institución



Visión

“Mantener su liderazgo en el campo en que se desarrolla, contribuyendo al conocimiento y difusión de la riqueza cultural del país.

Misión

Coleccionar, conservar, documentar, rescatar, exhibir y educar en torno a la tradición textil indígena de Guatemala, resaltando su valor cultural, técnico y artístico”. (Museo Ixchel, 2010)

Actividades

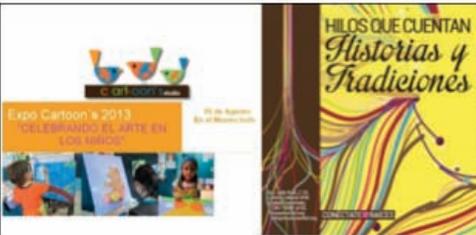
Hacen diferentes actividades internas y externas durante todo el año, entre las cuales cabe mencionar: Concurso mensual del club fotográfico de Guatemala, exhibición de ilustraciones, talleres para niños dentro del museo y días de campo para asistir con la familia.

Características

- Museo Ixchel es una institución no lucrativa.
- Se dedica a la conservación y colección de los tejidos típicos de Guatemala.
- Es una institución que trabaja junto a identidades internacionales que colaboran patrocinando diversos proyectos que realiza el Museo Ixchel.
- Conformado por personas de todas las clases sociales y profesionales.
- Es un museo al que asisten personas de todas las edades.
- Cada mes realiza actividades culturales en las que participan los visitantes, tanto nacionales como extranjeros.

Tabla de Antecedentes de Diseño

Para realizar el análisis de antecedentes se tomaron en cuenta materiales institucionales diseñados por el Museo Ixchel del Traje Indígena:

	<p>Imagen institucional</p> <p>La imagen que se maneja en general es institucional, combinan imágenes vectorizadas con fotografía, y el logotipo del Museo Ixchel en un fondo no definido.</p> <p>La estructura es semiformal, los ejes curvos y rectos. La combinación de colores representando la diversidad de los textiles. Las imágenes se asocian según el concepto que pertenecen.</p>
	<p>Color y tipografía</p> <p>El color principal utilizado es el magenta, además utilizan colores saturados como cian, amarillos, verde claro, naranja; combinando sobre posiciones de tonalidades.</p> <p>La tipografía básicamente de la familia de las Sans Serif, con trazos rectos y combinación de posiciones y trazos <i>light</i>, bold e <i>italic</i>, que se enfatizan según la importancia del texto.</p>

2.2 GRUPO OBJETIVO

Perfil Geográfico

Recién graduados y ejecutivos de arquitectura, arte, moda y diseño de las universidades de la Ciudad de Guatemala.

Perfil Demográfico

Sexo: hombres y mujeres.
Edad: Jóvenes de 24 a 30 años.
Nivel educativo: diversificado y universitario.
Estado civil: solteros y casados.
Nacionalidad: guatemalteca.
Clase social: B, B+ y C1.

Perfil Psicográfico

Hombres y mujeres que gustan de la historia y cultura de Guatemala, que buscan conocer el significado de los símbolos textiles por la pluriculturalidad y diversidad de los tejidos típicos de Guatemala. Les gusta leer sobre historia y arte, salen con sus amigos o familias a casas y centros comerciales, tienen acceso a teléfonos inteligentes e internet.



CAPÍTULO TRES

MARCO TEÓRICO



3.1 RELEVANCIA SOCIAL DEL TRAJE INDÍGENA

La premisa para hablar de la relevancia social del traje indígena es aprender a conocer y apreciar la riqueza cultural implícita en los trajes típicos que identifican a los pueblos indígenas de Guatemala, ya que la sociedad actual le ha restado la importancia que merecen, por factores de discriminación y desinterés cultural. A esto se le agrega la falta de divulgación en todos los medios, que dé a conocer la diversidad y pluriculturalidad de nuestro país, a través del traje indígena.

Es por ello que el Museo Ixchel necesita una comunicación visual que logre motivar y hacer un cambio positivo a través de colores, iconografía y texturas, formando una composición agradable para conocer la riqueza e historia de los pueblos que la representan. Dicha institución maneja un alto nivel de imagen textil (iconografía) que enriquece la historia guatemalteca, como también han surgido factores que han perjudicado la cultura e historia de Guatemala a través del tiempo, tales como: el terremoto de 1976, el costo elevado de las piezas del traje, las modas que vienen de otros países, la venta de ropa usada, las remesas, el posicionamiento de las marcas y la internet.

Cabe mencionar que existe una revalorización del traje por parte de intelectuales mayas que reconocen a la mujer en un papel determinante como conservadora de la tradición textil, usado como un mecanismo de resistencia cultural por parte de ellas.

Esto representa un beneficio cultural invaluable para los guatemaltecos, porque formará una identidad de nación, acorde a los orígenes guatemaltecos, a partir del conocimiento de las costumbres y tradiciones que marcan la vida de sus habitantes.

Nos indica R. Senuk (2010) que Guatemala goza de fama mundial por el arte y la tradición textil de la población indígena gracias a los diseños que las tejedoras realizan en el telar de cintura (brocados de trama suplementaria), es decir, tejidos muy elaborados de lujo con patrones repetitivos, siendo el método principal para decorar su indumentaria. Sin embargo, investigaciones recientes dan cuenta de que las técnicas de bordados han adquirido cada vez mayor importancia en la cultura indígena, ya que

representan la identidad comunitaria pero que, de acuerdo a tradiciones locales, se solían reservar para uso exclusivo de las integrantes de las cofradías o hermandades religiosas, siendo distintivas del cargo que ocupan, portándolas en el ciclo de ceremonias que forman parte del culto y veneración que le rinden a su santo patrono.

De acuerdo a J. Thor (2001), las tradiciones culturales Mayas están vivas en Guatemala y esto es especialmente cierto en cuanto al tejido de las telas. Es usual ver a tres o cuatro generaciones de mujeres sentadas afuera de su casa ocupadas tejiendo sus telares. Sería más fácil y barato para ellas comprar las telas y la ropa en la tienda, pero existe algo mágico y místico acerca del tejido y la hechura de su propia vestimenta, con un estilo y diseño muy personal. Sus trajes típicos tienen un poderoso sentido de identidad y orgullo que se ha perdido largamente en el mundo moderno de la ropa hecha a máquina. Los mayas aman los colores brillantes y los diseños chocantes que reflejan el mundo interior de su imaginación.

La gente Maya tiende a ser callada, tímida y muy amable, pero los fantásticos colores y los motivos que ellos eligen muestran que los mayas son gente cariñosa, alegre e imaginativa con tremendo sentido de humor, llenas de gusto a la vida.

Las mayorías de mujeres son las tejedoras, que crean esos maravillosos bordados en textiles que representan una riqueza cultural al país. Todos de una manera diferente de usar, pero que llevan a un mismo fin: identidad e historia a través de iconos o símbolos plasmados por colores saturados. Como ejemplo:



San Martín Jilotepeque



Alta Verapaz Tactic



Zunil Quetzaltenango



San Juan Sacatepéquez



Totonicapán



Chajul Quiché



Chimaltenango



Comalapa Chimaltenango



Concepción Chiquirichapa

Figura 3. Escobar, M. Textiles de Guatemala (Fotografía)

El traje maya puede muchas veces ayudar a distinguir a la gente maya del resto de la población guatemalteca. Los ladinos se identifican a sí mismos como los descendientes de los españoles (identificación que se ajusta mejor a su alianza ideológica que biológica), y ellos son la sociedad políticamente dominante del país.

Según J. Kellman (1991), el traje maya incluye las prendas tejidas a mano o bordadas que tienen cualidades especiales, tales como el tipo de manufactura, diseño, forma, motivos y estilos de vestir, los cuales no solamente varían de una región a otra, sino también de acuerdo al gusto y a la creatividad del tejedor o tejedora y de quien las viste. Los trajes mayas son producidos en forma artesanal, esto implica un alto costo para adquirirlos, ya que la disponibilidad de los telares de pie, tiempo y dinero, han modificado dicho precedente.

Las piezas que cubren la parte superior e inferior del cuerpo, y las de la cintura de ambos sexos (hombre y mujer) son las más visibles de los trajes mayas y varían regionalmente. En una sociedad guatemalteca, cuya historia está impregnada de colonialismo europeo, no es sorprendente encontrar registros de toda clase de restricciones e imposiciones por parte de los colonizadores sobre la sociedad aborígen. Algunos estudios sugieren que quizás los españoles hayan impuesto una política de estandarización del vestir sobre la población, a fin de facilitar la evangelización y el control de sus comunidades.

Sin embargo, no existe evidencia concreta, nos indica P. Rief (1990), en lo que sí se ha podido encontrar son decretos españoles, tales como la cédula real emitida el 25 de octubre de 1563, que indica lo siguiente:

Que a ninguna persona, hombre o mujer, le sea permitido vestir ningún textil que fuese bordado, ni que tuviese oro o plata en el tejido, aunque fuesen falsa imitación. Como también estuviese prohibido que se use oro o plata en las mantas que fuesen usadas para caballos y mulas.

Dicho anteriormente, nos damos cuenta de que sí hubo restricciones en el vestir de la gente aborígen. Sin embargo, las circunstancias actuales de los tejidos sugieren que esta orden real fue

en gran parte ignorada por los mayas. Por otro lado, la plata y el oro han sido siempre escasos en el territorio maya. No obstante, el brocado y el bordado en los trajes mayas se han conservado, en la actualidad se encuentran tejidos que contienen hilos sintéticos plateados y dorados.

Conserva así su tejido y logra vestir trajes que complacen su sentido artístico, moral y espiritual. También resulta importante conocer el traje indígena de forma iconográfica, que quiere decir que los trajes mayas "hablan" acerca de la creatividad del arte y del pasado de la gente, la presente existencia y la continuidad del futuro, todo expresado a través de motivos y diseños. El tejido incluye un "lenguaje visible" (selecciones estéticas) y el "lenguaje del silencio" (significado político) dentro de un contexto sociocultural.

Nos indica A. Barrios (1985), que en la manera descriptiva del tejido, lo icónico es semejante a una "imagen" (animal, planta u otro objeto); lo indexical puede indicar el vínculo social de una persona (a una aldea, comunidad o pueblo) y lo simbólico mantiene las convenciones establecidas en su creación (por ejemplo, un motivo o tema decorativo asociado con una comunidad específica). Los tejidos mayas no se mantienen estáticos sino que cambian constantemente y son diversos aun dentro de una sola comunidad.

En general, los trajes contienen atributos especiales que los identifican con un área geográfica específica o con una determinada región lingüística.

3.2 EL ÉNFASIS CREATIVO COMO MEDIO PARA GENERAR COMUNICACIÓN VISUAL PERSUASIVA EN GUATEMALA

La persuasión es una estrategia de comunicación que usamos como emisores para influenciar a nuestros receptores a que actúen o piensen como deseamos. Para ello es importante conocer a la audiencia, conocido como el grupo objetivo (target). Tal proceso nos ayuda a hacer una comunicación persuasiva para una campaña estratégica visual, generando efectos sobre actitudes.

Un efecto inmediato, con el poder del convencimiento es lo que nos lleva a hacer la comunicación persuasiva. Ricarte (2006) la describe como una herramienta de comunicación útil para transformar ideas, creencias, actitudes y, en el mejor de los casos, comportamientos. Proviene de la mitología griega, Peitho era la diosa de la persuasión, seducción y lengua encantadora.

Afirma N. Hernández (2008), que la persuasión es una estrategia de comunicación que usamos como emisores para influenciar a nuestros receptores a que actúen o piensen como deseamos. Para ello es importante conocer a la audiencia, conocida también como grupo objetivo o target. Muchos la confunden con la manipulación, pero la línea que separa la persuasión de la manipulación es muy fina y fácil de quebrar. El primer concepto persigue la consecución de un objetivo, teniendo en cuenta también los intereses de la otra parte, mientras que el segundo busca el beneficio propio usando métodos coercitivos e impositivos.

Cabe mencionar que toda comunicación humana tiene un proceso, como nos muestra la figura No. 1, los elementos o factores que la forman son: fuente, emisor o codificador, código (reglas del signo, símbolo), mensaje primario (bajo un código), receptor o decodificador, canal, ruido (barreras o interferencias) y la retroalimentación o realimentación (feed-back, mensaje de retorno o mensaje secundario).

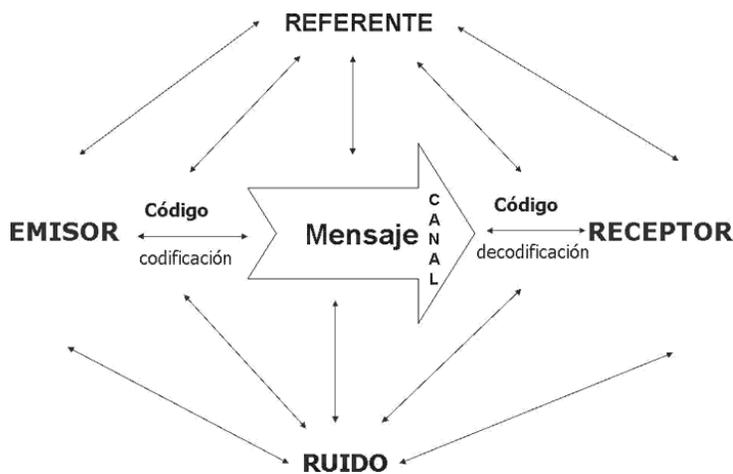


Figura 1. "Proceso comunicativo" por Alberto, H. 2010. Copyright

Es un proceso interactivo por el que se satisfacen las necesidades de dos o más. Su objetivo es el de modelar, reforzar o directamente cambiar la actitud del otro antes una presentación, idea o discurso. (Leggett, 2006)

Y esa capacidad de alinear los intereses de uno con los del otro tiene que ver con la retórica. Según A. Leggett (2006), Aristóteles hablaba de ethos, pathos y logos como las partes esenciales de todo discurso persuasivo.

El primero tiene que ver con la credibilidad del que intenta persuadir, es decir, a mayor credibilidad mayor poder de influencia. El segundo, con crear la atmósfera necesaria para generar la respuesta deseada en el público; debe identifi-

car qué es lo que mueve los sentimientos de su audiencia y usarlos para persuadirla. Y logos tiene que ver con la construcción de argumentos sólidos en los que apoyar nuestras ideas.

Cualquier mensaje debe contener una mezcla óptima de estos tres factores: En función de la audiencia o de la situación en que debe pronunciarse, el comunicador debe optar por dar prioridad a un factor, pero nunca descuidar los dos restantes.

El objetivo de la comunicación persuasiva es generar efectos sobre actitudes. Como lo muestra la figura No. 2, hay tres dimensiones del ser humano a las que podemos influenciar: ideas, actitudes y conductas. Las ideas (ideas, creencias o cogniciones) son pensamientos que sirven para dotar el significado a las cosas o justificarlas. En cuanto a las conductas como ideas son conceptos relativamente accesibles y fácilmente comprensibles para la mayor parte de las personas. Las actitudes, sin embargo, son conceptos construidos por los científicos sociales para explicar determinados fenómenos de la mente, es decir, que son evaluaciones afectivas generales, aprendidas y relativamente duraderas que tenemos hacia objetos concretos.

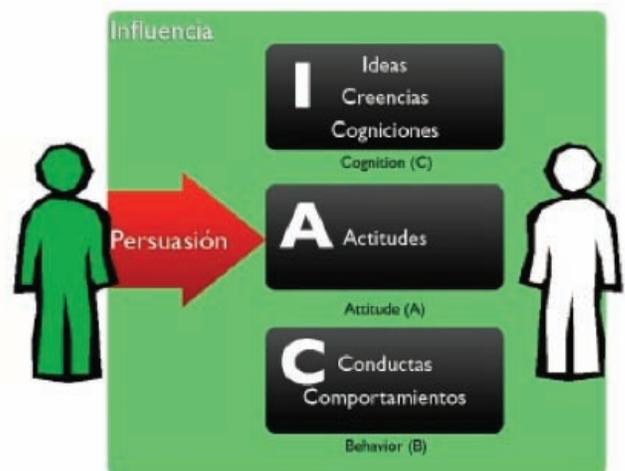


Figura 2. "Developing your persuasive edge" por O'Connor, 2006. Copyright.

Los retóricos, o mejor conocidos como los persuadores publicitarios, alcanzan sus objetivos cuando logran comunicar a su audiencia un mensaje, una propuesta de compra con eficacia bastante para deleitar, persuadir o conmover. La eficacia de la comunicación persuasiva radica en la combinación de determinados factores, tales como:

- La calidad de la transmisión, unida al funcionamiento del canal y a la utilización del código.
- La calidad de la interpretación del mensaje ligada a la imagen del emisor pero, sobre todo, al conocimiento del receptor.
- La calidad del feedback que es consecuencia de las dos series anteriores: la calidad de la transmisión y la calidad de la interpretación.

La retórica publicitaria apela tanto a la afectividad a través de la asociación de imágenes, como a la lógica demostradora o comparativa, utilizando los dos polos de persuasión como lo es la razón para convencer y la afectividad para inducir y seducir. Esto ayuda a tener una comunicación efectiva y creativa visualmente.

En la actualidad es posible plasmar la retórica publicitaria a través del diseño gráfico, ya que su fin es transmitir ideas mediante el uso de cualquier elemento, ya sea un texto o una imagen, y la utilización de un elemento u otro se encuentra marcado por las tendencias.

Las tendencias son las preferencias sobre los gustos, compartidos por diferentes grupos de personas, las cuales coinciden al representar un diseño marcado por un estilo, que influye sobre el resto. En cada proceso, el diseñador deberá emplear distintos diseños del resto y dependiendo del elemento que se va a diseñar. Los diseños realizados por un mismo individuo se encuentran marcados por su estilo personal que

lo diferencia del resto. La moda es otro de los elementos que marcan el diseño. Cada época tiene su moda. En gran medida son los grandes diseñadores quienes dictan o determinan las modas. (Meyer, 2008)

Conociendo las necesidades del cliente y definiendo nuestro grupo objetivo, llegaremos a comunicar lo que queremos, porque es importante tener en cuenta una retroalimentación del receptor para obtener un efecto persuasivo efectivo.

Las tendencias más recientes en énfasis creativo, en cuanto al uso del color, nos dicen que el pigmento será el principal protagonista, ya que concuerda con las mejoras de pantalla de retina que le dan más brillo y calidad a un diseño. El color afecta físicamente y funciona a través de las asociaciones psicológicas que hacemos, con reacciones diferentes según sean los colores cálidos o fríos. Los colores cálidos poseen una longitud de onda más larga que los fríos, en general, despiertan una respuesta de calidez y dureza, mientras que los fríos tienden a provocar una reacción de frialdad y espacio disperso o difuso. Tanto los colores cálidos como los oscuros evocan una respuesta consciente, como también una respuesta cultural aprendida. (Drew, 2008)

Esta tendencia del uso del color funcionará como base para desarrollar la campaña de comunicación visual para el Museo Ixchel del Traje Indígena, diseñando material gráfico de apoyo, de forma impresa y digital. Entre las piezas a diseñar están: carteles, catálogo, trifold, flyers, mailing, portada de facebook y un stand que estará expuesto ante el público en diferentes sitios públicos de afluencia masiva, permitiendo mostrar de manera artística la cultura e historia de nuestro país.



CAPÍTULO CUATRO
PLANEACIÓN OPERATIVA



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico



FLUJOGRAMA

-**María Fernanda Escobar Estrada**-

No. Carne: 200821616

Proyecto de Graduación - Diseño Gráfico énfasis Creativo

MUSEO 
IXCHEL
DEL TRAJE INDIGENA



01-08-2013

Visita a la Institución: reunión con las autoridades de la institución.

Dos horas

02 al 09-08-2013

Revisión de materiales de Investigación de temas: Material entregado por la institución, análisis y síntesis de toda la información.

Quince horas



14 al 17-08-2013

Conceptualización: Utilización de Técnicas de Conceptualización. Mínimo 3 conceptos, estrategias creativas, análisis y selección de piezas. Evaluar los conceptos por medio de asesorías con Supervisora de EPS. Elegir concepto final.

Quince horas



03 al 12-08-2013

Revisión de Protocolo y realización de cambios, basados en asesoría con Catedrática de Proyecto de Graduación.

Veinte horas



15 al 17-08-2013

Visualización y evaluación de la producción gráfica: selección de códigos de comunicación visual, ligüísticos y cromaticos. Inicio de bocetaje a mano. Fundamentación del diseño.

Diez horas



20 al 24-08-2013

Nivel 3: Producción digital y validación con el cliente, aplicar técnicas de investigación para fundamentar las decisiones de diseño.

Treinta horas



20 al 31-08-2013

Nivel 3: Propuesta final (validación con expertos en diseño y grupo objetivo). Aplicación de técnicas de investigación para fundamentar las decisiones del diseño.

Treinta horas



10-08 al 05-09-2013

Marco teórico: ensayo. Revisión y aprobación final de la redacción del proyecto de graduación por los asesores. Identificación de aprendizajes, conclusiones.

Cincuenta horas



06-10 al 11-10-2013

Realización de cambios al informe del Proyecto de Graduación, en base a asesorías con catedrática de Proyecto y a tercer asesor.

Trece horas



13-10 al 19-10-2013

Elaboración de Informe Final de Proyecto de Graduación.

Quince horas



06-11-2013

Solicitud de PRIVADO.



21-10-2013

Presentación de resultados en la institución.

Cinco horas

CRONOGRAMA

SEMANA 1

27-07

SEMANA 2

29-07 / 03-08

SEMANA 3

05-08 / 10-08

SEMANA 4

12-08 / 17-08

SEMANA 5

19-08 / 24-08

SEMANA 6

26-08 / 31-08

SEMANA 7

02-09 / 07-09

SEMANA 8

09-09 / 14-09

SEMANA 9

16-09 / 21-09

SEMANA 10

23-09 / 28-09

SEMANA 11

30-09 / 05-10

SEMANA 12

07-10 / 12-10

SEMANA 13

14-09 / 19-10

Inicio de curso. Revisión de protocolos.

Marco teórico y conceptualización.

Definición de piezas a diseñar y estrategias de comunicación.

Producción gráfica y evaluación de las propuestas.

Producción gráfica y evaluación de las propuestas.

Producción gráfica y evaluación de las propuestas.

Marco teórico.

Dumies.

Resultados.

Informe de proyecto.

Informe de proyecto.

Informe de proyecto.

Informe de proyecto.

Definición creativa.
Análisis y selección de piezas de diseño, concepto creativo, estrategias creativas de comunicación y brief.

Visualización y validación de la propuesta gráfica nivel 1.

Visualización y validación de la propuesta gráfica nivel 2 - validación con el grupo objetivo.

Visualización y validación de la propuesta gráfica nivel 3 - validación con el cliente.

Visualización y validación de la propuesta gráfica nivel 3 - validación con expertos.

Entrega de marco teórico del proyecto.

Elaboración de dumies y artes finales para la reproducción.

Presentación de resultados al cliente.

Entrega final de la redacción del informe de proyecto de graduación.

Revisión final del informe y entrega de observaciones por parte del docente.

Revisión y aprobación final de la redacción del proyecto de graduación por los asesores.

Diagramación de informe del proyecto de graduación.



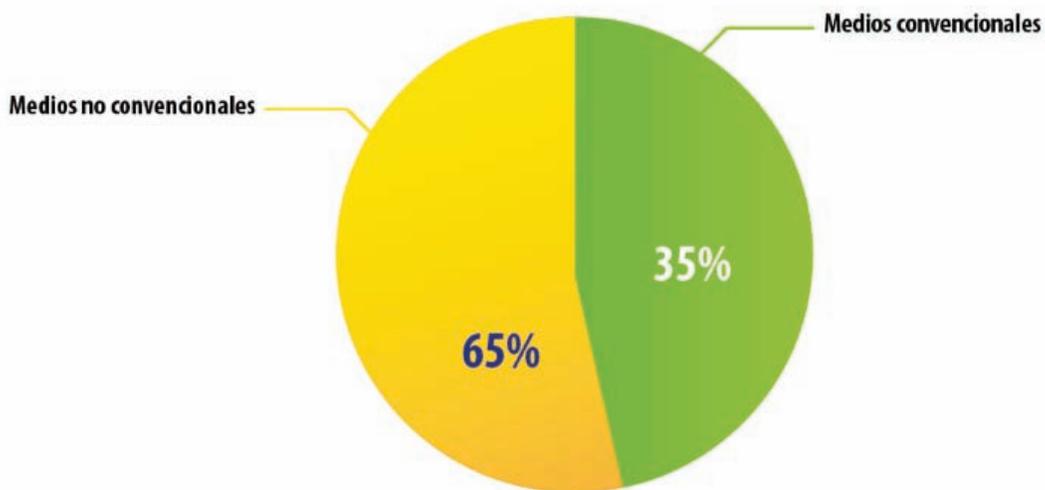
CAPÍTULO CINCO
DEFINICIÓN CREATIVA

5.1 SELECCIÓN DE PIEZAS A DISEÑAR

El instrumento de investigación que se utilizó es la encuesta, ya que como nos indica Roberto Hernández (2006) es un instrumento de medición que obtiene datos a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto de población estadística en estudio.

A continuación observaremos los resultados de las encuestas, que se utilizaron para saber cuáles son los medios de comunicación que el target prefiere:

¿Qué tipo de comunicación te transmite más?



Escobar, Ma. (2013). Resultados de encuesta (Fotografía)

¿Qué medios de comunicación te interesan?



Escobar, Ma. (2013). Resultados de encuesta (Fotografía)

Impresos

Carteles: para colocar en las carteleras de los lugares a donde irá Extra Muros, indicando la fecha de presentación y así llegar específicamente al grupo objetivo.

Biombo: será una estructura ubicada en el stand, con la funcionalidad de posicionar marca e informar acerca de los tejidos típicos de Guatemala.

Catálogo: se utilizará para diagramar y exponer los textiles típicos. Llegará al grupo objetivo específico de forma directa, ya que se hará una versión mini, ideal para el stand y una versión completa para el uso exclusivo del Museo Ixchel.

Periódico: es un medio más utilizado en el medio impreso. Se utilizará para colocar publicidad los periódicos más populares para nuestro grupo objetivo, como por ejemplo Prensa Libre y Publinews, con el fin de posicionar marca y porque son medios masivos.

Virtuales

Flyers: los datos de la encuesta nos indican que las redes sociales son una fuente de publicidad a la que el grupo objetivo tiene un acceso directo, ya que cuentan con computadoras o teléfonos inteligentes. Estas piezas se distribuirán en la fanpage del Museo Ixchel.

Mailings: para enviar a la base de datos del Museo Ixchel información sobre la siguiente ubicación de Extra Muros.

BTL

Stand: se diseñará un stand fácil y práctico para el uso de Extra Muros, creando así una unidad visual e interacción con el target.

5.2 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS PIEZAS A DISEÑAR

PIEZAS	CARACTERÍSTICAS	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Carteles	El cartel es una técnica de difusión de la información que permite llegar a gran cantidad de público, conocido también como póster, con fines informativos o publicitarios.	Económica inversión. Público. Breve y conciso. Llama la atención. Colocarse en cualquier lado de forma masiva. Impacto inmediato. Exposición durante 24 horas al día, 7 días a la semana.	Esporádico u ocasional. No profundiza la información. La repetición puede saturar y hace una contaminación visual.
Catálogo	Es una obra impresa en la que las instituciones muestran sus servicios o productos a los clientes. Contiene fotografías, breve explicación y gama ofertada.	El observador se toma su tiempo para ver la información. Idea general de forma rápida y precisa. Con un buen diseño, un alto impacto.	No es un medio masivo. Si posee un diseño que no impacte, se toma el riesgo de no ser leído.
Periódico	Es el medio impreso que se distribuye con rapidez. Un medio informativo. Capacidad de llegar a todo el público. Satisface muchas necesidades del lector.	Permite la publicación del mensaje en una sección específica. Tienen un número de lectores asegurado y comprobable. Se hacen inserciones de volantes o cupones. Da credibilidad.	El mercado que lee los periódicos es poco. Se necesita una gran inversión para generar impacto. La impresión por el tipo de papel genera una imagen opaca. El costo es un poco elevado.

Biombo	Es una estructura de varias caras o pantallas, las cuales llevan texto, fotografías o logotipos, con el fin de transmitir una idea publicitaria.	<p>Capta la atención. Ayuda a posicionar marca.</p> <p>Se coloca en lugares estratégicos.</p> <p>Crea interacción con el grupo objetivo.</p>	<p>El costo puede ser elevado.</p> <p>Se puede acercar cualquier persona, aunque no pertenezca al grupo.</p>
Virtuales	Es un medio de comunicación de costo bajo, el cual requiere un diseño y programador para subirlo a la web. Efectivo y preciso para el grupo objetivo.	<p>Se puede llegar al target por los sitios donde se coloca.</p> <p>Genera integración.</p> <p>Capta la atención.</p> <p>Bajo costo de inversión.</p>	<p>Saturación de comunicación.</p> <p>La información puede ser confusa.</p> <p>Se corre el riesgo de que el material gráfico sea considerado como spam.</p>
BTL (stand)	Es el espacio dentro de una feria o salón en el que una empresa expone y presenta sus productos o servicios.	<p>Alto alcance y frecuencia.</p> <p>Venden sus servicios.</p> <p>Portátil.</p> <p>Alcance del público local.</p> <p>Bajos costos.</p> <p>Impacto creativo.</p> <p>Alcance a segmentos difíciles.</p>	<p>Limitaciones creativas y bajos niveles de atención.</p> <p>Escasa selectividad del público.</p> <p>Problemas de disponibilidad.</p> <p>Vandalismo.</p> <p>Difícil medición.</p>

5.3 CONCEPTO CREATIVO DE DISEÑO

Para realizar el proceso de conceptualización se llevaron a cabo ejercicios previos, en donde se pusieron en práctica técnicas, tomando como de base información relevante obtenida a través de la investigación.

1. En “EL CENTRO DE MIS RAÍCES”, el significado de esencia puede interpretarse también como un material auténtico. Con la frase se da a entender el interior que puede tener la percepción de una raíz desde su esencia, al enfocarse en el desarrollo de su imagen e innovación desde que se tiene la idea de exhibirlo.

5.3.3 Técnica Creativa: LO MÁS CERCANO / LO MÁS LEJANO

Lo más cercano	Lo más lejano
Gente	calle
Tejido	mano de obra
Diseñar	composición
Exhibición	internacional
Imagen	hilos
Crear	día
Color	arte
Cultura	altiplano
Textura	bordado
Calidad	colores
Símbolo	historia
Guatemala	mapa mundi

Generando símbolos que te enseñan
 Desarrollando hilos de color
 Diseñando la historia de Guatemala
 La cultura de los bordados textiles
 El arte de los símbolos
 El arte plasmado texturizado
 Los pixeles que hablan de historia
 Hecho en Guatemala con calidad textil

1. HECHO EN GUATEMALA CON CALIDAD TEXTIL. Con esta frase se quiere dar a entender que el producto es 100% guatemalteco elaborado con mano de obra nacional. Esto con el fin adicional de poderlo exportar y así crear alianzas con otros países promoviendo del desarrollo y arte del país.

Concepto seleccionado

Después de analizar detenidamente cada uno de los conceptos, se ha elegido el concepto *LA EXPRESIÓN DE SENTIR EL CENTRO DE VIVIR*. Tomando en cuenta el problema, los objetivos, el grupo objetivo y la institución, este es el que abarca todos los puntos. En cuanto a los otros conceptos, perdían la intención que se quiere llegar a comunicar, que es la de dar a conocer el nuevo departamento del Museo Ixchel del Traje Indígena, para ampliar el conocimiento cultural del joven guatemalteco.

Insight – Conéctate a tus raíces

Es la conexión con nuestras raíces o antepasados, que quiere decir que es parte de mí o de mi vida, con el objetivo provocar un cambio de conducta en nuestro grupo objetivo. Se establece esta relación con una analogía entre el concepto y el insight, ya que se diseñará una campaña de comunicación visual que transmita por medio del color y texturas lo que representa los tejidos típicos guatemaltecos, dando la experiencia de sentir y vivir al mismo tiempo. Esto involucra el valor interno de cada persona, ya que es algo que lo lleva dentro, es algo que “Conecta mis raíces”.

Dicha estrategia se llevará a cabo con el fin de transmitir el concepto: La expresión de sentir el centro de vivir, generando un ciclo de experiencia con las piezas gráficas a diseñar, ya que el cartel generará la atracción y atención que iniciará la participación del lector para ir a visitar el stand de Extramuros, el cual será diseñado modernamente para interactuar con el grupo objetivo y generará interés por el catálogo impreso que ayudará como material de apoyo, que informe y culturice.

Evidencia del concepto creativo

Profundidad: es el conjunto de valores, tradiciones, creencias y modos de comportamiento que experimenta el grupo objetivo, conocerá la sensación de sentir y vivir, se definirá lo que vivió y sintió con el concepto.

Amplitud: ampliará sus conocimientos y cultura, de manera que se interese más por el tema de los tejidos típicos de Guatemala a través de la viveza de los colores saturados, siendo de su atracción y gusto.

Perennidad: siendo un concepto que cale la inquietud por saber más, para que quede en la mente del grupo objetivo por tiempo indefinido este movimiento de Extramuros, siempre y cuando eduque a los jóvenes del área metropolitana y sea un aporte para la sociedad guatemalteca.

Bebas Neue

CONÉCTATE A TUS RAÍCES

Giorgio

Conéctate a tus raíces

Neou

CONÉCTATE A TUS RAÍCES

Existence

Conéctate a tus raíces

Myriad Pro

Conéctate a tus raíces

Gnuolane-RG

Conéctate a tus raíces

Yanone Kaffeesatz

Conéctate a tus raíces

5.4 PREVISUALIZACIÓN DE CÓDIGOS VISUALES

Para la realización de piezas bajo el concepto seleccionado y basado en el grupo objetivo, la importancia de la selección de colores e imágenes es significativa. Esto ayudará a que nuestras piezas capten la atención del target.

Lingüístico: para la tipografía se propone una fuente cuyos rasgos sean de la familia de las sans serif con terminaciones rectas y trazos redondos que imitan una tipografía simétrica y sin adornos, para facilitar la interpretación de la lectura por parte del grupo objetivo. Para eso se proponen tipografías presentadas a la izquierda:

Como resultado se obtuvo a la tipografía Yanone Kaffeesatz como la más acertada, ya que sus trazos imitan figuras básicas

Cromático: para la propuesta de color se buscaron referencias de trajes típicos de las regiones que se conserva, con el fin de tomar la diversidad que representa la prenda textil, que posee un alto grado de colores saturados.

Análisis de estrategia creativa

La estrategia de enseñanza-aprendizaje nos sirve para descubrir el entorno y el medio del grupo objetivo, además complementa un estudio previo del mismo. En esta estrategia se utilizó la técnica POEMS (People, objects, environments, messages & media, services) para conocerla.

El fin de crear una campaña de comunicación visual para el nuevo departamento del Museo Ixchel: Extramuros es innovar con el material gráfico para documentar, exhibir y educar en torno a la tradición textil indígena de Guatemala, a la población de jóvenes adultos, resaltando su valor cultural, técnico y artístico.

Teniendo en cuenta que la única manera de generar interés en el grupo objetivo es persuadiéndolos e interactuando, se pretende que cada miembro del grupo viva una experiencia al ver la pluricultura que existe en cada una de las prendas textiles. Esto se logrará por medio de piezas visuales, tanto como impresas y virtuales, y una interacción personal a través del BTL.



Escobar, Ma. (2013). Muestras de color y tejidos típicos (Fotografía)



CAPÍTULO SEIS
PROCESO DE PRODUCCIÓN GRÁFICA
& VALIDACIÓN

6.1 NIVEL 1 DE VISUALIZACIÓN

Fundamentación del área de bocetaje

Se bocetó pensando en la funcionalidad y captar la atención de las personas mientras estas se encuentran en movimiento, también en que las piezas sean visibles desde grandes distancias e impactantes por su gran dimensión. Además se buscó mantener un equilibrio con todos los elementos que contiene. Las imágenes, gráficos, fotos y textos deben representar una línea de comunicación que permita al ojo humano (y al cerebro) dirigirse de un punto de información a otro. Esto crea movimiento y dinamismo. Los puntos de información no son colocados por casualidad, si no que son creados por el diseñador para influir en el lector.

Tomando como base el concepto “*LA EXPRESIÓN DE SENTIR EL CENTRO DE VIVIR*” se continuó con el bocetaje, estableciendo los elementos que reforzarían gráficamente el proceso de conceptualización. De esta manera se presentan dos propuestas para luego validarlas con el grupo objetivo, las cuales son las siguientes:

PROPUESTA NO.1

Con esta propuesta se pretende usar la anatomía de una mujer con un nivel bajo de abstracción, ya que la técnica a utilizarse es fotografía documental. La idea es que mujeres con diferentes colores de tez y vestidas con prendas típicas sean fotografiadas experimentando las sensaciones de sentir y vivir, con el fin de transmitir la pluriculturalidad y belleza que hay en los tejidos, como en la raza étnica, haciendo así alusión al concepto central.

Línea gráfica del diseño:

Se trabajó bajo este movimiento artístico del realismo, dando a conocer la actualidad y el presente. Transmite acontecimientos políticos del momento y hace un arte combativo. Se basa en la reproducción exacta y completa de la realidad social, ya que será ejecutado con fotografía documental, la cual nos dice mucho sobre la situación actual del país.





EXTRA

MUNDO

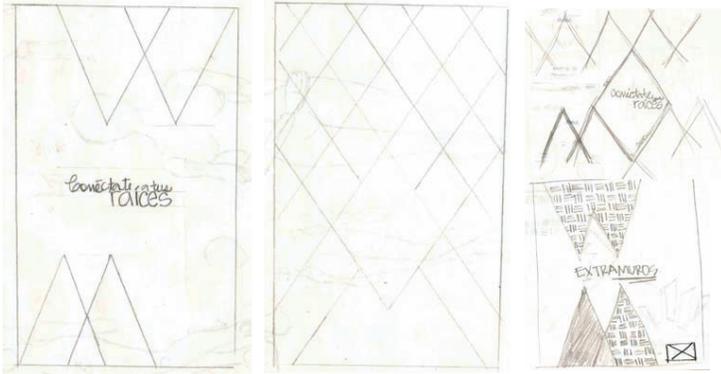
Conéctate a tus raíces

DEL 27 AL 30 DE SEPTIEMBRE • CC. PORTALES

Un nuevo movimiento del:
**MUSEO
IXCHEL**
DEL TRAJE INDIGENA

6 Calle Final, Zona 10, Centro Cultural Universidad Francisco Marroquín - Teléfonos: 23618081 al 82 - info@museoixchel.org

PROPUESTA NO.2



Se realizó una abstracción entre raíces y el interior de cada persona, con un estilo moderno y vanguardista. La propuesta está formada por la analogía entre las líneas = raíces, las cuales pasan por diferentes tejidos típicos, entrelazando unos con otros hasta que todas las líneas llegan a un mismo punto, en el centro = corazón. Porque para vivir hay que sentir.

Línea gráfica de diseño:

Es una propuesta abstracta y geométrica, la cual tiene como línea gráfica el movimiento artístico el Cubismo, ya que es una expresión de lo que viene de adentro. No se utiliza la perspectiva convencional ni los colores de la realidad. Tiene base en un módulo repetitivo para obtener una cuarta dimensión a partir de la suma de todas las perspectivas. Cada módulo será un tejido que representará la diversidad del color y texturas que hay con los tejidos típicos.

Línea gráfica seleccionada:

Bajo el concepto “La expresión de sentir el centro de vivir” se desarrollaron las propuestas vistas. De ellas se seleccionó la tendencia abstracta y geométrica, es decir, la propuesta No. 2.

Según reunión con el cliente y los resultados de la encuesta realizada al grupo objetivo, se conoció la línea gráfica con la que se identifican y gustos personales, como también qué colores identifican esta campaña. Se presentaron variaciones del diseño, pues debe enfocarse mejor al grupo objetivo al cambiar colores y formas para hacer un complemento entre el concepto y lo visual.



Versiones de la pieza gráfica:

Se presentaron tres bocetos diferentes de la línea gráfica visual, de las cuales fue seleccionada la número tres (3) por el grupo objetivo.



Tendencia de diseño: Arte digital

El arte digital nos brinda una posibilidad más grande de crear una composición llamativa para los jóvenes utilizando fotografías y técnicas digitales. Marín (2010) nos dice que el arte digital es una nueva tendencia surgida en torno a la aplicación de programas vectoriales y graficadores, el cual consiste en recrear una imagen a partir de un progresión sistémica de contenidos virtuales, con la incorporación de colores cibernéticos y efectos de diferente índole hasta conformar una composición digital.

Título: Conéctate con tus raíces

La pieza gráfica diseñada transmite la variedad de colores y texturas que forman un textil típico. En figura-fondo se presenta módulos repetitivos con tejidos textiles y colores saturados. El punto focal es el centro de la pieza, esto para crear un complemento entre texto e imagen y ayudar a no crear confusión al grupo objetivo y reflejar perfectamente el concepto.



Escobar, Ma. (2013). Círculo cromático (Fotografía)

CÓDIGOS VISUALES

Código icónico

Un collage de tejidos textiles como elementos representativos, por medio de módulos. De esta manera se crea una imagen que identifique la campaña de comunicación, como también al grupo objetivo, ya que son fotografías de las prendas típicas que se exhibirán en Extra Muros.

Fotografías por: Ana Lucía Meléndez



Código cromático

Se tomaron referencias de los colores existentes en los tejidos típicos, por lo que se utilizaron una diversidad de colores saturados del círculo cromático en la línea gráfica de la campaña, ya que el color saturado en el diseño gráfico nos transmite la realidad de las cosas, nos indica Costa (2010). Como también nos dice que el color aporta una gran fuerza de convicción en la imagen o fotografía, con el fin de captar la atención, provocar diferentes emociones y reacciones al grupo objetivo, representando la idea central del concepto.

Código tipográfico

Para la tipografía se propone tipos de fuentes cuyos rasgos sean de la familia sans serif con terminaciones rectas y trazos simples, que permitan dar equilibrio a la pieza y que logre ser legible a distancia. Además una tipografía caligráfica para acentuar el título principal y nos transmita dinamismo y estilo, para esto se propusieron las siguientes tipografías:

Wheatland-demo
Caligráfica

Yanone Kaffeesatz
Sans Serif

6.2 NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN

Propuesta gráfica digital

Para la siguiente fase fue el cliente quien validó, es decir, la institución. Se aplicó un instrumento de validación con una serie de preguntas acordes a la muestra evaluada. Las respuestas servirían para validar de forma general la funcionalidad del proyecto y la interpretación visual del mensaje.

De acuerdo a esta validación, el 100% se identifica con carteles de texto, ya que su visualización es más agradable y entendible, así como la tendencia del cubismo, que identifica la tendencia con los tejidos típicos.

En cuanto al uso de color, el 100% identifica que se crean contrastes visuales que representan la diversidad, cultura y características de cada tejido típico.

La distribución de elementos les parece equilibrada, marcando jerarquías por medio de los bloques de texto y espacios libres. La tipografía también se consideró acorde al grupo objetivo,

ya que se pretende relacionarlas con figuras básicas.

En cuanto a la relación con el concepto se logró identificar la fusión de línea con línea que se unen en el centro, logrando hacer el énfasis en el insight “Conéctate con tus raíces” entrelazando y creando esa diversidad de trajes típicos.

Se utilizó un instrumento tipo encuesta, gracias al cual se obtiene de manera precisa resultados positivos. Está compuesta por un párrafo de introducción con un lenguaje amigable y preguntas de selección múltiple. Los aspectos a evaluar son: función de cada pieza, concepto, discurso o mensaje que se quiere transmitir, tabla de requisitos, estrategia de implementación. A continuación se presentan los resultados

VALIDACIÓN TÉCNICA | FASE II

Agradezco su colaboración en la validación del Proyecto elaborado para Universidad San Carlos de Guatemala. El material a exponer consta de una serie de carteles para definir la línea gráfica de la Campaña de Comunicación Visual para el nuevo departamento del Museo Ixchel del Traje Indígena, Extramuros.



A continuación se presenta una serie de casillas. Marque con una "X" la que crea más conveniente.

1. Tipografía....

Pieza Gráfica	Malo	Regular	Bueno	Excelente
PROPUESTA 1			X	
PROPUESTA 2				X

2. Color....

Pieza Gráfica	Malo	Regular	Bueno	Excelente
PROPUESTA 1			X	
PROPUESTA 2				X

3. Diagramación....

Pieza Gráfica	Malo	Regular	Bueno	Excelente
PROPUESTA 1		X		
PROPUESTA 2				X

4. Composición....

Pieza Gráfica	Malo	Regular	Bueno	Excelente
PROPUESTA 1		X		
PROPUESTA 2				X

5. Concepto....

Pieza Gráfica	Malo	Regular	Bueno	Excelente
PROPUESTA 1	X			
PROPUESTA 2				X

Comentarios adicionales

Al cartel número uno le cambiaría unas cosas: sentimos que cuesta un poco entenderse, sin embargo, el diseño y la composición están bien. La línea visual no me representa el copy. El texto “El museo que se expresa libremente” para el cliente es mejor desecharlo. Y la R de la palabra muros, parece P. Aconsejamos que se cambie el tipo de letra, para ver otra opción. En cuanto a la propuesta No. 2 es la que nos gusta más, ya que se entiende y es moderno, transmite totalmente el concepto de lo que es Extra Muros.

Según los resultados obtenidos observamos que la imagen indicada para el arte es la propuesta No. 2, la cual fue aceptada y llamó la atención del cliente. En cuanto al uso del color, fue relacionado con los tejidos típicos, visualmente les parece esa degradación de tejidos con colores y líneas que simulan ser raíces.

6.3 NIVEL 3 DE VISUALIZACIÓN

Validación con los expertos

Para la validación técnica se tomó en cuenta a personas especializadas en el área del Diseño Gráfico, para evaluar tanto la temática de proyecto como aspectos de diseño y posibles percepciones del grupo objetivo.

Encuestados:

Licda. Lisbeth Recinos - Unilever
(lissy.recinos@gmail.com)

Licda. Gabriela Cojúlun - Agexport
(gaby.cojulun@gmail.com)

Licda. Silvia Carolina Choc - Freelance
(silviacarolinachoc@gmail.com)

El instrumento utilizado fue una encuesta online, de la cual informa Bruce Tick (2013) que consiste en colocar un cuestionario en una página web o crear una serie de preguntas y enviarla a través de correos electrónicos.

Esta encuesta consistía en una serie de preguntas directas, con tres posibles respuestas justificadas a nivel profesional. Seguidamente se tabularon los resultados obtenidos de manera general.

Validación Técnica
Profesionales en Diseño

USAC
TRICENTENARIA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico

Agudado en colaboración en la validación del Proyecto elaborado para la Universidad de San Carlos de Guatemala, como parte del trabajo final en el curso de Ejercicio Profesional Supervisado. El Proyecto fue trabajado para el nuevo departamento de Extramuros (Museo Ixchel del Tz'ujé Itz'at'at) quien necesita dar a conocer los tejidos típicos del país, a través de exhibiciones en el área metropolitana.

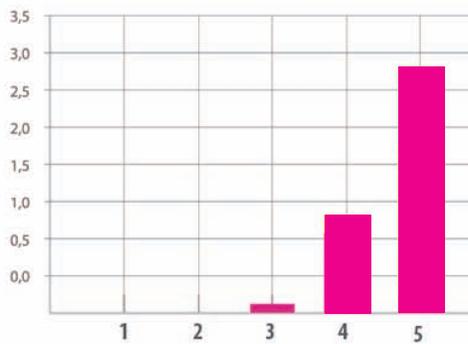
Los materiales serán impresos, trabajados bajo el concepto, "LA EXPRESIÓN DE SENTIR EL CENTRO DE VIVIR". El primero es una serie de carteles que recopila la diversidad que existe en los bordados típicos de Guatemala, dando a conocer el nuevo departamento de Extramuros, del Museo Ixchel. El segundo es un catálogo que permitirá de manera impresa obtener información específica de ciertos tejidos típicos. Los materiales están dirigidos a profesionales, ejecutivos, empresarios y estudiantes de nivel medio, de la Ciudad Capital.

A continuación se presentarán una serie de preguntas de selección múltiple que ítem de lo general a lo específico, subraye la respuesta que usted crea conveniente.

1. El tamaño del formato elegido para el catálogo
a. Es demasiado pequeño no permite la maniabilidad
b. El espacio es muy reducido, el formato se satura de texto
c. Permite la relación entre espacios simétricos tanto horizontal como verticalmente, dando una sensación de equilibrio
d. Es poco innovador, no despierta el interés en el mismo
2. El estilo utilizado para el layout es:
a. Muy moderno para el tema y contexto.
b. Demasiado variado, resta formalidad al documento
c. Establece la combinación agradable entre lo abstracto y lo concreto
d. Representa un estilo innovador que hace referencia a
3. La tipografía utilizada para el cuerpo de texto es:
a. Muy legible y dinámica
b. Demasiado cursiva, no se lee bien
c. Es muy cursiva no va acorde al contexto
d. Despierta el interés en la lectura.
4. La combinación entre tipografías para los titulares y contenido de texto...
a. Son poco legibles, debido a los rasgos de las mismas.
b. Son demasiado propuestas, no se guarda una unidad.
c. Son visualmente estéticos fusionando rasgos y estableciendo jerarquías.
d. Se combinan adecuadamente, más no destacan en jerarquías.
5. La utilización de una retícula jerárquica en el layout permite:
a. Aporta fluidez y dinamismo a lectura por medio de la combinación de sus ejes.
b. Crea disonancia entre los textos e imágenes no se establece un recorrido visual.
c. Las jerarquías en los elementos, no destacan unas de otras.
d. El dinamismo del layout hace pesada vista visual.
6. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien
7. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien
8. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien
9. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien
10. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien
11. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien
12. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien
13. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien
14. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien
15. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien
16. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien
17. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien
18. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien
19. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien
20. El uso de imágenes de tejidos típicos de Guatemala en el catálogo:
a. Son demasiado pequeñas, no se ven bien
b. Son demasiado grandes, se ven bien
c. Son demasiado variadas, no se ven bien
d. Son demasiado pocas, no se ven bien

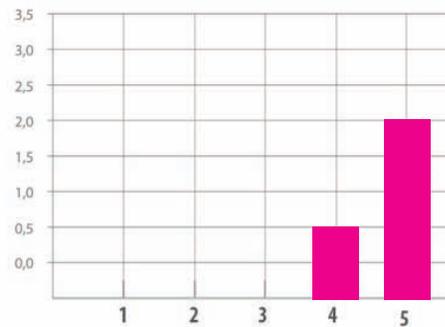
Resultados con expertos

¿El diseño a presentarse posee composición y abstracción?



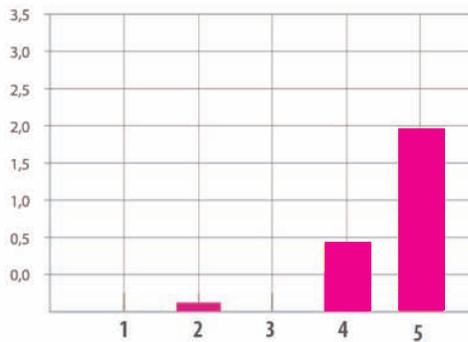
1. Nada
2. Poco
3. Regular
4. Bueno
5. Excelente

¿La paleta de colores utilizada es apropiada para el grupo objetivo?



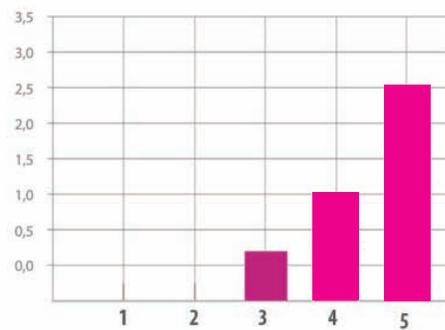
1. Nada
2. Poco
3. Regular
4. Bueno
5. Excelente

¿En cuánto a la forma y el tamaño de la pieza, cree que tendrá funcionalidad?



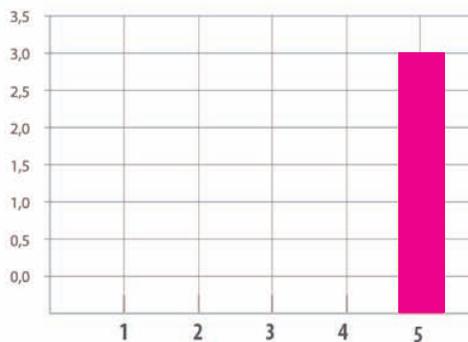
1. Nada
2. Poco
3. Regular
4. Bueno
5. Excelente

¿El concepto se representa totalmente en lo visual?



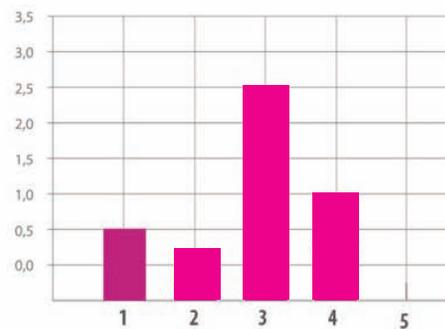
1. Nada
2. Poco
3. Regular
4. Bueno
5. Excelente

¿Cree que la paleta de color es la adecuada?



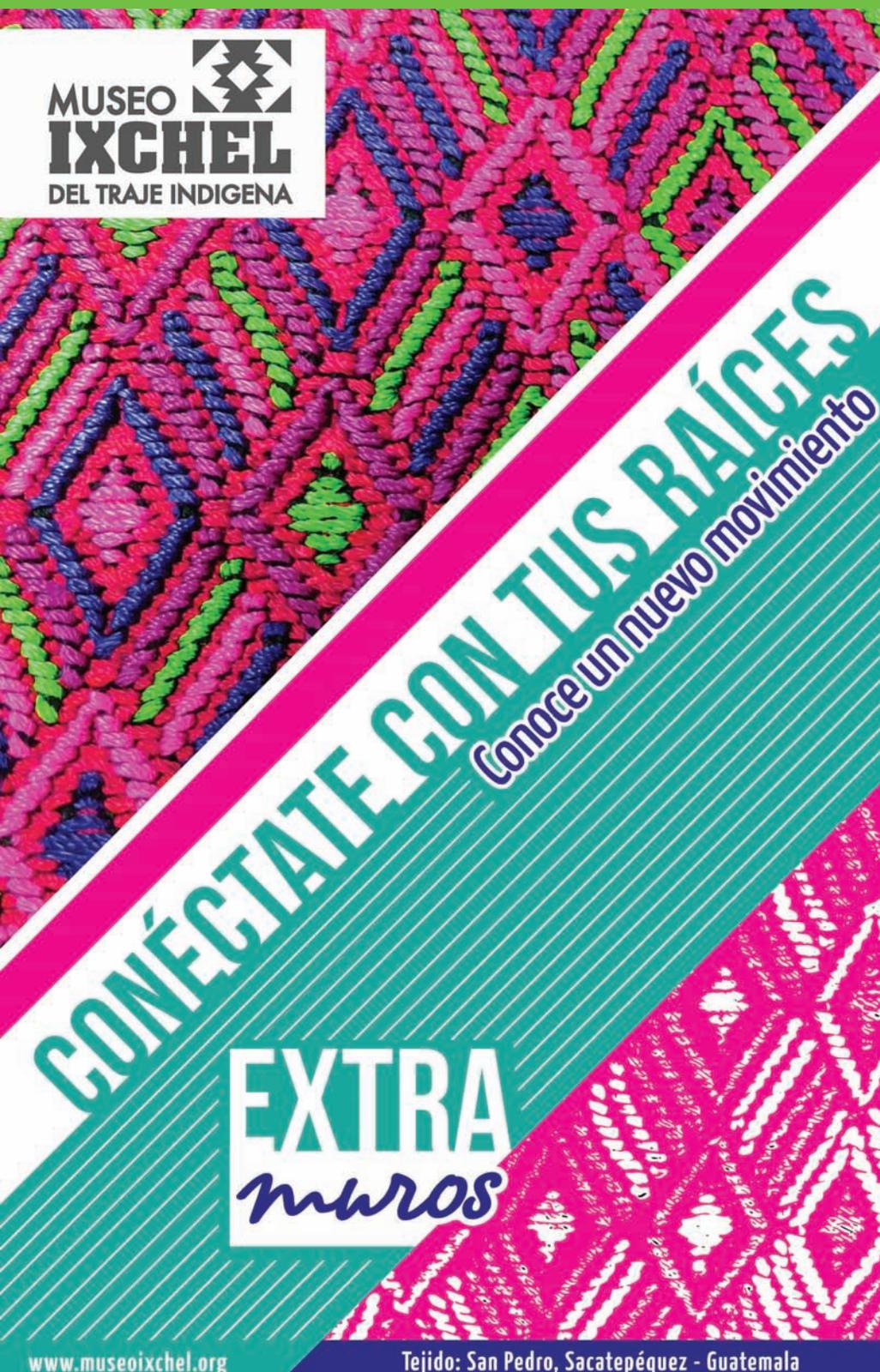
1. Nada
2. Poco
3. Regular
4. Bueno
5. Excelente

¿Qué elemento cree usted que le llama más la atención?



1. Titular
2. Tipografía
3. Colores
4. Imagen
5. Texto

6.4 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA

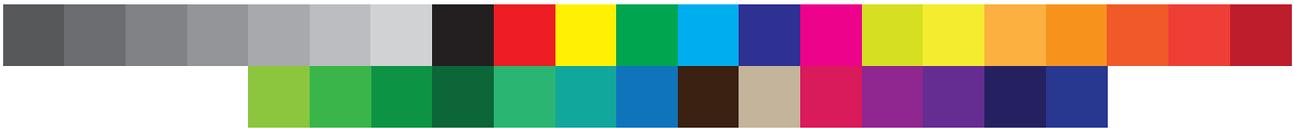


En el desarrollo del proyecto se observó la inclinación, tanto del grupo objetivo como del cliente, por la saturación de colores sólidos y la línea gráfica abstracta, formando con estos dos elementos una composición que encierre el concepto principal, un diseño limpio y con un recorrido ordenado. Como primer plano vemos el logotipo del Museo Ixchel y el insight “Conéctate con tus raíces” haciendo énfasis en la palabra Extra Muros acompañada por un diseño de líneas inclinadas para hacer la simulación de hilos del tejido que observamos en el fondo.

Se finaliza el recorrido con datos importantes, como lo es la página web de la institución y la procedencia del traje típico.

Código cromático

A través de la observación se pudo determinar que en los trajes típicos existe una amplia gama de colores saturados, con los cuales se elaboró la propuesta gráfica, teniendo en cuenta dos componentes importantes: legibilidad y apariencia. Estos componentes ayudarán a tener más impacto de forma consciente e inconsciente, como nos dice Drew y Meyer (2008) que pueden asignar unos atributos conductuales físicos, psicológicos y adquiridos, aunque dependiendo de la cultura en la que se haya criado cada persona los significados transmitidos serán diferentes.



Código tipográfico

Se utilizaron dos tipografías de familias diferentes. Una de ellas es de la familia San serif, que es una tipografía libre de remates, con trazos finos y legibles que tienden a reflejar una imagen moderna, limpia y minimalista. Y en cuanto a la segunda tipografía pertenece a la familia Caligráfica, con trazos libres, en ocasiones se puede confundir con la miscelánea, y representa dinamismo y sueños.

Yanone Kaffeesatz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz - 0123456789

Wheatland-demo

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

Frecuencia de la campaña

Para dar a conocer la identidad y rescatar la importancia del tejido típico de Guatemala, se ha determinado el tiempo de la campaña en diferentes etapas:

Corto plazo: las personas conocerán el proyecto a través de una campaña visual en medios de comunicación por seis meses.

Mediano plazo: de uno a dos años, a partir de la primera fase, se motivará a que visiten el Museo Ixchel, con el fin de informar y enseñar.

Largo plazo: se quiere transmitir conciencia social a la población y así crear un sentido de pertenencia con su país.

PRESUPUESTO

El aporte total del presente proyecto asciende a la suma de catorce mil trescientos noventa y tres quetzales con veinticinco centavos, lo cual se desglosa a continuación:

Costos de creación y diseño:

PIEZA	MEDIDAS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Periódico	10.5 * 12 inches	6 versiones	Q500.00	Q3,000.00
Revista	8.5*11 inches	6 versiones	Q200.00	Q1,200.00
Carteles	11*17 inches	6 versiones	Q150.00	Q900.00
Catálogo	17*11 inches	1	Q500.00	Q500.00
Trifoliar	8*8 inches	1	Q200.00	Q200.00
Biombo		3	Q150.00	Q150.00
Cédulas	6*5 inches	25	Q10.00	Q250.00
Banner	125*455 px	1	Q150.00	Q150.00
Flyer	852*315 px	2	Q150.00	Q300.00
Mailing	600*775 px	1	Q150.00	Q150.00
				Q6,800.00

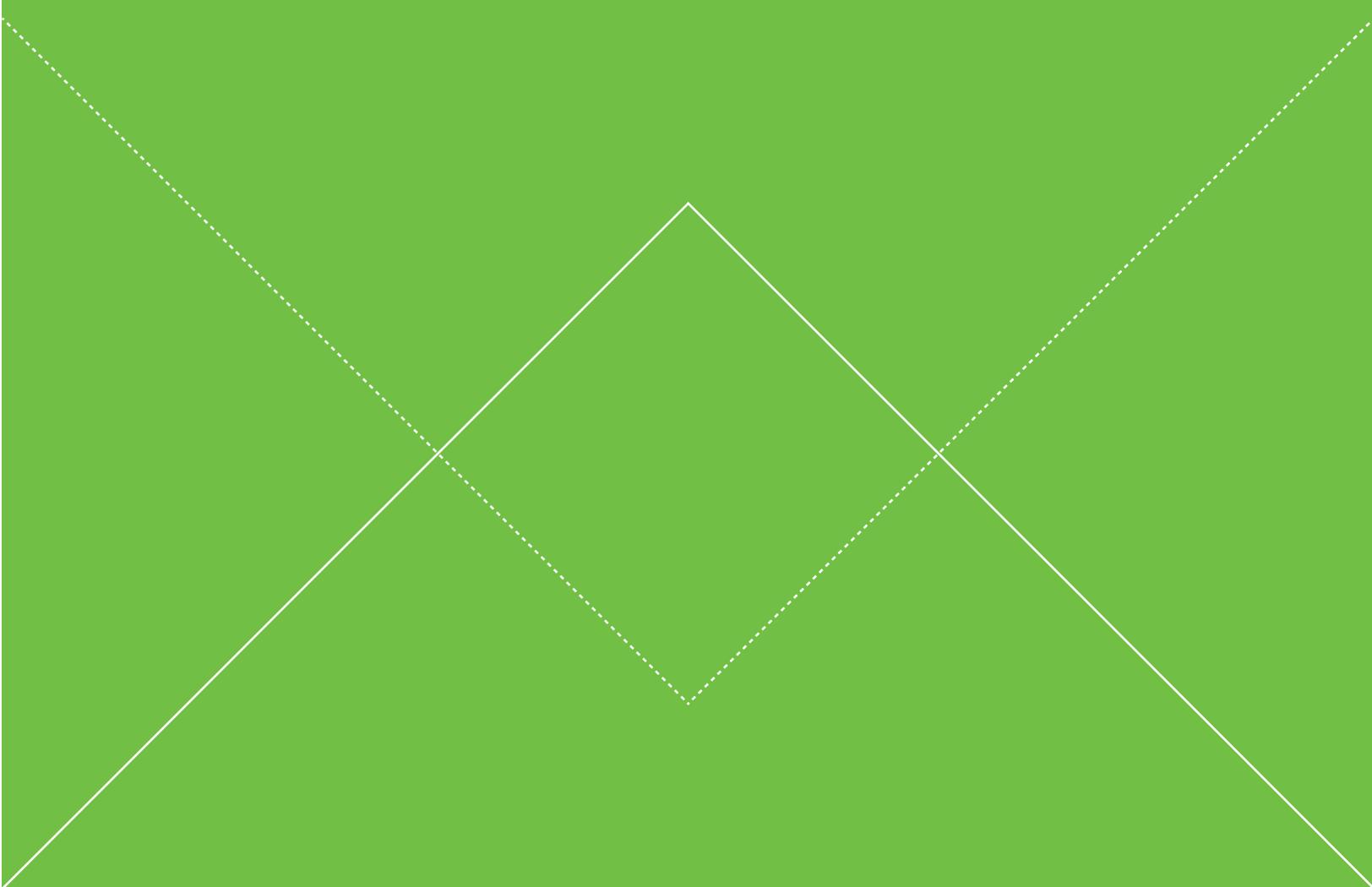
PRESUPUESTO / Costos de impresión

PIEZA	DESCRIPCIÓN	MEDIO	MATERIAL	MEDIDAS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Periódico	Se utilizará para publicar piezas en los periódicos con más audiencia del sector capitalino.	Impreso	Papel periódico	10.5 * 12 inches	18 publicaciones al año	0.00 (subsidijs)	0.00 (subsidijs)
Revista	Se harán publicaciones publicitarias en revistas como: Gerencia, Crónica e internas de Prensa Libre.	Impreso y virtual	Papel couche	8.5*11 inches	6 publicaciones al año	0.00 (subsidijs)	0.00 (subsidijs)
Carteles	Estas piezas nos ayudarán a dar a conocer Extramuros, dando impacto visual.	Impreso	Papel texcote	11*17 inches	200	Q12.00	Q2,400.00
Catálogo	Se utilizará de manera directa al Museo, ya que los visitantes podrán ver la variedad de tejidos.	Impreso y digital	Papel expression	17*11 inches	1	Q800.00	Q800.00
Trifoliar	Se dará información de los precios que tiene el alquiler de los tejidos.	Impreso y digital	Papel couche	8*8 inches	1000	Q3.00	Q3,000.00
Biombo	Funcionará como apoyo en el stand.	Impreso	Cartón de impresión	0.80*2.00 centímetros	3	Q450.00	Q1,350.00
Cédulas	Tienen como fin de identificar y describir el tejido expuesto, asimilando un cajetín.	Impreso	Opalina	6*5 inches	25	Q1.73	Q43.25
Banner	Diseñados para uso exclusivo de la página web.	Digital		125*455 px	1	0.00	0.00
Flyer	Portada para la fanpage de facebook	Digital		852*315 px	2	0.00	0.00
Mailing	Para enviar por masivo información de Extramuros.	Digital		600*775 px	1	0.00	0.00

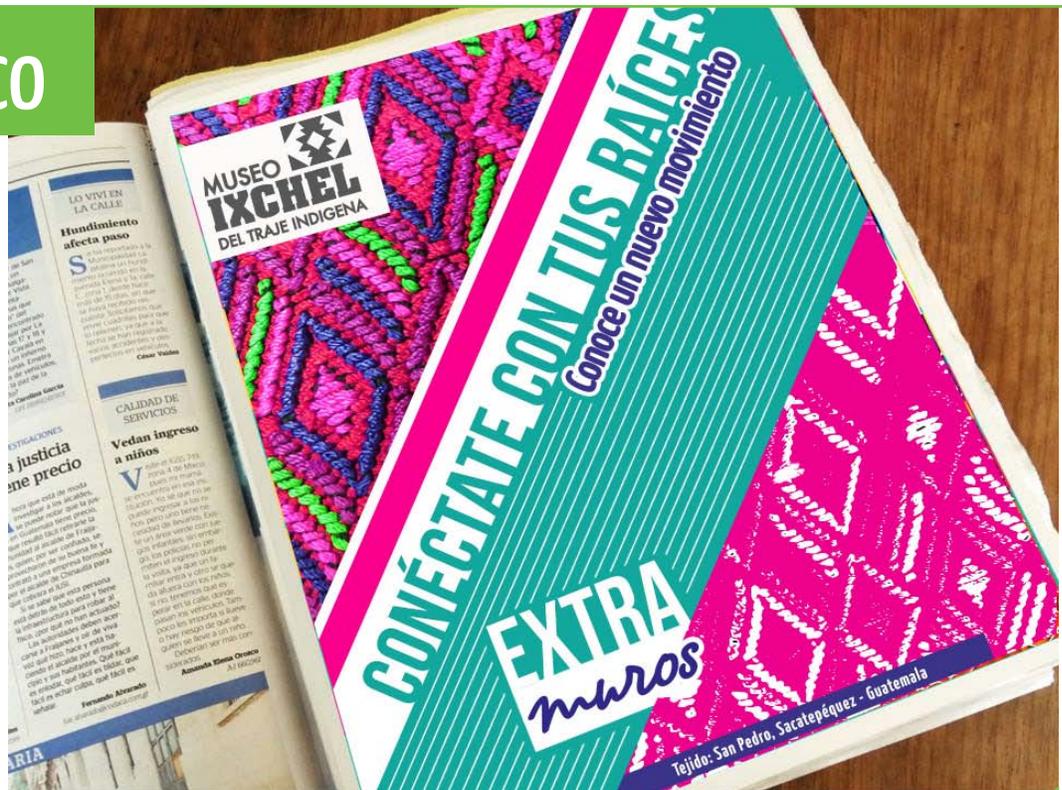
Q7,593.25



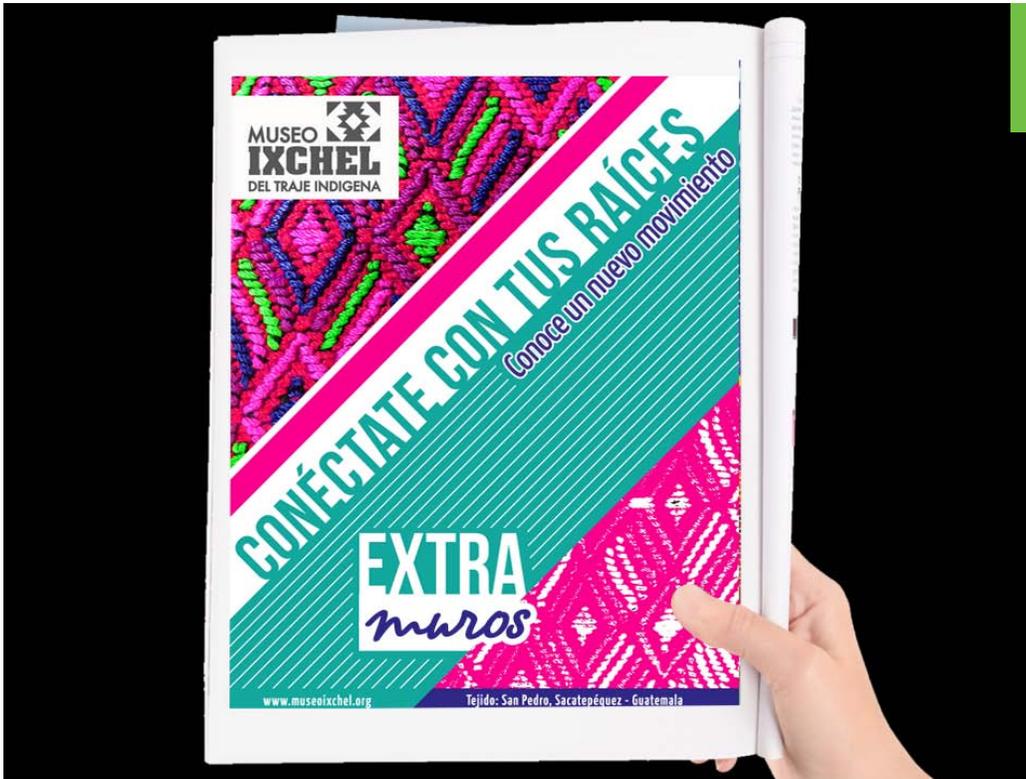
PIEZAS FINALES



Periódico



Revista



MUSEO IXCHEL DEL TRAJE INDIGENA



MUSEO IXCHEL DEL TRAJE INDIGENA



DATOS ADICIONALES.
El precio de los montajes incluye flete, instalación, investigación y promoción en nuestra página del museo.
Duración del montaje en la locación de 1 a 7 días. Días extras serán adicionales.

DATOS ADICIONALES.
El precio de los montajes incluye flete, instalación, investigación y promoción en nuestra página del museo.

Catálogo

Trifoliar

Necesidad de vestirse, arte de cubrirse:

Grande
10 huipiles
10 corsets
10 tocados **\$1,500.00**

Mediano
10 huipiles
10 corsets ó 10 tocados **\$1,000.00**

Pequeño
4 huipiles
3 corsets **\$500.00**

Símbolos que sembramos:

Montaje grande
2 tocados
10 huipiles mujer adultos
10 huipiles niños
2 trajes de hombres **\$1,500.00**

Montaje Mediano
9 huipiles de mujer
2 tocados
7 huipiles de niños **\$1,000.00**

Montaje Pequeño
2 tocados
5 huipiles de mujer
5 huipiles de niños **\$700.00**

MONTAJES

Tocados Indígenas de Guatemala:

Mediano
13 tocados **\$1750.00**

Pequeño
8 tocados **\$500.00**

Borlados: Pintadas que sonen culturas

Grande
8 huipiles de mujer adultos
7 corsets **\$1,500.00**

Mediano
5 corsets
5 huipiles de mujer
5 trajes de niños **\$900.00**

Pequeño
4 huipiles de mujer
3 trajes de niños
3 corsets **\$600.00**

MONTAJES

Huipiles Mayas de Guatemala:

Mediano
10 huipiles grandes
10 huipiles de niños **\$1,000.00**

Pequeño
5 huipiles grandes
5 huipiles de niños **\$500.00**

Conectarse con nuestra raíces:

Montaje grande
5 trajes de niño completos
5 huipiles de mujer
5 corsets
5 trajes completos de niño
2 trajes de hombre **\$1,200.00**

Montaje mediano
5 huipiles de mujer
5 huipiles de niños
3 trajes de niño
2 trajes de hombre **\$1,000.00**

Montaje pequeño
5 huipiles o corsets
3 trajes de niños
2 trajes de hombre **\$500.00**

Telar de Piz:

Mediano
20 corsets **\$1,000.00**

Pequeño
10 corsets **\$500.00**

Color Bajos:

Grande
10 huipiles, 10 trajes, 5 tocados **\$1,250.00**

Mediano
10 huipiles 5 tocados **\$750.00**

Pequeño
5 huipiles y 5 tocados **\$500.00**

Alfombras:

MUSEO IXCHEL DEL TRAJE INDIGENA

CONÉCTATE CON TUS RAÍCES
Conoce un nuevo movimiento

EXTRAMUROS

www.museoixchel.org
Tejido: San Raymundo - Guatemala



Extramuros quiere brindarle a sus clientes la experiencia de crear espacios innovadores que contribuyan a la educación y difusión de la riqueza textil del país.

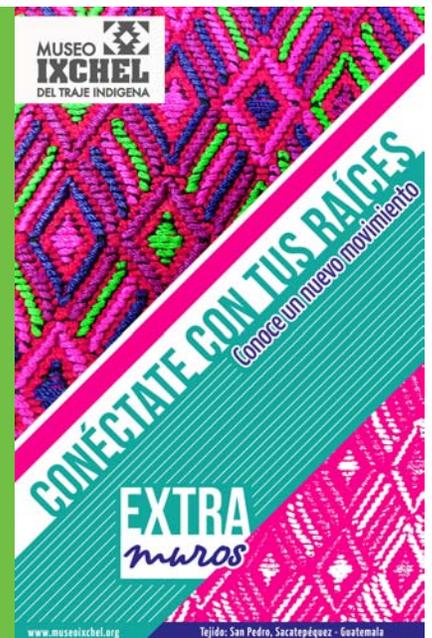
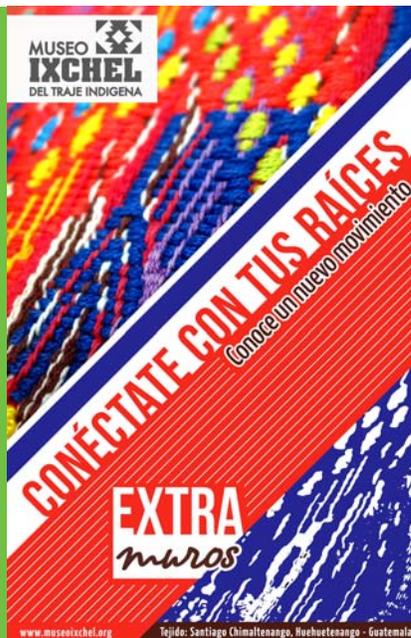
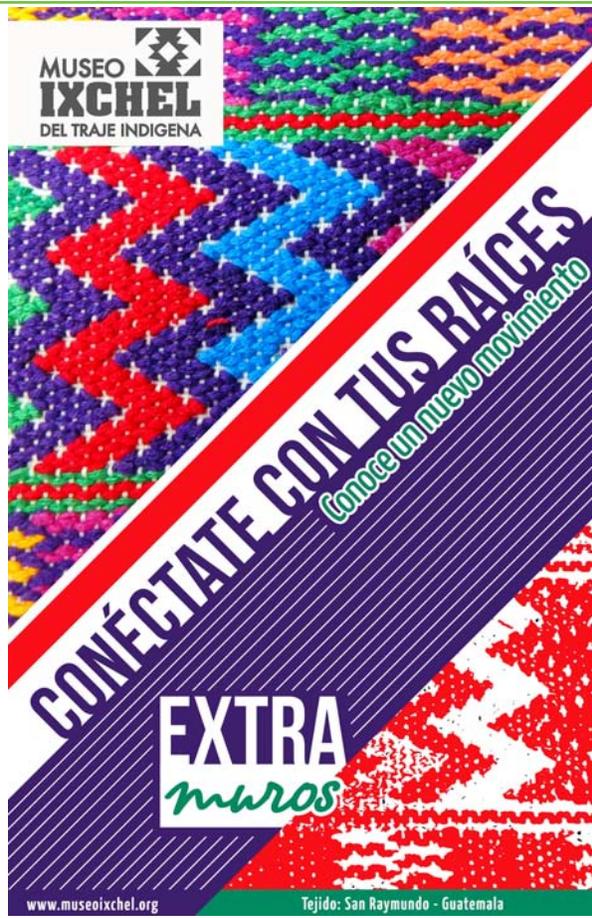
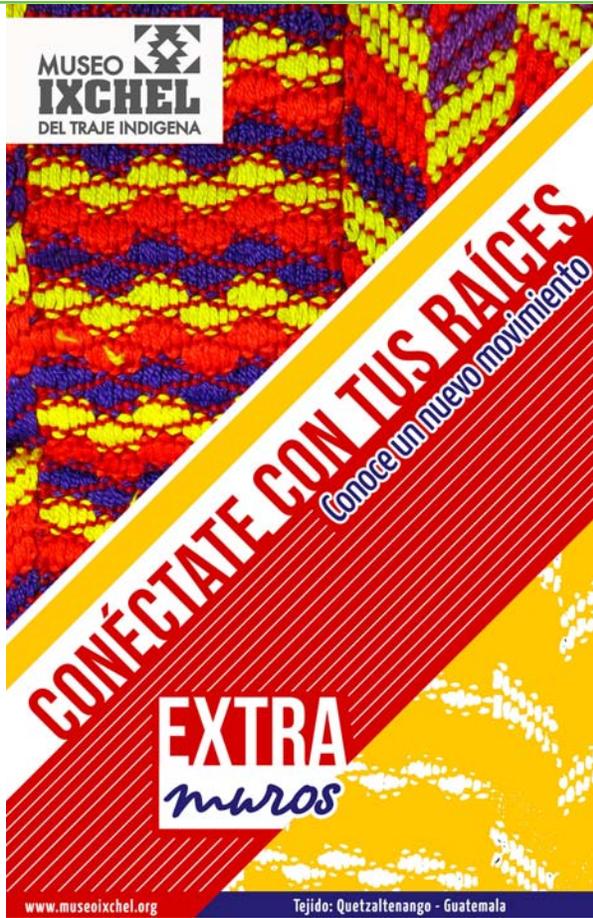
Haciendo montajes sobre la indumentaria indígena.

Algunos de los montajes muestran la forma de uso de sus textiles, así como otras muestran la elaboración o el detalle de las mismas.

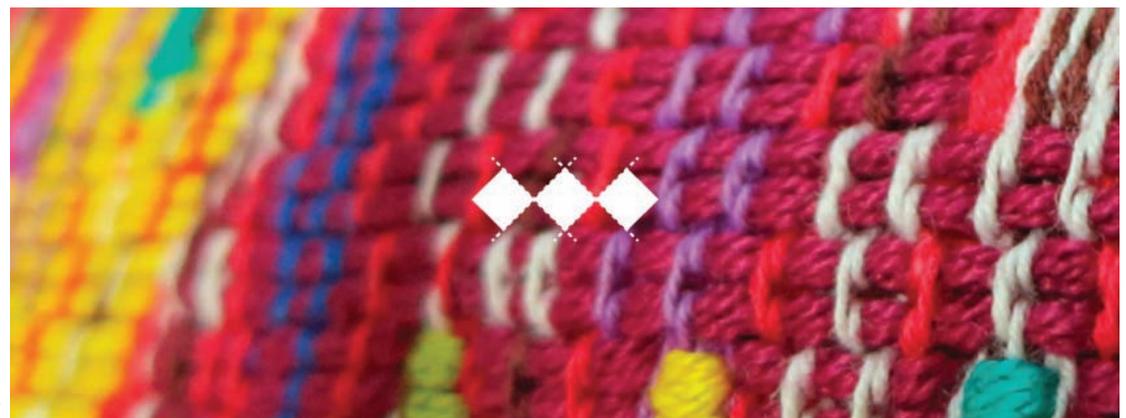
MUSEO IXCHEL DEL TRAJE INDIGENA

CONÉCTATE CON TUS RAÍCES

6ta. calle final, zona 10,
Centro Cultural IFAE, Ciudad de Guatemala,
Tel. (502) 2361-8081 al 82
www.museoixchel.org
info@museoixchel.org



Carteles



Flyers de Facebook

A screenshot of the Facebook page for Museo Ixchel del Traje Indígena. The page features a cover photo of a colorful woven textile with a white diamond-shaped graphic overlay. The profile picture is the museum's logo, which includes the text "MUSEO IXCHEL DEL TRAJE INDIGENA" and a stylized geometric design. The page name is "Museo Ixchel del Traje Indígena" with 842 likes and 111 comments. The location is listed as "Museo/Galería de arte, 6 calle final zona 10, 01010-Ciudad de Guatemala, 2361 8081". There are buttons for "Te gusta", "Mensaje", and "Fotos". A section titled "Lo más destacado" shows a post from the museum thanking a school for a visit and including a quote: "¡Excelente organización! ... acordé a la edad de las niñas, mantuvo su interés y curiosidad por conocer cada vez más, gracias a Johana + Lorena + Aman... Ver más (5 fotos)". To the right, there is a section for "3 amigos" who liked the page, with a button to "Invitar" friends.



Flyers de página web

MUSEO IXCHEL
DEL TRAJE INDIGENA

CONÉCTATE CON TUS RAÍCES

EXTRA muros

Tejido: San Pedro, Sacatepéquez - Guatemala

ROMANZA LATINOAMERICANA
CONCIERTO

KARIN RADEMANN (soprano) EDGAR AUGUSTO GUTIERREZ TAVERA (tenor) y el ENSAMBLE DIVERTIMENTO

Los fondos recaudados se destinarán al Museo Ixchel del Traje Indígena y a la conservación de la Colección textil del Museo.

FECHA: 05 de septiembre 2013
HORA: 20:00 hrs.
LUGAR: Museo Ixchel del Traje Indígena
DONACIÓN: Q.250.00 por persona Q.200.00 Amigos del Museo
CASH BAR

Mayor información al 2361-8081/82 ó al correo galeria@museoixchel.org

ROMANZA LATINOAMERICANA
CONCIERTO
05 SEPTIEMBRE 2013

Tel. (502) 2361-8081 al 82
6 Calle Final, Zona 10. Centro Cultural UFM

Mailing

Stand



- BTL -



- Cada una de las piezas expuestas llevará su cédula -



Cédulas informativas del tejido expuesto.



CAPÍTULO SIETE
LECCIONES APRENDIDAS



1

Hacer un buen estudio de mercado para conocer las necesidades de nuestro grupo objetivo, así poder aplicar un buen concepto y transmitirlo a través de piezas gráficas, con el fin de captar y llamar la atención, con la ayuda de los códigos del diseño.

2

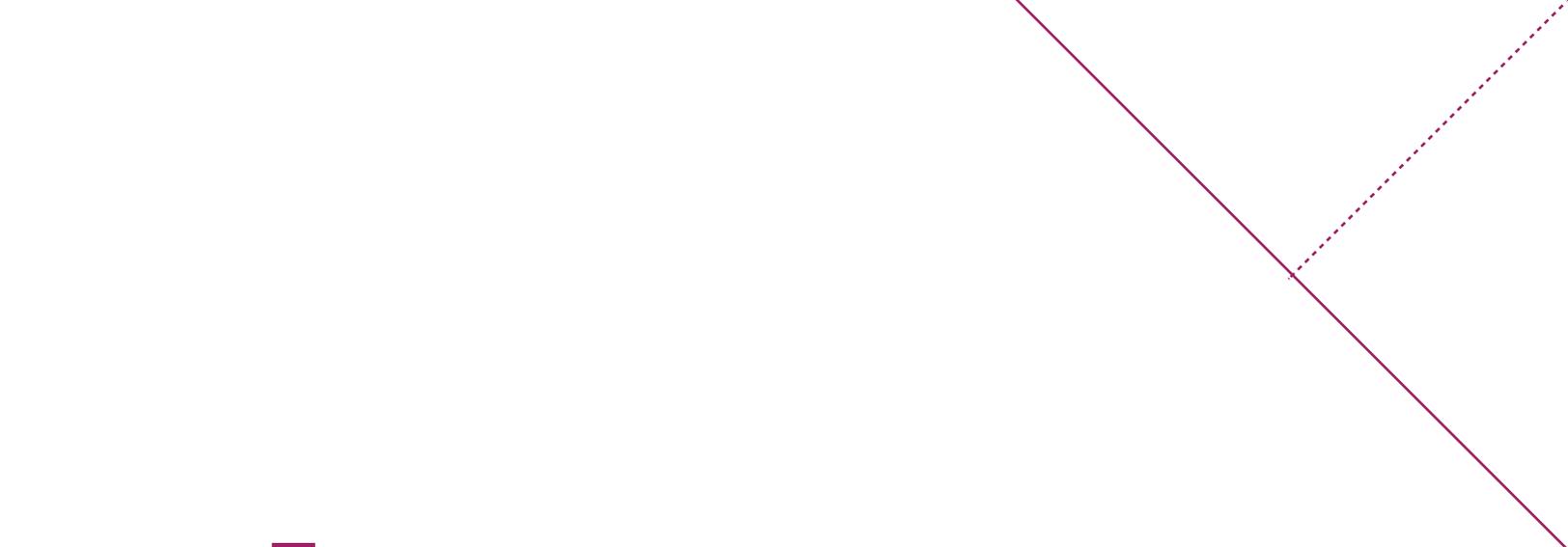
Tener clara cuál es la necesidad de nuestro cliente y siempre proponerle más de lo que espera. Esto nos ayuda a ser emprendedores y enriquecer nuestro trabajo, como también saber escuchar la crítica constructiva.

3

Accesible a recibir comentarios y saber cuándo realmente nos equivocamos. Tener otra opinión de nuestro trabajo hará que sea enriquecedor y útil, es bueno tomar esas observaciones tanto del grupo objetivo como de los expertos en el área para poder mejorar la propuesta gráfica.



CAPÍTULO OCHO
CONCLUSIONES



Es importante para una campaña de comunicación visual utilizar los códigos del diseño, los cuales son lingüístico, icónico y cromático, ya que estos elementos básicos del diseño nos ayudan a plasmar e innovar unos materiales gráficos para documentar, exhibir y educar en torno a la tradición textil indígena de Guatemala, a la población de jóvenes adultos del área metropolitana del país.

Al crear materiales gráficos impresos, tales como carteles, trifoliar, anuncio de prensa y anuncio de revista, se diseñaron con el fin de ser un apoyo físico y contacto directo con el grupo objetivo, para obtener una respuesta a un corto plazo, la cual nos permita analizar las actitudes y así poder abordarlos de manera persuasiva.

Teniendo en cuenta que el Museo Ixchel del Traje Indígena es una institución que vive de donaciones y recaudaciones, se diseñó piezas digitales con la función de reducir costos económicos, publicando dichas piezas a través de sus espacios en el internet (facebook, página web y correos electrónicos), ya que llegan de una manera masiva y emitiendo ruido en las redes sociales. Con la ventaja de que nos muestra resultados estadísticos de nuestras publicaciones.

Se planteó el diseño de un catálogo a través de retículas, tipografías, imágenes, diagramación y colores, el cual nos ampliará el conocimiento, cultura e historia de los tejidos típicos de Guatemala a través de la viveza de los colores saturados, siendo nuestro principal código del diseño el que predomine por su atracción y diversidad.

Resaltando los valores culturales, técnicos y artísticos de las prendas textiles, se propone el diseño de un stand como punto de BTL que permita a los ciudadanos tener una interacción directa con los tejidos típicos de manera expuesta en lugares públicos frecuentados por el target, dando como resultado una experiencia por medio del color y texturas, y una conexión con sus raíces o antepasados, provocando un cambio de conducta e interés.



CAPÍTULO NUEVE
RECOMENDACIONES

A LA INSTITUCIÓN

- ◆ Se le recomienda hacer un uso apropiado al material gráfico diseñados, con el fin de tener resultados exitosos.
- ◆ A la hora de hacer cualquier lanzamiento de campaña, es recomendable que hagan un estudio de mercado. Esto les ayudará a conocer las necesidades de su grupo objetivo.
- ◆ Tener más actividades que interactúen con sus visitantes, por medio de estrategias creativas e innovadoras que motiven al grupo objetivo participar y conocer lo que hace la institución.

A FUTUROS ESTUDIANTES DEL CURSO DE PROYECTO DE GRADUACIÓN

- ◆ Escuchar todas las especificaciones, tanto del docente como las del cliente, para hacer un trabajo más eficiente y satisfactorio.
- ◆ Conocer realmente las necesidades del cliente, en este caso la institución, para que el resultado de un buen proyecto de diseño sea funcional y fundamentado.
- ◆ Ser siempre competitivo y adquirir todo conocimiento que les ayude a llevar a la práctica su profesión, manteniendo los valores de ética y moral para no caer en el plagio de diseños.

A LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

- ◆ Exigir a los estudiantes un nivel académico, en sus proyectos para obtener mejores resultados y comentarios de los profesionales de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- ◆ A los docentes que planifiquen los lineamientos del proyecto de graduación y del ejercicio profesional supervisado, para facilitar su elaboración al estudiante.

FUENTES CONSULTADAS

Arriola de Geng, Olga (1991) Los tejedores en Guatemala y la influencia Española en el traje indígena. Litografías Modernas de Guatemala, Guatemala.

Asturias de Barrios, Linda (1997) Cuyuscate: El algodón café en la tradición textil de Guatemala. Museo Ixchel, Guatemala.

Asturias de Barrios, Linda (1985) El traje y su significado. Museo Ixchel, Guatemala.

Asturias de Barrios, Linda, Idalma Mejía de Rodas y Rosario Miralbés de Polanco (1989) Santa María de Jesús: Traje y Cofradía. Museo Ixchel, Guatemala.

Barrios E., Linda E. (1983) Hierba, montañas y el árbol de la vida en San Pedro Sacatepéquez, Guatemala. Museo Ixchel, Guatemala.

Drew, John (2008) Tratamiento del color (pp. 195). Efectos del color, Estados Unidos.

Figuras Bofill (2012) ¿Qué es la comunicación persuasiva?. Recuperado de: <http://figuerasbofill.wordpress.com/2013/03/23/que-es-la-comunicacion-persuasiva/>

Fischer, Edward F. y Carol Hendrickson (2003) Tecpán Guatemala. A Modern Maya Town in Global and Local Context. Westview Press. Guatemala

Hernández López, Nitza (2008) La comunicación persuasiva. Universidad de Puerto Rico.

Leggett, Brian (2006) Developing your persuasive edge. The key to your communication success in business. Estados Unidos.

Museo Ixchel, Quienes somos (2013). Recuperado de: <http://www.museoixchel.org/quienes-somos/>.

Ricarte, José M. (1998) Creatividad y comunicación persuasiva. Segunda edición, Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelo

Sánchez, Juan Miguel (2006) Catalogs: characteristic, functions and typologie. España.

Vives Rodríguez (2006) ¿Cómo ayuda el diseño a una empresa?. Recuperado de: <http://www.impivadisseny.es/es/disen-y-empresa/iquien-necesita-diseno.html>

Wilson, Richard (1999) Resurgimiento Maya en Guatemala (Experiencias Q'eqchi'es). CIRMA, Guatemala.

GLOSARIO

BTL: Bellow The Line (debajo de la línea) consiste en un medio de comunicación no convencional que emplea de forma específica a un segmento seleccionado.

Cromático: Pertenece o relativo a los colores.

Identidad Visual: La parte visible de la identidad de una empresa: logotipo, colores, etc. A menudo se utilizan de manera indiscriminada Identidad Corporativa e Identidad Visual. No obstante, la primera se encuentra en un plano superior a la segunda.

Logo o logotipo: Es un elemento gráfico-verbal o representación tipográfica que identifica a una persona, empresa, institución o producto. El término se usa indistintamente para denotar el símbolo de marca o incluso el nombre de marca, en especial si ésta funciona como imagen.

Símbolo o Isotipo: Un símbolo es la representación perceptible de una idea. En nuestro caso asociado a marcas es el elemento gráfico que simboliza a una empresa u otra entidad y contribuye a mejorar su identificación ante su público.

Flyers: Pieza publicitaria utilizado para anunciar un producto o servicio y es repartido de forma gratuita como volante.

Mailing: Es un servicio de comunicación para promocionar su empresa, que permite llegar a miles de usuarios. Su velocidad, capacidad de penetración y bajo costo, ha derivado en que sea una herramienta fundamental en el nuevo manejo del marketing.

María Fernanda Escobar Estrada

VALIDACIÓN TÉCNICA | CONCEPTO CREATIVO

Agradezco su colaboración en la validación del Proyecto elaborado para Universidad San Carlos de Guatemala. El material a exponer es los conceptos creativos para la Campaña de Comunicación Visual para el nuevo departamento del Museo Ixchel del Traje Indígena, Extramuros. El Grupo objetivo se caracteriza por pequeño y empresarios y ejecutivos de empresas que estén interesados absorber el conocimiento de historia y cultura de de sus raíces.

Por lo que se han creado diferentes conceptos creativos, los cuales surgieron de técnicas bien estructuradas, con el objetivo de plantear conceptos que puedan explotar gráficamente y solventar la necesidad:

- **EXPRESIÓN DE VIVIR Y SENTIR**, con esta frase se quiere dar a entender que la actividad de bordar un tejido típico guatemalteco, es una obra de arte ya que es un producto de inspiración e historia, el cual tiene emociones que se logran sentir y vivir.
- **HECHO EN GUATEMALA CON CALIDAD TEXTIL**, con esta frase se quiere dar a entender que el producto es 100% guatemalteco elaborado con mano de obra nacional. Con el fin de poderlo exportar y así crear alianzas con otros países promoviendo del desarrollo y arte del país.
- **EL CENTRO DE MIS RAÍCES**, el significado de esencia puede interpretarse también como un material auténtico, con la frase se da a entender el interior que puede tener la percepción de una raíz desde su esencia, al enfocarse en el desarrollo de su imagen e innovación desde que se tiene la idea de exhibirlo.
- **LA EXPRESIÓN DE SENTIR EL CENTRO DE VIVIR**, la idea de expresión de sentir surge de la analogía de experimentar por medio del color y texturas que contienen los tejidos típicos guatemaltecos, con esta idea se da entender el giro que se pretende dar con la experiencia de sentir y vivir al mismo tiempo. La frase en el centro de vivir, responde la esencia que tiene cada uno, involucrando las raíces, la historia y cultura que nos transmite un textil, desarrollando educación y conocimiento al país.

A continuación se presentarán una serie de preguntas las cuales conteste con el concepto creativo que usted cree conveniente.

1. **Atractivo....**
 - ¿Qué concepto te ha gustado más?
 - ¿Qué concepto te ha gustado más?
2. **Compresión....**
 - ¿Qué entendiste con el concepto seleccionado?
 - ¿Algunas palabras han sido difíciles de entender? ¿Cuáles?



USAC
TRICENTENARIA
1821-2021

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico

MUSEO IXCHEL
DEL TRAJE INDIGENA

Instrumento de información | Proyecto de Graduación | Licenciatura en Diseño Gráfico
Instrumento dirigido a Empresarios, Ejecutivos y estudiantes.

A continuación se presentara 20 preguntas, las cuales servirán para conocer más acerca de su forma de vida, gustos e intereses. Conteste o marque en la hoja de respuestas, la opción con la que más se identifique.

Perfil Demográfico

1. ¿Su edad está entre?
2. ¿En que zona aledaña a la ciudad vive?
3. ¿A que se dedica?
4. Si trabaja, su lugar de trabajo es:
5. ¿El medio de transporte que utiliza con frecuencia es?
6. ¿Con cuántos ambientes cuenta su casa?
7. ¿Cuánto gasta aproximadamente en una salida de fin de semana?
8. ¿Con regularidad que lugares visita?... (puede escoger más de uno)
9. ¿Cuales son sus intereses/Hobbies? (puede escoger más de uno)
10. Conoce el Museo Ixchel del Traje Indígena
- Si, su respuesta es si ¿Cada cuánto lo frecuenta?
12. ¿Qué tipo de publicidad prefiere?

1.

2.

3.

4.

5.

6.

13. ¿Qué paleta de colores relaciona con la palabra "Cultura"?

Modernidad
Antigüedad
Historia
Tecnología

Cultura
Arte
Historia
Modernidad

Perfil psicográfico

14. ¿Conoce acerca de los Tejidos Típicos de Guatemala, es decir del bordado, de donde provienen, las texturas, los símbolos, significado e historia? Con qué paleta de colores relaciona este tipo de arte?

1.

2.

3.

4.

5.

15. Cuando visita un museo, ¿Qué tipo de museo prefiere?
16. ¿Qué aspectos llaman su atención de un museo? (puede escoger más de uno)
17. Tomando en cuenta los aspectos que anteriormente eligió ¿Cuánto tiempo está dispuesto a estar en museo?
18. De los siguientes textos, ¿según su percepción, marque la palabra con la que la relaciona?

1. **CONÉCTATE a tus raíces**

2. **Conéctate a tus raíces**

3. **Conéctate a tus raíces**

Modernidad
Antigüedad
Delicadeza
Cultura

4. **Conéctate a tus raíces**

Modernidad
Antigüedad
Historia
Sutileza

18. De las 4 composiciones de texto anteriores ¿Cuál llama más su atención? ¿Escoga solo una opción)

19. ¿De los siguientes carteles cuál llama más su atención?, tomando en cuenta el estilo y comprensión de la imagen presentada, cuál te interesa más?

1. **Figurativas**

Aquellas que muestran una imagen real que relaciona al contenido, fotografías de lugares, objetos, actor etc. su nivel de complejidad es baja y fácil de entender.



2. **Abstractas**

Aquellas que se basan en una idea, la cual es visualmente sintetizada, su nivel de complejidad es un poco mayor. No es para nada figurativa.

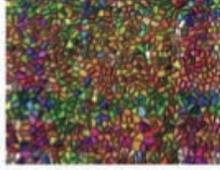
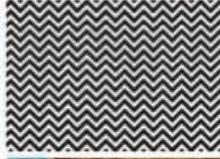


3. **Texto**

Aquellas que por medio de la tipografía reflejan el mensaje, se apoyan de formas, texturas y color.



20. Tomando en cuenta el contexto de la encuesta, ¿con qué palabra pudiera relacionar las siguientes texturas?



1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

¡MUCHAS GRACIAS!



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico

MUSEO
IXCHEL
DEL TRAJE INDIGENA

Instrumento de información | Proyecto de Graduación | Licenciatura en Diseño Gráfico
Instrumento dirigido al Departamento EXTRAMUROS.

A continuación se presentara una serie de preguntas, las cuales servirán para definir la línea gráfica visual que identificará el nuevo departamento del Museo Ixchel. Conteste o marque en la hoja de respuestas, la opción con la que más se identifique.

1. ¿Cuál de los siguientes composiciones de texto le llama más su atención?



2. ¿Con qué paleta de colores relaciona más los tejidos típicos de Guatemala?



3. ¿De los siguientes carteles cual llama más su atención? A continuación se presentarán una serie de preguntas las cuales conteste con el cartel visual que usted cree conveniente.



3.1 Atractivo...

- ¿Qué cartel les ha gustado más?
 - ¿Qué composición visual les ha gustado más?
- ### 3.2 Compresión....
- ¿Qué entendiste con el cartel seleccionado?
 - ¿Algunas palabras han sido difíciles de entender? ¿Cuáles?
- ### 3.3 Identificación....
- ¿La institución se siente representada en el cartel seleccionado?
 - ¿Esta pieza gráfica refleja la idea principal de EXTRAMUROS?
- ### 3.4 Aceptación....
- ¿Hay alguna palabra, frase que debería ser reemplazado por algo que ustedes propongan? ¿Por qué?
 - ¿Hay algo que no les gustaría o rechazaría la institución?

Comentarios adicionales:

¡MUCHAS GRACIAS!



Validación Técnica

Profesionales en Diseño



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico

Agradezco su colaboración en la validación del Proyecto elaborado para la Universidad de San Carlos de Guatemala, como parte del trabajo final en el curso de Ejercicio Profesional Supervisado. El Proyecto fue trabajado para el nuevo departamento de Extramuros (Museo Ixchel del Traje Indígena) quien necesita dar a conocer los tejidos típicos del país, a través de exhibiciones en el área metropolitana.

Los materiales serán impresos, trabajados bajo el concepto, "LA EXPRESIÓN DE SENTIR EL CENTRO DE VIVIR". El primero es una serie de carteles que recopila la diversidad que existe en los bordados típicos de Guatemala, dando a conocer el nuevo departamento de Extramuros, del Museo Ixchel. El segundo es un catálogo que permitirá de manera impresa obtener información específica de ciertos tejidos típicos. Los materiales están dirigidos a profesionales, ejecutivos, empresarios y estudiantes de nivel medio, de la Ciudad Capital.

A continuación se presentarán una serie de preguntas de selección múltiple que irán de lo general a lo específico, subraye la respuesta que usted crea conveniente.

1. El tamaño del formato elegido para el catálogo

- Es demasiado pequeño no permite la manuableidad del mismo.
- El espacio es muy reducido, el formato se satura de texto.
- Permite la relación entre espacios simétricos tanto horizontal como verticalmente, dando una sensación de equilibrio.
- Es poco innovador, no despierta el interés en el mismo.

2. El estilo utilizado para el layout es:

- Muy moderno para el tema y contexto.
- Demasiado variado, restándole formalidad al documento.
- Establece la combinación agradable entre lo abstracto y lo moderno.
- Representa un estilo innovador que hace referencia al contexto del tema.

3. La Utilización de una retícula jerárquica en el layout permite:

- Aporta fluidez y dinamismo a lectura por medio de la combinación de sus ejes.
- Crea desorden entre los textos e imágenes no se establece un recorrido visual.
- Las jerarquías en los elementos, no destacan unas de otras.
- El dinamismo del layout hace pesada vista visual.

4. La tipografía para los titulares:

- Es poco legible debido a sus rasgos curvos y sueltos.
- Refuerza la idea de Antigüedad, enlazándose al tema.
- Es muy cursiva no va acorde al contexto.
- Despierta el interés en la lectura.

5. La combinación entre tipografías para los titulares y contenido de texto...

- Son poco legibles, debido a los rasgos de las mismas.
- Son demasiadas propuestas, no se guarda una unidad.
- Son visualmente estéticos fusionando rasgos y estableciendo jerarquías.
- Se combinan adecuadamente, más no destacan en jerarquías.

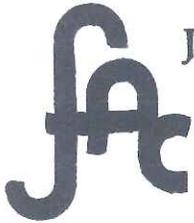
6. El nivel de abstracción presentado como mosaico con los tejidos...

- Tiene muy bajo nivel de abstracción, no se entiende
- Son muy informales.
- Logran sintetizar gráficamente detalles de los tejidos típicos.
- Los rasgos de las figuras geométricas dificultan su interpretación.

7. La paleta de color utilizada a lo largo del material crea:

- Contrastes visuales que representan la diversidad de un mosaico.
- No se logra identificar una paleta de color es muy variada y desordenada.
- Dificultad en la interpretación visual.
- Los colores son demasiado vibrantes no se adecuan al contexto del material.

- 8. Las fotografías utilizadas para apoyar el contenido de texto son:**
- Son bastante descriptivas.
 - Son demasiadas para la composición.
 - Permiten hacer un recorrido rápido del bordado y elaboración que tiene cada uno de los tejidos típicos.
 - Son demasiado pequeñas, no se distinguen detalles.
- 9. La idea de Mosaico en la imágenes se establece a través de:**
- La jerarquía de imagen utilizada al sobreponerlas.
 - El tamaño de la fotografías.
 - El ángulo y encuadre utilizado en la imagen.
 - Los colores aplicados en las imágenes.
- 10. A través de la tipografía utilizada se transmite la sensación de:**
- Libertad
 - Modernidad
 - Delicadeza
 - Perfección
- 11. Los ejes utilizados para estructurar el layout permiten...**
- La construcción de una estructura informal que no va de acuerdo al tema.
 - Una retícula jerárquica que favorecen la distribución de los elementos.
 - Desorden en la distribución de los elementos.
 - Una estructura formal aceptable
- 12. Al ver los colores aplicados en la Portada usted...**
- Identifica que la publicación pertenece al Museo Ixchel del Traje Indígena.
 - Logra crear armonía con el resto del material.
 - No logra crear armonía con el resto del material.
 - Relaciona la publicación con un material informal.
- 13. El color utilizado en las tipografías...**
- Permite la buena legibilidad y aporta armonía.
 - Compite con las fotografías, interfiriendo en la lectura.
 - Creación de puntos focales dentro del documento.
 - Aportan armonía, expresando la diversidad de un mosaico.
- 14. El diseño general del cartel...**
- No logra la unidad entre las dos piezas.
 - Permite relacionar tanto al catálogo y el cartel en un mismo proyecto y contexto.
 - No despierta el interés, no comunica el concepto.
 - Es dinámico permite la interacción con el material.
- 15. La composición del cartel es:**
- Demasiado complicada, se pierde el hilo de interés.
 - Poco funcional, pierde interés.
 - Despierta el interés y permite localizar la información adecuadamente.
 - Es demasiado simple, no apoya la diversidad del tema.
- 16. El tamaño de la tipografía utilizada en el cartel.**
- Es muy pequeña, dificulta la lectura.
 - Los rasgos son demasiados complicados, cansa la vista del lector.
 - Permite leer adecuadamente los bloques de texto.
- 17. La paleta de color utilizada es:**
- No siguen un orden, ni guardan armonía.
 - Las combinaciones apoyan la el concepto de diversidad, pero no se logran unir en armonía.
 - Enlaza los contenidos ya expuestos en el material impreso, reforzando el concepto.
- 19. Al ver las fotografías utilizadas considera...**
- Que son muy pequeñas y poco descriptivas.
 - Se entienden correctamente, y apoyan al contenido de texto.
 - No se logran entender debido al efecto de color.
 - No hay variedad suficiente para entender el contenido de texto.



JULIO FERNANDO AVENDAÑO C.
LICENCIADO EN LETRAS

0 CALLE "B" 4-88 ZONA 3
SAN BARTOLOMÉ MILPAS ALTAS
SACATEPÉQUEZ
(502) 5994 4872

Guatemala, 13 de julio de 2015.

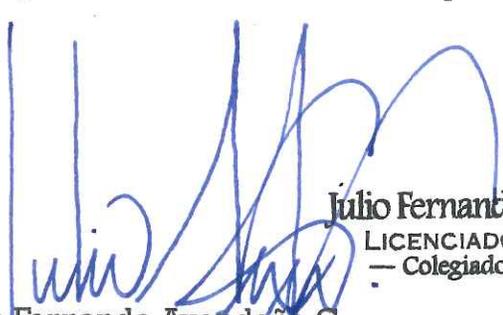
Arquitecto
Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Atentamente hago de su conocimiento que he realizado la revisión de redacción y estilo del proyecto de graduación **CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA EL NUEVO DEPARTAMENTO DEL MUSEO IXCHEL DEL TRAJE INDÍGENA, EXTRAMUROS** de la estudiante **MARÍA FERNANDA ESCOBAR ESTRADA** de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, identificada con el carné universitario número **2008 21616**, previamente a conferírsele el título de **DISEÑADORA GRÁFICA** en el grado de **LICENCIADA**, con énfasis Creativo y especialidad en Publicidad.

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.

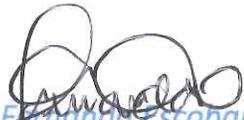
Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,


Julio Fernando Avendaño C.
Licenciado en Letras
Colegiado activo No. 13238

Julio Fernando Avendaño C.
LICENCIADO EN LETRAS
— Colegiado No. 13238 —

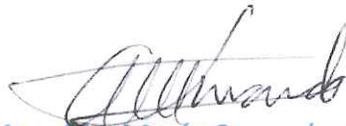
**"CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA EL NUEVO DEPARTAMENTO DEL
MUSEO IXCHE DEL TRAJE INDÍGENA. EXTRAMUROS"**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



María Fernanda Escobar Estrada

Asesorado por:



Mcs. Ana María Suavedra López



Licda. Margarita Tobar Arriola



Ana Lucía Meléndez

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano