



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

FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Campaña de concientización social del Consejo Nacional para la Protección de La Antigua Guatemala -CNPAG-, dirigida a los habitantes del Departamento de Sacatepéquez, para el cuidado y preservación del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de La Antigua Guatemala.**



Ethel Ileana Velásquez Pineda



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

FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Campaña de concientización social del Consejo Nacional para la Protección de La Antigua Guatemala -CNPAG-, dirigida a los habitantes del Departamento de Sacatepéquez, para el cuidado y preservación del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de La Antigua Guatemala.**

**Proyecto de graduación desarrollado por:**  
Ethel Ileana Velásquez Pineda

**Previo a optar por el título de:**  
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, abril de 2023

“Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Rediseño de la identidad corporativa, en el Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala”

## Nómina de Autoridades

---

**Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini**

Vocal I - Decano en Funciones

**Licda. Ilma Judith Prado Duque**

Vocal II

**Arqta. Mayra Jeanett Díaz Barillas**

Vocal III

**Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola**

Vocal IV

**Br. Laura del Carmen Berganza Pérez**

Vocal V

**Ma. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría**

Secretario Académico

**Tribunal Examinador**

**MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos**

**Arq. Marco Antonio de León Vilaseca**

**Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte**

Asesor Metodológico

**Arq. Marvin Daniel Escobar Paz**

Tercer Asesor



# Agradecimientos

---

## **A Dios**

Por la fe, fuerza, paciencia y sabiduría durante este camino de aprendizaje, sin él nada de esto hubiera sido posible.

## **A mis padres**

Cristian y Olga por su apoyo incondicional, esto es una pequeña retribución por todo su sacrificio y amor. A mi abuelita, por ser mi segunda madre y enseñarme tanto de la vida, gracias por todo su amor.

## **A mis hermanos**

Sofi y Cristian, por estar a mi lado, apoyarme y darme ánimos siempre y ser mi motivación en los días más difíciles.

## **A mis amigos**

Por ser parte fundamental en este camino. En especial a Diego, por estar para mí, por su apoyo incondicional y darme ánimos.

## **A la Universidad San Carlos de Guatemala**

Por abrirme sus puertas como mi casa de estudios, principalmente a los licenciados y arquitectos que a lo largo de este proceso me brindaron sus conocimientos para formarme como profesional.

## **Al Consejo Nacional para la Protección de La Antigua Guatemala -CNPAG-**

Por permitirme ser parte de la institución y poner en práctica mis conocimientos como profesional.

# Índice

---

Pág. 01

00

Presentación

Pág. 03

01

Introducción

Pág. 09

02

Perfiles

Pág. 15

03

Planificación

Pág. 19

04

Marco teórico

Pág. 33

05

Definición creativa

**Pág. 43**

**06**

Producción gráfica

**Pág. 91**

**07**

Síntesis

**Pág. 100**

**08**

Fuentes  
consultadas

**Pág. 105**

**09**

Anexos



## Presentación

---

En Guatemala entre los aspectos que inciden positivamente en la economía de Guatemala se encuentra el turismo, pues la riqueza histórica, arquitectónica y artística en general de este país atrae el interés por diversas culturas, uno de los departamentos más visitados, debido al esplendor del arte colonial barroco es La Antigua Guatemala por lo que se ve la necesidad de crear una campaña de concientización social en dicho municipio para el Consejo Nacional para la Protección de La Antigua Guatemala con el fin de crear conciencia a los habitantes, y turistas. Principalmente, se debe seguir con el cuidado del patrimonio haciendo sentir a la población parte de su pasado generando un sentimiento afectivo de pertenencia que los haga reflexionar y que su vez se logren resultados positivos.

Para llevar a cabo dicho proyecto se utiliza la Guía Metodológica proporcionada por la Universidad San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico. Tomando como base la elaboración de un protocolo donde se identifica el problema que posee la institución en cuestiones de comunicación, los objetivos generales, objetivos específicos de comunicación visual y de diseño gráfico. Seguido de la elaboración del perfil del grupo objetivo, donde se identifica las características del mismo para un correcto desempeño en el proyecto. Consta de 7 capítulos donde se detalla cada fase del proyecto, a continuación se hace una breve descripción de cada uno. Se espera que dicho proyecto sea de utilidad para la institución y las personas beneficiadas.

### Capítulo 1:

Introducción: se detallan los aspectos básicos del proyecto, como lo son los antecedentes, definición y delimitación del problema, justificación del proyecto y objetivos.

### Capítulo 2:

Perfiles: se muestran los perfiles tanto de la institución como del grupo objetivo.

### Capítulo 3:

Planeación operativa: se presenta el flujograma, y cronograma del proyecto.

### Capítulo 4:

Marco teórico: se muestran tres ensayos basados en el fundamento teórico del problema social en el cual se enfoca dicho proyecto. El segundo abordando el Diseño Gráfico como disciplina profesional que puede colaborar en la solución de problemas sociales, en especial, el problema social en el cual se enfoca este proyecto. El tercero sobre el fundamento teórico de los materiales de comunicación gráfica que se diseñaron con el fin de colaborar con la solución del problema social detectado.

### Capítulo 5:

Definición creativa, se detallan aspectos como el Brief de diseño, la recopilación de referentes visuales, la descripción de las piezas de diseño y la elaboración del concepto creativo e insight y por último las premisas de diseño.

### Capítulo 6:

Producción gráfica y validaciones, se presentan los 3 niveles de validación junto con sus respectivos resultados según fuese el caso, la fundamentación de las piezas finales junto con la validación con el grupo objetivo, seguido de los lineamientos para la puesta en práctica y presupuesto.

### Capítulo 7:

Síntesis del proceso, se detallan los puntos finales del proyecto, como las conclusiones, lecciones aprendidas y recomendaciones.



# Capítulo

# 1

---

En el presente capítulo se describe una introducción a la problemática antigüena, con el fin de analizar y comprender el tema en el ámbito del diseño gráfico, generando un cambio en los habitantes de La Antigua Guatemala, apoyado de la justificación y objetivos del proyecto queque permitan conocer la funcionalidad del proyecto.



## 1.1 Antecedentes

La ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala floreció en el Valle de Panchoy durante los siglos XVI al XVIII, la reedificación ha sido una constante a causa de los sismos y erupciones volcánicas que la han aquejado a lo largo de 489 años de historia.

Los terremotos de 1773 motivaron el traslado de las autoridades y por consiguiente de la Capital del Reino a la Nueva Guatemala de la Asunción, en el sitio de La Ermita (1776); a pesar de la ruina imperante el vecindario se resistió a abandonar la Ciudad. Mediante Auto de la Audiencia de Guatemala, el 7 de abril de 1799 la Ciudad fue oficialmente denominada como La Antigua Guatemala.

Durante el siglo XIX y primera mitad del siglo XX la Ciudad adquirió una fisonomía propia, manteniendo sus características barrocas en lo urbano, arquitectónico y en lo social, despertando el interés nacional e internacional para conservarla por su valor excepcional para la Humanidad.

El Consejo Nacional para la Protección de Antigua Guatemala (CNPAG) fue creado por la Ley Protectora de la Ciudad de La Antigua Guatemala (Decreto 60-69 del Congreso de la República), en 1969. Es una entidad estatal descentralizada, con personalidad jurídica, fondos privativos y patrimonio propio.

En los últimos años el CNPAG ha desempeñado un papel primordial en la conservación y desarrollo positivo de la Ciudad. Cuenta con un equipo de profesionales y técnicos altamente especializados, quienes realizan trabajos de registro de bienes culturales, diseño y dibujos arquitectónicos, conservación y restauración en más de 50 monumentos en la Ciudad y áreas que la circundan; conservación y restauración de bienes muebles, control de las construcciones particulares y actividades culturales y educativas.

La política de conservación y restauración contempla la Ciudad como una unidad, como un conjunto histórico y no una serie de monumentos aislados; deben conservarse todos los elementos que forman parte de la fisonomía tan característica de la Ciudad: sus calles empedradas, sus casas con detalles artísticos pertenecientes a varios siglos, sus monumentos civiles y religiosos, su ambiente. La conservación contempla no sólo los edificios y muebles coloniales, sino también aquellos posteriores que tengan un valor artístico positivo. La política y filosofía de conservación abarca todos estos elementos, recordándonos que también es necesario tratar y dar solución a los problemas que enfrenta una ciudad.

1. «Catedral de San José en La Antigua Guatemala: detalles», Xplorando Guatemala, Última modificación 17 de Septiembre 2019, <https://xplorandoguatemala.com/antigua-guatemala/catedral-de-san-jose-en-la-antigua-guatemala-detalles?fbclid=IwARokRTJ6eN73SSyCF8-xxtwCnHxo8qaxwLGmriLZVO7tHDTNHwsN9Q-XWI>

2. «Patrimonio Arquitectónico», Bernus Arquitectos, acceso 2012, <https://www.bernusarquitectos.com/inicio/noticias-arquitectura/patrimonio-arquitectonico/?fbclid=IwAR215spoJoVEecfeuwW1KLqjQjjun3Rh5UZ7Ehsi3P955rCsztpcGg4v3k4>

3. «El patrimonio Arquitectónico», Patrimonio Inteligente, último acceso 2018, <https://patrimoniointeligente.com/el-patrimonio-arquitectonico/?fbclid=IwARope8yWrB8JW>

TzYRCWC1gc2bpgafv\_NgdCdnfjmu1YyJ917BkhR6W238zY

## **1.2 Definición del problema de comunicación**

---

La ciudad de La Antigua Guatemala sufre continuamente daños en su patrimonio cultural y arquitectónico debido a que los propietarios de las residencias modifican las construcciones históricas buscando beneficios de tipo personal o comercial pese a las disposiciones del Consejo Nacional para la Protección de La Antigua Guatemala. Estas construcciones o remodelaciones no autorizadas ponen en peligro, por un lado el estatus de la ciudad como patrimonio cultural de la humanidad, por otro lado modificar drásticamente la arquitectura colonial puede provocar, a futuro, que turistas nacionales y extranjeros pierdan el interés por visitar la ciudad, lo cual provocaría graves problemas a la población, cuya principal actividad económica se relaciona con el turismo.

¿Cómo concientizar a la población para un uso y cuidado adecuado de las instalaciones para la protección de La Antigua Guatemala como patrimonio cultural de la nación por medio de una campaña?

## 1.3 Justificación

---

### Trascendencia del proyecto

Según el artículo 61 de la Constitución Política de Guatemala, estarán sometidos a régimen especial de conservación el Parque Nacional Tikal, el Parque Arqueológico de Quiriguá y la ciudad de Antigua Guatemala, por haber sido declarados Patrimonio Mundial, con el propósito de preservar sus características y resguardar su valor histórico y bienes culturales.

El patrimonio cultural constituye, por siempre, una premisa esencial para el desarrollo socioeconómico y la reafirmación de la identidad cultural de un pueblo. Promover la preservación de esta ciudad para que los habitantes de la misma, obtengan una identidad y así sentirse siempre parte del lugar, creando lazos de unidad entre persona y patrimonio, además de concientizar a los residentes sobre los beneficios que aporta dicho patrimonio directamente en la economía propia del lugar.

Es importante considerar que si no se aplican los cuidados necesarios de conservación y preservación del patrimonio arquitectónico cultural, tendrán como consecuencia un descenso significativo en la economía, que desde ya, se ha visto gravemente afectada debido a la crisis económica debido a la pandemia causada por el SARS COV-2, desarrollando así el Covid-19.

### Incidencia del diseño gráfico

El Diseño Gráfico puede incidir efectivamente en la problemática que enfrenta la ciudad de Antigua Guatemala a través de la generación de contenido gráfico de alta calidad que logre el impacto deseado para obtener un resultado positivo de parte de los habitantes antiguenses. La influencia y el impacto que tienen las redes sociales, además del mensaje que transmite hacia los usuarios, se utilizará como una ventaja al momento de realizar dicha campaña. De esta forma se obtendrá el alcance deseado al llegar a los habitantes con la información clara, concisa y de forma dinámica para una mejor comprensión y respuesta sobre los temas.

### Factibilidad del proyecto

Es factible realizar dicha campaña, por el respaldo institucional, por los recursos materiales, técnicos y humanos que se destinan para el proyecto y por el apoyo de la USAC a través del estudiante.

De acuerdo con el tiempo y mobiliario se respetarán las disposiciones indicadas por los superiores. Sin embargo, es necesario recalcar que la organización podría no contar con los recursos para generar la reproducción del material destinado para impresión, como lo son las infografías y folletos, lo cual no afectaría el material destinado para usos digitales como las redes sociales. Por lo que es necesario solicitar un fondo económico para dichos materiales impresos, resaltando el impacto y la importancia que esto conlleva al ser reproducidos. Por último, el proyecto se hace factible por la estudiante de Diseño Gráfico que cuenta con el apoyo de la Universidad de San Carlos de Guatemala en la realización de las propuestas creativas.

## **1.4 Objetivos**

---

### **Objetivo general de impacto social**

Colaborar con el CNPAG en la solución de la problemática de la población antigüeña con respecto al cuidado y preservación del patrimonio cultural, tomando como prioridad el arte arquitectónico, así como también dar a conocer el trabajo que desarrolla el CNPAG en beneficio de la sociedad guatemalteca, específicamente en la ciudad de La Antigua Guatemala.

### **Objetivo específico de comunicación visual**

Informar acerca de las herramientas esenciales para que el CNPAG pueda dar a conocer a los habitantes y turistas su trabajo, sus planes e informar a la población acerca del cuidado y la importancia de preservar el Patrimonio Cultural que La Antigua Guatemala representa a través de su arte arquitectónico colonial.

### **Objetivos específicos de diseño**

Diseñar una campaña de concientización hacia los habitantes de La Antigua Guatemala para la conservación del patrimonio cultural relacionado con la arquitectura colonial que esta representa.

Elaborar infografías para dar a conocer el trabajo que realiza el CNPAG, la importancia de la preservación cultural y arquitectónica por el impacto que el turismo posee para la economía de la Ciudad.

Generar trifolios para redes sociales informando a la población acerca de la campaña en curso, las funciones del Consejo, planes, tareas o funciones que este representa y los beneficios que aporta el turismo para el país y para nuestra ciudad colonial.

# Capítulo

# 2

---

En el presente capítulo se presenta el perfil institucional del Consejo Nacional para la Protección de La Antigua Guatemala, y el grupo objetivo al cual va dirigido dicho proyecto.



## 2.1 Perfil institucional

---

### Reseña histórica

En 1969 se promulga La Ley Protectora de La Antigua Guatemala, según Decreto 60-69 del Congreso de la República, la cual crea el Consejo Nacional Para La Protección de La Antigua Guatemala (CNPAG); cuya misión fundamental es cuidar, proteger, restaurar y conservar los bienes muebles e inmuebles, nacionales, municipales o particulares de La Antigua Guatemala y las áreas circundantes. La conservación y restauración contempla la ciudad como un conjunto histórico y no una serie de monumentos aislados; abarca todos los elementos que forman la fisonomía característica de la ciudad: las calles empedradas, las casas, el mobiliario, los detalles artísticos, los monumentos civiles y religiosos, el ambiente y su entorno; recordándonos que también es necesario dar solución a los problemas que enfrenta una ciudad viva en el Siglo XXI.

### Misión

La misión del Consejo Nacional para La Protección de La Antigua Guatemala se define en base a la Ley de Protección de La Antigua Guatemala, específicamente en el artículo dos dice literalmente: Su misión fundamental es el cuidado, protección, restauración y conservación de los bienes muebles e inmuebles, municipales o de particulares, situados en aquella ciudad y áreas circundantes. Para el efecto, dicha ley establece una zona de conservación que abarca el casco urbano de la Ciudad, islas de conservación (plazas de aldeas) y áreas de influencia.

### Visión

Propiciar acciones encaminadas a fomentar la educación y valorización del Patrimonio Cultural y Natural de la Antigua Guatemala y áreas circundantes. Consolidar a la institución al servicio de la conservación y gestión del Patrimonio Cultural de la Ciudad de la Antigua Guatemala, involucrando en este proceso a la población para lograr así la valorización del Patrimonio.

### Objetivos de la institución

Velar por el cumplimiento de la ley Protectora de la ciudad de La Antigua Guatemala y sus reglamentos, tanto en la ciudad de La Antigua Guatemala y sus áreas circundantes.

- Vigilar que el desarrollo urbanístico de la ciudad de La Antigua Guatemala conserve su autenticidad histórica.
- Llevar el control de la construcción privada para que se adapte a la tipología antigüeña.
- Normalizar las construcciones mediante el trámite de licencia de construcción, a la vez realizar inspecciones para el control y supervisión de las obras.
- Propiciar la participación de la comunidad en el rescate del patrimonio cultural.

## 2.2 Perfil Grupo Objetivo

Vecinos antigües, residentes y visitantes de La Antigua Guatemala, que se sirven todos los días de las vías públicas que esta ciudad ofrece y personas que, aunque no viven en el lugar, tienen propiedades en este sector.

### Perfil Geográfico

Antigua Guatemala es uno de los 340 municipios de la República de Guatemala, y es también la cabecera del departamento de Sacatepéquez. Tiene una extensión de 78 kilómetros cuadrados. Cuenta con una ciudad, 22 aldeas y 14 caseríos. Es considerada una ciudad Patrimonio de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO.

Según el Instituto Nacional de Estadística, en el presente año, se calcula un total de 46,931 habitantes en la ciudad de Antigua Guatemala, adicionalmente de los turistas que llegan con regularidad a esta ciudad para apreciar y consumir las maravillas gastronómicas y culturales que esta les ofrece.  
Región: Ciudad de Guatemala.

### Perfil Demográfico

Habitantes de la ciudad de La Antigua Guatemala de entre 15 a 40 años, divididos con 83.3% mujeres y 16.7% hombres. El 36% de ellos estudia y trabaja.

- **Género**

Femenino: 83.3%  
Masculino: 16.7%

- **Edades**

15 a 25 años: 50%  
26 a 36 años: 8.3%  
37 a 47 años: 25%  
48 a 58 años: 16.7%

- **Nacionalidad**

Guatemalteca

- **Educación**

Básicos: 8.3%  
Diversificado: 16.7%  
Universitario: 75%

- **Estado Civil**

Soltero/a: 83.3%  
En una relación: 8.3%  
Casado/a: 8.3%

- **Ocupación**

Estudia: 25%  
Trabaja: 50%  
Ambas: 25%

- **Transporte**

A pie: 8.3%  
Carro propio: 66.7%  
Buses urbanos: 8.3%  
Motocicleta: 16.7%

- **Idiomas**

Español: 100%  
Kaqchikel: 0%  
Inglés: 83.3%  
Otro: Alemán, Portugués 8.3%

### **Perfil Socioeconómico**

- Nivel socioeconómico: Medio bajo, medio, medio alto.
- Vivienda: Viven en zonas residenciales o no residenciales, viviendas propias o de alquiler.
- Capacidad en tecnología: Poseen acceso a la tecnología, redes sociales, teléfonos inteligentes.
- Entorno: Tienen acceso al internet al igual que documentos impresos, así como periódicos que entregan gratuitamente, revistas online, publicaciones en facebook, publicidad en instagram, vallas publicitarias, afiches, centros públicos y recreativos.
- Recreación: Capacidad de viajar, comprar un medio de transporte, crecer profesionalmente, ayudar a su familia.

### **Perfil Psicográfico**

Personas interesadas en la arquitectura, el cuidado y conservación del patrimonio cultural. Se informan y leen acerca de la historia del lugar, al igual que temas relacionados a la sociedad. Hacen uso de la tecnología, así como teléfonos inteligentes, televisores y radio para mantenerse informados. Transitan las calles de la ciudad, observan y adquieren información directamente del ambiente.

Relación entre el grupo objetivo y la institución  
La relación es bastante directa ya que la institución vela por el bienestar de los ciudadanos, aportando de manera positiva en distintas áreas, tanto económica como culturalmente y más importante de salvar el patrimonio inmenso que es La Antigua Guatemala para la cultura nacional y universal, que promoverá, fuentes de ingreso para la población de La Antigua Guatemala, gracias al turismo.



# Capítulo

# 3

---

En el presente capítulo se presenta la planificación del proceso creativo, tomando en cuenta el tiempo de cada actividad, insumos y pasos que conlleva la planificación.



# 3.1 Flujograma

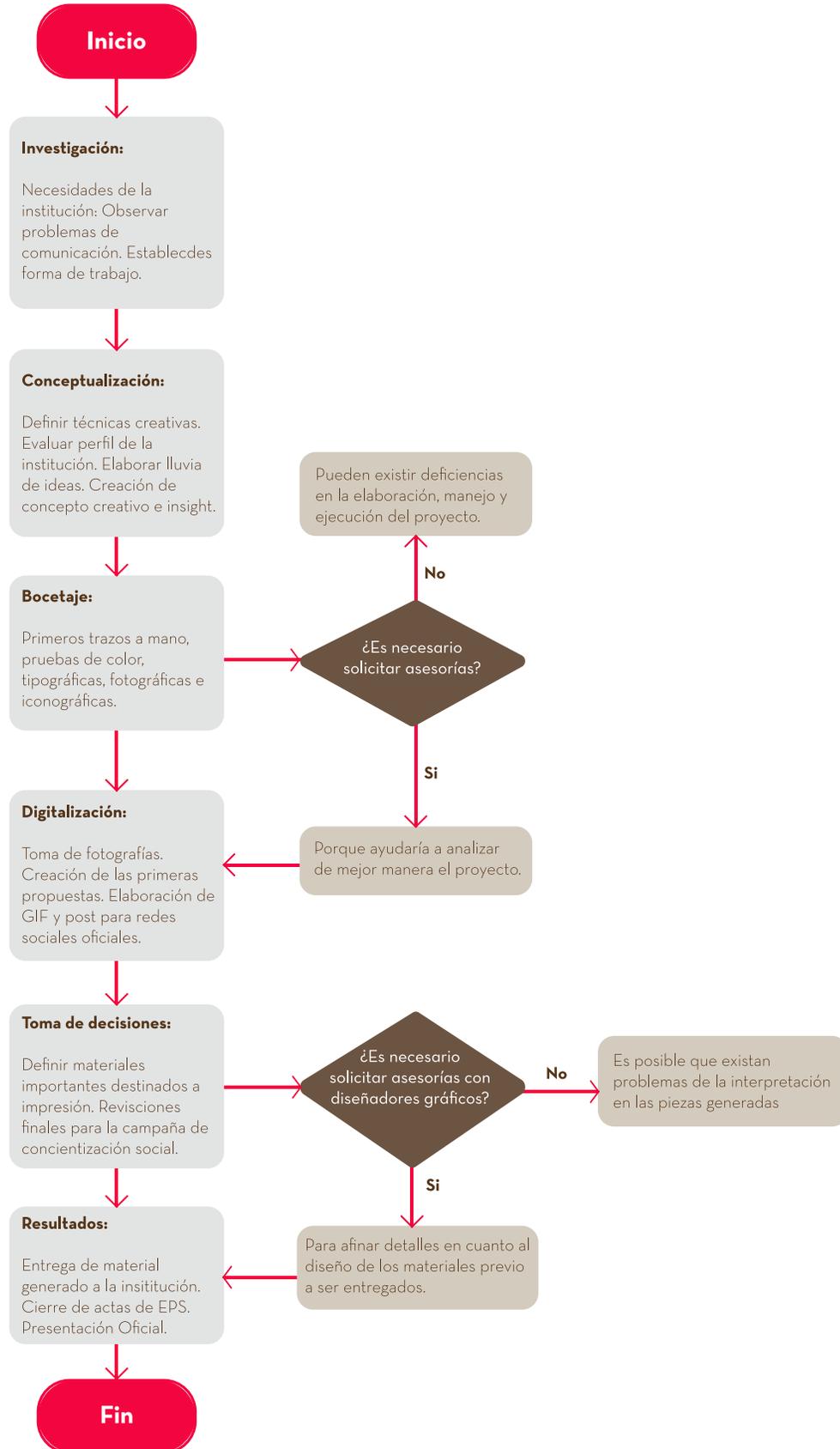


Tabla 1: Flujograma, elaborado por: Ethel Velásquez. Agosto de 2020.

## 3.2 Cronograma

### Julio

Actividad	Semana 1	Semana 2
Recopilación teórica		
Recopilación referencias visuales		
Revisión de protocolo		
Reunión con jefe inmediato		

### Agosto

Actividad	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6
Estructuración de piezas gráficas				
Diagnóstico				
Investigación del grupo objetivo				
Identificación del insight				
Determinación del concepto creativo				
Elaboración de premisas				

### Septiembre

Actividad	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10
Bocetaje nivel 1				
Autoevaluación				
Bocetaje nivel 2				
Validación técnica				
Producción y prototipado				

### Octubre

Actividad	Semana 11	Semana 12	Semana 13	Semana 14
Elaboración de piezas gráficas				
Validación con grupo objetivo				
Cambios y diseño de piezas gráficas				

### Noviembre

Actividad	Semana 15	Semana 16
Diseño de propuestas finales		
Construcción de informe sistematizado		

Tabla 2: Cronograma de actividades, elaborado por: Ethel Velásquez. Agosto de 2020.

# Capítulo

# 4

---

En el presente capítulo se presenta el marco teórico, abordando tres ensayos basados en el fundamento teórico del problema social en el cual se enfoca dicho proyecto asimismo, se aborda el Diseño Gráfico como disciplina profesional que puede colaborar en la solución de problemas sociales, en especial, el problema social en el cual se enfoca este proyecto. El tercero sobre el fundamento teórico de los materiales de comunicación gráfica que se diseñaron con el fin de colaborar con la solución del problema social detectado.



## Cultura a través de la arquitectura

Guatemala es un país que posee una variedad de elementos culturales y naturales que conforman su arte colonial y representan la historia del país. La Antigua Guatemala es declarada patrimonio cultural de la Humanidad en el año de 1979, es importante la protección, conservación y preservación de la cultura que es responsabilidad de todos los habitantes de este país.

En la época colonial, existió un cúmulo de creencias, cultura, gastronomía, entre otros, elementos que conllevan a una historia en la cual resalta la belleza arquitectónica de la cual se vive en esta ciudad, sin dejar de mencionar la atracción turística que representa.

De acuerdo a la historia, la Ciudad de La Antigua Guatemala, ha cambiado de residencia debido a diversos sucesos en 1543 la ciudad fue asentada por tercera vez con el nombre de “Santiago de los Caballeros” pero los terremotos de 1773 quedó destruida casi en su totalidad obligando a los ciudadanos a trasladarse en el Valle de la Virgen ( de la Ermita o Las Vacas) y en el año 1776 la ciudad recibe el nombre de “ La Nueva Guatemala de la Asunción” dándole el nombre actualmente de La Antigua Guatemala.

La ciudad de Antigua Guatemala posee una riqueza cultural muy grande, posicionándose en uno de los lugares turísticos más visitados del mundo, tanto por guatemaltecos como extranjeros llevando una impresión maravillosa de nuestra cultura. Incluso existen extranjeros que llegan a sentirse tan a gusto que buscan vivir allí. La Antigua Guatemala está situada en el departamento de Sacatepéquez, en donde se conservan tradiciones y costumbres heredadas por los antepasados, ¿cómo surge? pues estas provienen de la época colonial,

prehispánica y la conquista que tuvieron los españoles en nuestra tierra. Trayendo consigo la religión católica y todas sus costumbres, en donde La Antigua Guatemala sale a relucir con sus tradiciones en la época de Semana Santa.

La UNESCO otorgó a la Ciudad de Antigua Guatemala el título de Patrimonio Cultural de la Humanidad porque reúne tres de los diez criterios del nombramiento como patrimonio cultural de la humanidad que son:

Importante intercambio de valores humanos, durante un lapso de tiempo o dentro de un área cultural del Mundo sobre la evolución de la arquitectura o la tecnología, las artes monumentales, la planificación urbana o diseño de paisaje.

Aportar un testimonio excepcional de una tradición cultural o una civilización viva o desaparecida. Ser un ejemplo sobresaliente de un tipo de edificio, conjunto arquitectónico o tecnológico o de paisaje que ilustre una etapa importante en la historia de la humanidad.

El 26 de octubre de 1979, La Antigua Guatemala fue declarada Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad siendo uno de los reconocimientos más importantes que posee la Ciudad Colonial, lo que la convierte en un orgullo para todos los guatemaltecos.

La Antigua Guatemala se caracteriza por ser una de las ciudades coloniales más bellas de América, se destaca por la cantidad de colores en sus casas, edificios, monumentos, esplendorosas iglesias barrocas, patios coloniales, encantadores mercados indígenas, junto con sus calles en forma de tablero de ajedrez, inspirado en los principios del período barroco, diversidad de costumbres y tradiciones en comida, en vestimenta como también en actividades.

4. «35 Años de ser Patrimonio Cultural de la Humanidad», Recorridos Virtuales, última modificación 2020, [http://mcd.gob.gt/35-anos-de-ser-patrimonio-cultural-de-la-humanidad/?fbclid=IwARoh3j1avM682FIREbtsNJBGRnktNFYC8N33vxQYupAUp5Ffn56a9X\\_xzlg#:~:text=El%2026%20de%20octubre%20de,el%20Parque%20Nacional%20de%20Tikal](http://mcd.gob.gt/35-anos-de-ser-patrimonio-cultural-de-la-humanidad/?fbclid=IwARoh3j1avM682FIREbtsNJBGRnktNFYC8N33vxQYupAUp5Ffn56a9X_xzlg#:~:text=El%2026%20de%20octubre%20de,el%20Parque%20Nacional%20de%20Tikal)

5. «Antigua, la ciudad más bella de Guatemala», Global exchange, [https://blog.global-exchange.com/que-ver-y-hacer-en-antigua-guatemala/?fbclid=IwARoh3j1avM682FIREbtsNJBGRnktNFYC8N33vxQYupAUp5Ffn56a9X\\_xzlg#:~:text=Mucho%20color%20C%20bell%20C3%A0simas%20ocasonas%20y,encontrar%20C3%A9is%20al%20legar%20a%20Antigua](https://blog.global-exchange.com/que-ver-y-hacer-en-antigua-guatemala/?fbclid=IwARoh3j1avM682FIREbtsNJBGRnktNFYC8N33vxQYupAUp5Ffn56a9X_xzlg#:~:text=Mucho%20color%20C%20bell%20C3%A0simas%20ocasonas%20y,encontrar%20C3%A9is%20al%20legar%20a%20Antigua)

Resguarda sus elementos históricos, en cada paso por la ciudad, se resalta su belleza arquitectónica y cultural. Su arquitectura enmarca con la belleza natural de los tres volcanes que la rodean y complementan su cultura, belleza, clima, la deliciosa gastronomía y la calidez de sus habitantes, convirtiéndola en una de las ciudades más visitadas de Centroamérica.

La ciudad llegó a tener más de dos siglos con un número considerable de edificios civiles, religiosos y representativas piezas arquitectónicas. Una de las características distintivas de este estilo arquitectónico incluyen el uso de estuco decorativo para la ornamentación interior y exterior las fachadas principales con un nicho en la ventana central, un tímpano profundamente tallado, edificios imponentes y campanarios diseñados para resistir los frecuentes terremotos que se sufre en la región.

La protección legal para La Antigua Guatemala, se estableció en 1944, cuando la ciudad es declarada monumento nacional, esto con la intención de protegerla del desarrollo industrial y urbano descontrolado. Sin embargo, como no se asignó la responsabilidad a una institución específica, la aplicación efectiva de las medidas de protección y reglamentarias fue mínima. El Instituto Panamericano de Geografía e Historia lo declaró un Monumento Histórico Americano en 1965, que se hizo efectivo cuatro años más tarde con la aprobación del artículo 61 de la Constitución de la República de Guatemala, Decreto Legislativo 60-69 (Ley para la Protección de la Ciudad de La Antigua Guatemala). Mientras que el establecimiento del Consejo Nacional para la Protección de Antigua Guatemala en 1972, creó una institución responsable de la protección y restauración de los monumentos de la ciudad. Existen 4 prohibiciones importantes para la

preservación y conservación de esta ciudad según el Decreto Número 60-69, Ley Protectora de la Ciudad de La Antigua Guatemala, las cuales son:

- Queda prohibido la reconstrucción de los edificios y monumentos, sólo se pueden emprender obras que tengan como finalidad únicamente el cuidado, protección, conservación, restauración, consolidación del edificio o de las partes que lo necesitan.
- No se puede hacer uso indebido o indigno de los monumentos, ni edificios públicos o de propiedad de particulares por su importancia artística o histórica.
- Está prohibido la edificación de construcciones de dos o más pisos, para conservar la fisonomía tradicional de la arquitectura del conjunto monumental.
- No se pueden colocar avisos, anuncios o carteles exteriores sin la previa autorización del Consejo únicamente donde este mismo indique.

La Antigua Guatemala, al ser considerada patrimonio cultural de la nación ha sido el producto de un proceso que suministra a las sociedades una cantidad de recursos que se heredan del pasado creando en el presente que se transmitan a generaciones futuras. Este aspecto está conformado por dos aspectos coexistentes, uno de ellos corresponde a la materia física o sea el conjunto de materiales constructivos que lo constituyen; el segundo es el espacio arquitectónico, el cual implica el valor histórico, la estética que permite dar el aspecto de antigüedad y modernidad a la vez, el estilo es simbólico y tiene valor para la cultura. Es digno de conservar aquello que define tus raíces, aquellas expresiones culturales de la sociedad y todas las características indispensables que la definen como el reflejo de un pasado, una historia y tradición.

6. «ALGUNAS MEDIDAS PARA LA CONSERVACIÓN DE PATRIMONIO», Patrimonio Inteligente, 2018, [https://patrimoniointeligente.com/medidas-conservacion-de-patrimonio/?fbclid=IwARoD1n3ZbwBAu\\_IWWTWFK6uFhVVD2ibiOgat8dgPt7kHhC78pHqmeB\\_tHQ](https://patrimoniointeligente.com/medidas-conservacion-de-patrimonio/?fbclid=IwARoD1n3ZbwBAu_IWWTWFK6uFhVVD2ibiOgat8dgPt7kHhC78pHqmeB_tHQ)

7. «Tipos de acciones para la protección del patrimonio cultural», Paleo y más, última modificación 18 de mayo del 2018, [https://www.paleoymas.com/tipos-de-acciones-para-la-proteccion-del-patrimonio-cultural/?fbclid=IwAR31qWFWFD7hvUOZnoJLkwSovXxcK9w4nW2xFCODdpJSiPtJGPqEa\\_cKDECo](https://www.paleoymas.com/tipos-de-acciones-para-la-proteccion-del-patrimonio-cultural/?fbclid=IwAR31qWFWFD7hvUOZnoJLkwSovXxcK9w4nW2xFCODdpJSiPtJGPqEa_cKDECo)

Las construcciones, edificaciones y vestigios pueden ser considerados como patrimonio arquitectónico porque cuentan con un valor cultural, un apego emocional o bien una conciencia histórica y por supuesto obtener un aspecto artístico.

Cada característica y pequeños detalles tienen un gran valor simbólico, que le dan una identidad a cada edificio o muro incluso las piedras pueden compartir verdaderas historias además de que reflejan la antigüedad, los edificios respiran vida de las personas que han pasado por allí, dejando consigo historias plasmadas en su interior. Además, no se trata tan sólo de un monumento bello que tiene un valor documental, histórico sino que son fuentes irremplazables de vida e inspiración.

El patrimonio arquitectónico forma parte también del patrimonio inmueble con la peculiaridad de que se utiliza un método heredado de la Arqueología para el estudio de sus muros. Aunque también se puede decir que se ayuda del arte, la restauración y otras disciplinas. Es un conjunto de construcciones o la ruina de lo que fueron, que al pasar los años adquieren una importancia histórica ya sea por su creación, por el apego que la gente le tenga o por su innovación. Puede llevar consigo la pertenencia arquitectónica que hace referencia a obras de arquitectura que generan una identidad del lugar, con esto se resalta que su importancia no es artística o por imponer tendencia, es decir, si fuera posible trasladar de un lugar a otro una construcción emblemática, probablemente perdería su importancia al ya no estar en el entorno sociocultural en donde se dio origen.

De esta manera, el patrimonio cultural de un territorio es un bien que trasciende en el tiempo, la memoria de sus habitantes y visitantes, es por ello, que La Antigua Guatemala es tan visitada por todo aquel que pisa sus calles empedradas, admira sus detalles y recuerda sus tradiciones. Todo este conjunto de virtudes es lo que refleja su identidad, por ello es tan importante preservar sus costumbres, tradiciones, bienes muebles e inmuebles, al igual que contar su historia artística y cultural.

---

8. «RELEVANCIA DE LA DIMENSIÓN PARA LA CULTURA Y EL DESARROLLO», UNESCO, [https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf?fbclid=IwAR1ly\\_xNi25ozpxaDNOBOI4fveBzD-SE6v5Eszv8L\\_0t8Um36pTDpeiTB1Y](https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf?fbclid=IwAR1ly_xNi25ozpxaDNOBOI4fveBzD-SE6v5Eszv8L_0t8Um36pTDpeiTB1Y)

Al hablar específicamente de bienes inmuebles, lleva consigo la restauración de monumentos históricos, que consiste específicamente en volver a poner una obra o monumento en buen estado, lo más cerca posible que pudo haber sido en su origen, con el propósito devolverle la misma belleza inicial que poseía.

Para que el patrimonio cultural se preserve es tan importante tomar ciertas medidas de protección, la restauración y conservación de los bienes culturales es conocida como una actividad profesional que se dedica a incentivar la permanencia de esas manifestaciones artísticas y culturales, al brindarles protección como de rescatarlas, de manera que puedan permanecer para ser apreciadas por generaciones futuras. Cómo puede ser un tema muy variado, se diversifica o segmenta según las costumbres, tradiciones que lo integran. El primer paso es conocer cuál es el patrimonio cultural, en este caso, se abordará el patrimonio cultural arquitectónico, puede ser bastante extenso, incluye edificios, parques, monumentos, ruinas, museos, calles, entre otros. Es importante aclarar que la protección y conservación del patrimonio se rige por leyes que pueden ser de carácter local, nacional e incluso continental. La constante en estas normativas es establecer mecanismos preventivos de protección, para que los bienes patrimoniales se mantengan en el tiempo. Su finalidad es protegerlos de toda clase de agresiones naturales o humanas, utilizando un conjunto de medidas, realizando actuaciones que tienen como objetivo evitar y minimizar el deterioro o pérdidas que se produzcan.

La restauración de monumentos históricos son acciones que se aplican de manera directa sobre un grupo de bienes culturales o arquitectónicos con el objetivo de poder detener los procesos dañinos que puedan llegar a sufrir por diferentes aspectos, o bien reforzar su estructura.

9. Dr. José Antonio Terán Bonilla, «Consideraciones que deben tenerse en cuenta para la restauración arquitectónica» (tesis doctoral, Dirección de Estudios Históricos del Instituto Nacional de Antropología e Historia de México.), 102, [http://www.patrimoniocultural.gob.cl/dinamicas/DocAdjunto\\_631.pdf?fbclid=IwAR3YmMoTHq4mJBEoc-kqxSF3GpVNH0X-EmzTZeEimXd-DZbF11uBpUsY8ijQrs\\_U\\_j8mw](http://www.patrimoniocultural.gob.cl/dinamicas/DocAdjunto_631.pdf?fbclid=IwAR3YmMoTHq4mJBEoc-kqxSF3GpVNH0X-EmzTZeEimXd-DZbF11uBpUsY8ijQrs_U_j8mw).

Consiste específicamente en volver a poner una obra o monumento en buen estado o lo más cercano que pudo haber sido en su origen, con la finalidad de devolver el valor documental que lo caracteriza y las condiciones que le permiten ser considerado una obra de arte.

La restauración y la conservación de los bienes culturales es conocida como una actividad profesional que se dedica a incentivar la permanencia de esas manifestaciones artísticas y culturales, con el fin de darles protección y rescatarlas para que se puedan apreciar por futuras generaciones. Existen cuatro grados de intervención: la Preservación, la Conservación, la Restauración y el Mantenimiento.

**1. La preservación:** Conjunto de medidas cuyo objetivo es prevenir el deterioro de los inmuebles. Es una acción que antecede a las intervenciones de Conservación y/o Restauración, procurando que, con estas actividades, las alteraciones se retarden lo más posible, e implica el realizar operaciones continuas que buscan mantener al monumento en buenas condiciones.

**2. La conservación:** Consiste en la aplicación de los procedimientos técnicos cuya finalidad es la de detener los mecanismos de alteración o impedir que surjan nuevos deterioros en un edificio histórico. Su objetivo es garantizar la permanencia de dicho patrimonio arquitectónico.

**3. La restauración:** Como grado de intervención, está constituida por todos aquellos procedimientos técnicos que buscan restablecer la unidad formal y la lectura del bien cultural en su totalidad, respetando su historicidad, sin falsear.

**4. El mantenimiento:** Está constituido por acciones cuyo fin es evitar que un inmueble intervenido vuelva a deteriorarse, por lo que

10. «Consejos sobre cómo tenemos que cuidar el patrimonio», Junta de Andalucía, 16 de septiembre de 2013, [https://www.juntadeandalucia.es/cultura/blog/consejos-sobre-como-tenemos-que-cuidar-el-patrimonio/?fbclid=IwAR3YmMoTHq4mJBEoc-kqxBRk-rJWaXMB6oSlsKLLyOAFIL\\_6h7oLMQQBbM](https://www.juntadeandalucia.es/cultura/blog/consejos-sobre-como-tenemos-que-cuidar-el-patrimonio/?fbclid=IwAR3YmMoTHq4mJBEoc-kqxBRk-rJWaXMB6oSlsKLLyOAFIL_6h7oLMQQBbM).

se realizan después de que se han concluido los trabajos de conservación o restauración (según sea el grado de intervención) efectuados en el monumento arquitectónico.

Dichas acciones deben ser realizadas únicamente cuando los bienes se encuentran en un estado de fragilidad que es detectado a simple vista, o bien, cuando el deterioro es constante y con un ritmo considerablemente elevado, esto para evitar perder el patrimonio de manera permanente.

Algunas características para la conservación y preservación del patrimonio arquitectónico son:

- Es de vital importancia realizar un diagnóstico, investigar y estudiar a fondo el elemento a tratar, un reconocimiento de todos y cada una de las características que lo conforman. Tomar en cuenta los factores ambientales, como el clima, iluminación, contaminación, entre otros. Con el fin de determinar el tipo de intervención o el tipo de deterioro al que puede ser sometido según las acciones que deben tomarse en cuenta antes de empezar.
- Un aspecto muy importante a tomar en cuenta, es la conservación de la originalidad del bien, tanto si se trata de la deformación o una pieza en mal estado, el objetivo es mantener su estado original para que perdure de ese modo tan distintivo que lo caracteriza.
- Si en dado caso existe la posibilidad de agregar materiales a las piezas ya sea porque están suprimidas o extraviadas, estas partes deben diferenciarse visualmente de la parte original.
- Si se realiza un cambio o alguna modificación en el bien, hay que tener claro que se interviene con el objetivo de que perdure y pueda ser apreciado por mucho tiempo.

Las obras arquitectónicas son legados históricos que han dejado los antepasados y constituyen al día de hoy el Patrimonio Arquitectónico Cultural, es de vital importancia conocer, estudiar, valorar y conservar estos aspectos para transmitirlos a las futuras generaciones. Además, el estudio de las mismas ayuda a la comprensión de la sociedad, la conducta que toman ante el patrimonio, La Antigua Guatemala es uno de los ejemplos más antiguos y destacados de planificación urbana en América Latina en el que se ha mantenido el plan de cuadrícula básico, que data de 1543. Sus edificios religiosos, privados y gubernamentales son evidencias destacadas de la arquitectura colonial española.

La Antigua Guatemala ha conservado la integridad de su diseño del siglo XVI y la integridad física de la mayor parte de su patrimonio construido. La transferencia de reubicación de la capital después del terremoto de 1773 y el abandono del área por parte de la mayoría de su población, permitió la conservación de muchos de sus edificios monumentales de estilo barroco.

Las restauraciones de monumentos históricos son acciones que se aplican de manera directa sobre un grupo de bienes culturales o arquitectónicos, que debe ser realizado cuando los bienes se encuentren en un estado de fragilidad o con signos de que el bien vaya a darse por perdido.

11. «¿Cómo se protege el patrimonio Cultural?», Museos Austral., <http://www.museosaustral.cl/index.php/animacion-juegos/infografias/sobre-patrimonio/99-como-se-protege-el-patrimonio-cultural?fbclid=IwAR3MB8hwoXo9KTd1RSADjQrnBmP99yilHjRsDmruobXenq6t9ueLSVhdbjhE>

12. «Restauración de monumentos», Sustratal S.L, última modificación 2020, <https://www.sustratal.es/servicios/restauracion-monumentos?fbclid=IwAR19nlQoworJELQS5GCREeSbUIZIDkoRLmCbDVhO3PQwALIm1BFO5qzn78&cn-reloaded=1>

## El Diseño Gráfico y su impacto social

Al hablar del diseño gráfico se comprende una disciplina que interactúa con muchas otras, pero funciona de manera autónoma generando un mensaje visual por distintos medios que permiten dar a conocer y publicitar productos, servicios, marcas, campañas, ayuda social entre otros. Diseñar significa establecer entre el pensar y el hacer una mutua referencia. La estética sin ética se aproxima al fraude. Lo que interesa es el producto en su integridad, no únicamente su forma exterior o su función. El criterio del uso incluye también los efectos sociales y ecológicos que genera. Su auge actual se debe a una amplia capacidad de poder transmitir un mensaje de manera física, digital y tecnológico. El diseño gráfico se acompaña de imágenes, videos y elementos textuales, todos los elementos para crear una comunicación gráfica y visual.

El diseño gráfico, se encarga de plasmar en muchos soportes ideas y mensajes, comunicar de manera visual una idea, el arte y los colores, el motivo y por supuesto conocer el público al que va dirigido el mensaje. Permite a empresas, organizaciones, fundaciones entre otros, transmitir ideas, mensajes, productos, generar campañas de concientización, solucionar problemas a través de propuestas transmitidas por la imagen, comunicación visual.

Un aspecto importante y esencial es la creatividad e innovación la cual permitirá que tanto con técnicas y metodologías de investigación logre desarrollar las propuestas adecuadas según las tendencias actuales del diseño.

La persona encargada de crear cada uno de los materiales, es un diseñador gráfico, alguien capacitado para poder plasmar las ideas con creatividad, para generar un impacto positivo hacia el grupo objetivo según sea el caso. Generalmente el diseño gráfico se basa en proyectar, planear y ejecutar una idea que ayuda

a crear soluciones a través de un proyecto, comúnmente se piensa en imágenes, colores y textos, pero el diseñador gráfico se encarga de conceptualizar visualmente los elementos para transmitir de manera original y atraer la atención del grupo objetivo, de generar ideas contenido creativo y original, convirtiendo soluciones a quien lo requiera, de comprender los colores, formas, estructura y la importancia de cada una para poder lograr un diseño que genere emociones, lograr transformar los conocimientos gráficos, editoriales, audiovisuales y publicitarios en piezas gráficas efectivas.

La definición de la profesión del diseñador gráfico es más bien reciente, en lo que se refiere a su preparación, su actividad y sus objetivos. Aunque no existe consenso sobre una fecha exacta en la que nació el diseño gráfico, algunos lo datan durante el período de guerras. Otros entienden que comienza a identificarse como tal para finales del siglo XIX. Durante el siglo XIX el diseño de mensajes visuales fue confiado alternativamente a dos profesionales: el dibujante o el impresor. El primero estaba formado como artista y el segundo como artesano, ambos frecuentemente en las mismas escuelas de artes y oficios. Para el impresor tenía como arte el uso de ornamentos y la selección de fuentes tipográficas en sus composiciones impresas. El dibujante veía a la tipografía como un elemento secundario y prestaba más atención a elementos ornamentales e ilustrativos.

En la actualidad, los diseñadores gráficos son asistidos por una tecnología bastante avanzada que permite que el proceso de los gráficos sea a través de programas digitales, apoyando en la producción de los objetivos que cada especialista del diseño se vea en la necesidad de utilizar, desde crear tipografías como realizando el branding para una empresa.

13. «¿Qué es diseño gráfico y para qué sirve?», Esneca, última modificación el 19 de junio de 2019, [https://www.esneca.com/blog/que-es-diseno-grafico/?fbclid=IwAR0qMh66MTtUcusNOonpYY\\_F9R\\_SuKLCgAEKzcfuMcssRu6laE449QyFa3k](https://www.esneca.com/blog/que-es-diseno-grafico/?fbclid=IwAR0qMh66MTtUcusNOonpYY_F9R_SuKLCgAEKzcfuMcssRu6laE449QyFa3k)

14. «El rol social del diseño gráfico y su aplicación en la enseñanza», Universidad de Palermo, [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista\\_detalle\\_articulo.php?id\\_articulo=323&id\\_libro=128&fbclid=IwAR3YbyvOl7h\\_Qn86ooyziYijQx1GyAvGgCgoCIJKv71g\\_60oLp2i9cFF94w](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista_detalle_articulo.php?id_articulo=323&id_libro=128&fbclid=IwAR3YbyvOl7h_Qn86ooyziYijQx1GyAvGgCgoCIJKv71g_60oLp2i9cFF94w)

En Guatemala, el diseño gráfico ha beneficiado al gobierno, empresas, organizaciones, fundaciones, restaurantes, hoteles, noticieros, entre otros, a dar a conocer algún producto, promoción o bien alguna campaña. ¿Por qué? porque, el diseño gráfico genera la facilidad en esta época de poder informar a las personas de lo sucedido en un tiempo muy corto, por el uso de medios sonoros, visuales (impresos, televisivos, internet). Dar a conocer productos nuevos, ofertas, temporadas entre otros. El diseñador debe definir su posición y tomar conciencia de las distintas realidades sociales existentes, incluso de aquellas que surgen de las diferentes situaciones y culturas (locales, regionales, nacionales o internacionales).

En Guatemala, el diseño gráfico ha beneficiado al gobierno, empresas, organizaciones, fundaciones, restaurantes, hoteles, noticieros, entre otros, a dar a conocer algún producto, promoción o bien alguna campaña. ¿Por qué? porque, el diseño gráfico genera la facilidad en esta época de poder informar a las personas de lo sucedido en un tiempo muy corto, por el uso de medios sonoros, visuales (impresos, televisivos, internet). Dar a conocer productos nuevos, ofertas, temporadas entre otros. El diseñador debe definir su posición y tomar conciencia de las distintas realidades sociales existentes, incluso de aquellas que surgen de las diferentes situaciones y culturas (locales, regionales, nacionales o internacionales).

Los diseñadores gráficos se encargan de que este tipo de campañas sea dirigido al grupo objetivo de cada ámbito, optimizando los recursos y facilitando el solucionar problemáticas de una forma creativa. Un diseñador gráfico se caracteriza por:

- Genera ideas creativas y originales para dar soluciones a lo que se requiera.
- Comprende los colores, formas, estructuras y la importancia de cada una para lograr un diseño que genere emociones.
- Dibuja de forma clara y precisa empleando distintas técnicas.
- Desarrolla un ojo crítico, auto crítico y ser muy detallista con cada trabajo.
- Transformar conocimientos gráficos, editoriales, audiovisuales y publicitarios en diseños creativos que capten la atención de quien los vea.
- Expresarse correcta y fluidamente de forma oral y escrita.
- Desarrollar la capacidad de trabajar en equipo o de manera individual en distintos proyectos.

15. «Rol del Diseñador Gráfico en campañas de conciencia social», slideshare, última modificación el 12 de oct. de 2016, <https://es.slideshare.net/ChristianProaoGmez/rol-del-disenador-grafico-en-campaas-de-conciencia-social-67035573?fbclid=IwAR30mnt3SNMZArYIiH2oUEk66Hsu2Vxp3sVXNnEnFivOJOdepkDY7rmMOI>

16. «Cómo desarrollar una campaña Social Media: 5 claves», Marketing / Social Media, acceso el 25 de noviembre de 2020, [https://isragarcia.es/como-desarrollar-campana-social-media/?fbclid=IwAR2ZiUMk3BOEPfxshE82xk2V6wQPQzqO\\_tqG8Wk8oRE9Oucf7kTFQ6ogyE](https://isragarcia.es/como-desarrollar-campana-social-media/?fbclid=IwAR2ZiUMk3BOEPfxshE82xk2V6wQPQzqO_tqG8Wk8oRE9Oucf7kTFQ6ogyE)

Hay un ámbito muy importante en el cual el diseño gráfico ayuda a gran escala y es el proporcionar elementos en la creación de una campaña como lo es publicitaria, de promoción, de revelación, de expectativa, propaganda, institucionales, de concientización social, esta última con un impacto alto en nuestra sociedad, con problemas sociales como discriminación, racismo, corrupción.

Una campaña de cambio social intenta persuadir a la audiencia la aceptación, modificación o abandono de ciertas ideas, actitudes, prácticas y conductas; el cambio de conducta puede ocurrir al final de una serie de etapas intermedias con un cambio en la información de la población, en sus conocimientos y actitudes.

Es importante establecer los medios de comunicación para la difusión del mensaje para lograr el objetivo principal establecido una buena calidad de mensaje claro puede determinar el éxito de una campaña.

Las campañas sociales son un sistema de comunicación importante para anunciar e informar sobre un problema social, de salud, violencia, entre otros, mediante técnicas y metodologías que influyan y creen conciencia a un determinado público, estas campañas ayudan a cumplir un determinado objetivo dependiendo el tipo de problema.

La función del diseño no debería ser ni cuestionada, ni convertirse en el eje de una discusión, ya que la prioridad que manifiesta es social. Surge desde la sociedad y su producción está orientada y dirigida hacia la sociedad, y configurada de acuerdo a las necesidades temporales del contexto del cual emerge.

Philip Kotler menciona la importancia de seis pasos para generar una campaña social en diseño gráfico los cuales son los siguientes:

1. Definir los objetivos del cambio social.
2. Analizar las actitudes, creencias y valores, conductas del público objetivos.
3. Procedimientos de comunicación y distribución.
4. Elaborar un plan de Marketing para llevar a cabo el plan.
5. Organización de Marketing para llevar a cabo el plan.
6. Evaluar y ajustar el programa para hacerlo eficaz.

Las especificidades de la función social que el diseño adquiere se definen y varían de acuerdo a las necesidades temporales de la comunidad en la cual se desarrolla. Puede plantearse, el caso particular de proyectos cuyos fines son útiles para mejorar la calidad de vida de las personas o que se desarrollan sólo y únicamente como respuesta y cobertura de las necesidades humanas básicas. No es el diseño el generador autónomo de su función social sino que es el diseñador como integrante activo de su sociedad.

El diseño influye directamente y de manera profunda en los procesos de innovación, y puede potenciar la competitividad de un país más allá de sus límites, contribuyendo al desarrollo de productos y a su incorporación a los mercados, y garantizando oportunidades laborales a aquellos que con su trabajo calificado generan un valor añadido.

17. Herrera Gutiérrez de Velasco / María Guadalupe, Luis Carlos Neve Ariza. 2010. «La solución de problemas de diseño y su enseñanza, una contradicción». Tesis. X Congreso Nacional de Investigación Educativa. [http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v10/pdf/area\\_tematica\\_05/ponencias/0854-F.pdf?fbclid=IwAR1K9n6E4lwRxUaaTv2jmSw-PlDl9xabBuNj1P6CMW-bc6zYRyGfStMfneY](http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v10/pdf/area_tematica_05/ponencias/0854-F.pdf?fbclid=IwAR1K9n6E4lwRxUaaTv2jmSw-PlDl9xabBuNj1P6CMW-bc6zYRyGfStMfneY)

18. «Diseño que resuelve problemas urbanos», El País, acceso el 1 de Diciembre de 2012, [https://elpais.com/cultura/2012/11/30/actualidad/1354304428\\_432092.html?fbclid=IwARokRTJ6eN73SSyCF8-xxtwCnHxo8qaxwLGMriI2VO7tHDTNHwsN9Q-XWl](https://elpais.com/cultura/2012/11/30/actualidad/1354304428_432092.html?fbclid=IwARokRTJ6eN73SSyCF8-xxtwCnHxo8qaxwLGMriI2VO7tHDTNHwsN9Q-XWl)

19. «¿Que hace un diseñador gráfico?», Monstruos del diseño, Fecha pendiente, [https://monstruosdeldiseno.com/diseño-gráfico/que-hace-un-diseñador-gráfico?fbclid=IwAR2tgSxX-oTINuczQBgY\\_Hu77vbdzrbhmtwku8Rp8Z3Lhy\\_oHFjCHVIHBI](https://monstruosdeldiseno.com/diseño-gráfico/que-hace-un-diseñador-gráfico?fbclid=IwAR2tgSxX-oTINuczQBgY_Hu77vbdzrbhmtwku8Rp8Z3Lhy_oHFjCHVIHBI)

## Piezas gráficas y su importancia en el Diseño Gráfico

En una campaña publicitaria el diseñador gráfico se encarga de buscar una estrategia específicamente diseñada y ejecutada en diferentes medios para obtener objetivos de notoriedad, ventas y comunicación de una determinada marca, usando la publicidad. La publicidad social es una forma de comunicación persuasiva cuyo fin es conseguir una mejora social a través del cambio de actitudes en los públicos a los que se dirige, es importante tener una buena organización para que todo salga bien, al igual que contactar a especialistas en el tema es de esa manera en la cual se consiguen los resultados esperados. Para que la acción sea considerada una campaña, es fundamental que exista unidad entre las piezas. Esto es que presenten la misma idea, el mismo slogan, los mismos estilos y colores, entre otros aspectos similares.

Cada campaña publicitaria debe contar con un concepto determinado, así como un tema el cual se va a desarrollar, planificar y proyectar de manera que pueda ser entendido por el grupo objetivo al cual está dirigido. La publicidad social son las acciones, piezas, o campañas publicitarias con temática social o medioambiental. Lo que busca no es estimular la compra de algún producto o servicio, sino más bien plantea objetivos no comerciales, producir un efecto en la sociedad que refleje un cambio de actitud hacia una causa social. La publicidad social son las acciones, piezas, o campañas publicitarias con temática social o medioambiental.

La publicidad en redes sociales permite crear anuncios en social media en los que se encuentra el público objetivo. Eso significa que se trata de un canal con el que llegar fácilmente a la audiencia. Los distintos formatos y plataformas que existen permiten diseñar estrategias muy personalizadas y con un alto porcentaje de éxito.

Lo que busca no es estimular la compra de algún producto o servicio sino, más bien plantea objetivos no comerciales, producir un efecto en la sociedad que refleje un cambio de actitud hacia una causa social.

Parte del éxito de una campaña se mide en este paso fundamental de la estrategia. Si se conoce bien el grupo al cual está dirigido, es más fácil que sea factible y alcance el objetivo estipulado desde el comienzo. Definir con detalle a quién se dirige será fundamental para establecer los siguientes puntos de la estrategia de una campaña publicitaria la edad, el sexo, la clase social, el estado civil, el nivel de estudios, los hábitos, los gustos o los hobbies pueden ser algunas de las claves para identificar correctamente a tu audiencia.

El mensaje que se transmite en una campaña publicitaria es también un asunto fundamental para conseguir los mejores resultados. Aunque cada marca y cada estrategia son diferentes, el copy siempre debe cumplir: que sea natural, que esté ordenado, que sea claro, que sea conciso, y que tenga fluidez y cohesión. Tan importante es el mensaje a comunicar, o sea el fondo de la cuestión, como la forma. Apostar por sitios y comunicaciones que incorporen las últimas tendencias del mercado como el Material Design es la mejor opción para conquistar al público objetivo, tarea practicable sólo por expertos del sector con una amplia experiencia.

20. «La publicidad social, directa al corazón.», Brandmedia, Actualización noviembre 2019, <https://brandmedia.es/la-publicidad-social-directa-al-corazon/?fbclid=IwAR30mnt3SNMZArYliH2oUEk66Hsu2V-xp3sVXNnEnFivOJ0depkDY7rmMOI>

21. «La función social del diseño o el diseño al servicio social», Universidad de Palermo, última modificación Septiembre de 2018, [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc////////publicacionesdc/cuadernos/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=663&id\\_articulo=13897&fbclid=IwARoNxf2SWJuf4LGNOfItHcuUvKw3X1h9\\_NGokolYnirj6UjqPYi9Z\\_RoBl](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc////////publicacionesdc/cuadernos/detalle_articulo.php?id_libro=663&id_articulo=13897&fbclid=IwARoNxf2SWJuf4LGNOfItHcuUvKw3X1h9_NGokolYnirj6UjqPYi9Z_RoBl)

22. «¿Qué es una campaña publicitaria? Definición y cómo puede ayudar a tu empresa?», Cyberclick, Actualización marzo 2020, [https://www.cyberclick.es/publicidad/campana-publicitaria?fbclid=IwARoizVNs--Fh9nsoyfsvZ51CY5iEGQktzsdYWRgY\\_NXC33fwXHF\\_TFrY](https://www.cyberclick.es/publicidad/campana-publicitaria?fbclid=IwARoizVNs--Fh9nsoyfsvZ51CY5iEGQktzsdYWRgY_NXC33fwXHF_TFrY)

El núcleo de cualquier campaña en la web social está compuesto por 5 elementos clave:

**1. Establece Objetivos:** Ayuda a incrementar ventas, generar leads, feedback sobre un nuevo producto, potenciar el marketing para un nuevo lanzamiento.

**2. Aporta valor:** Para conseguir resultados en una campaña se necesita aportar valor económico como también factor tiempo para desempeñar un buen resultado. No necesariamente debe ser gratis, pero si debe ser útil, valioso, fácil de compartir, entretenido y orientado a generar una relación.

**3. Call to actions:** Experimentar con la landing page, los call to actions y el funcionamiento en conjunto, antes de lanzar.

**4. Lanzamientos:** Es importante decidir cómo será comunicada y promocionada la campaña. Que sea Social Media no significa que no se pueda utilizar el email, eventos, flyers, carteles, radio, staff o cualquier otro elemento offline.

**5. Monitoriza links:** Ofrecen información esencial de cómo funciona la campaña. Los acortadores de URLs podrán decir que personas interactuaron con la campaña y que utilizaron para llegar allí.

Una infografía es una combinación de imágenes y texto, distribuidas en un formato visual con el fin de transmitir un mensaje, informar o impactar al usuario con el contenido que se muestra. Es una forma diferente de informar, totalmente orientada a llamar la atención por partir de un diseño donde prima lo visual antes que lo escrito.

La noción de que una imagen tiene mucho más valor que la palabra, no es descabellada, y a partir de esa noción, la infografía surge como herramienta para hacer más accesible el conocimiento. El cual se da en diversos campos de la actividad humana, lo que no la supedita a un ámbito especial, sino que es utilizada en diversos campos como la publicidad, el académico y científico.<sup>24</sup>

Entre las aplicaciones más comunes de la infografía están la infografía periodística, infografía online, infografía arquitectónica, infografía instructiva y la infografía cartográfica. Las infografías periodísticas, por ejemplo, son una herramienta que se ha utilizado desde siempre en los medios escritos.

El contenido será decisivo, ofrecer contenido útil para el público, tanto que quieran compartir la infografía con su entorno. Es importante definir bien desde un principio:

- A quién será dirigida, para tener siempre presente lo que le gusta al público objetivo.
- Qué comunicar, lo que se desea explicar.
- Investigar y recopilar los datos necesarios. Utiliza fuentes fiables.
- Ser concreto, incluir sólo lo relevante y explicar con imágenes mejor que con palabras.
- Establecer buen título: es una publicación que compite con otras por conseguir visitas, un mal título puede hacer que no funcione. El diseño será también un aspecto a tener en cuenta. Si la infografía además de un buen contenido, está bien expuesta y gráficamente es bonita, será mucho más atractiva para los usuarios.

23. «Infografía», Concepto de Infografía, acceso el 19 de julio de 2008, [https://neoattack.com/neowiki/infografia/?fbclid=IwARolndDDIILaWoRCyCe7cJqvnk-ibRvTmYSz9n3LW5EigbGg8yFqS\\_3o](https://neoattack.com/neowiki/infografia/?fbclid=IwARolndDDIILaWoRCyCe7cJqvnk-ibRvTmYSz9n3LW5EigbGg8yFqS_3o)

24. Mónica Viñarás Abad, «La función social de la publicidad: de la concienciación a la responsabilidad social» (Universidad CEU San Pablo, 2018), 145, [https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/9096/1/Funcion\\_MonicaVi%C3%B1aras\\_LeccMag\\_FH%26CCCEU\\_2018.pdf?fbclid=IwAR2wJqISApThxqberM8VZ\\_CThh\\_tORBKcmzr7xibklulGqaDaqXoB6rZmio](https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/9096/1/Funcion_MonicaVi%C3%B1aras_LeccMag_FH%26CCCEU_2018.pdf?fbclid=IwAR2wJqISApThxqberM8VZ_CThh_tORBKcmzr7xibklulGqaDaqXoB6rZmio)

Numerosos estudios señalan que las personas retienen mucho más una información si esta llega en formato gráfico, que si el mismo contenido estuviese únicamente en un texto escrito. Es posible pensarlo de esta manera: 9 de cada 10 informaciones que el cerebro procesa son de carácter visual. Otro dato ilustra bien la cuestión: en Facebook, una infografía mejora en alrededor de un 85% el alcance de una publicación. Pero las infografías no solo sirven al comerciante de bienes, sino también a otro tipo de organizaciones. Un ejemplo de esto es cuán efectiva puede ser una infografía en la comunicación interna de cualquier organización. Las organizaciones deben, ante todo, transmitir con claridad un mensaje a sus propios empleados.

Para garantizar que todos comprendan en forma rápida una idea completa, nada mejor que la infografía. Debido a su atractivo frente al contenido escrito, es mucho más probable que sean más compartidas en redes sociales (incluso pueden volverse virales). Así las cosas, son una herramienta invaluable para incrementar el alcance de las campañas y crear comunidad.

Se denomina tríptico a una composición visual que consta de tres partes concatenadas, capaz de doblarse sobre sí misma. En publicidad se llama así a un folleto informativo impreso en una hoja doblada en tres partes, en el cual ambos lados de la hoja se aprovechan para, junto al doblado, obtener seis caras imprimibles.

Estructura del tríptico:

Un tríptico se pliega en tres partes idénticas a partir de una hoja en posición horizontal. Esto dará como resultado seis hojas disponibles: tres interiores y tres exteriores.

Cuando el tríptico se pliega, dos de las exteriores permanecen visibles, mientras el resto queda oculto por dentro. Usualmente, la información que contiene un tríptico se divide de acuerdo a su estructura. Las caras visibles al plegarlo suelen ser la portada y el cierre. La primera lleva los elementos de identificación de lo que contiene el folleto. La otra cara visible incluye información de quién lo elabora, por qué, adónde acudir para obtener más información, etc.

Las cuatro páginas restantes, que son interiores, son las idóneas para el despliegue de la información en concreto, yendo siempre de lo más general a lo más específico. Su principal característica es que son mucho más completos que los dípticos. La empresa no tendrá demasiadas limitaciones de espacio para anunciarse, por lo que podrá contar todo lo que desee sin problemas.

25. «Qué es una infografía y por qué son útiles», The marketing band, <https://themarketingband.es/blog/que-es-una-infografia-y-por-que-son-utiles/?fbclid=IwAR2yD5G7kb8PTouS9Nofh4MMi94cVBXTfJ8d0Q-T4yQsIglMACHYbh2ZTQ34#:~:text=Sirven%20para%20explicar%20conceptos%20y,podamos%20entender%20toda%20la%20informaci%C3%B3n>

26. «¿Para qué sirve una infografía?», Camaltec, Última modificación 10 noviembre de 2017, [https://www.camaltec.es/sirve-una-infografia/?fbclid=IwARoeXn8X9nywPoWYf9FZQihNUNCpabiCWnp\\_HRrPMkaLoTy5obYd5DEl2Eo](https://www.camaltec.es/sirve-una-infografia/?fbclid=IwARoeXn8X9nywPoWYf9FZQihNUNCpabiCWnp_HRrPMkaLoTy5obYd5DEl2Eo)

27. «¿PARA QUÉ SIRVE LA INFOGRAFÍA?», Posted in, última modificación el 25 Junio de 2019, <https://www.postedin.com/blog/para-que-sirve-infografia/?fbclid=IwAR1gFo85aJaQEUZG2Dd-RnioG5GWvtM9bjCHEOCtw-jj843ofrXHizyZxNo>

28. «DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS- TRÍPTICO», Características.co, última modificación 16 de marzo de 2020, <https://www.caracteristicas.co/triptico/?fbclid=IwARiLbsrf5ylegeOzoXxii9d3xcvSnomMTfodfmj5jgpfG5RGFibxxB,Cw>

Dado que se trata de un folleto y no un artículo, lo idóneo es que la información esté condensada y abreviada, incluso esquematizada. De esta manera, se ocupa la menor cantidad posible de espacio. Así se puede incluir un acompañamiento gráfico o visual: fotografías, imágenes, tipografías, rotulado, etc.

Un tríptico es un folleto publicitario en el que hay una muestra de la información organizada y de interés sobre un tema, sin profundizar demasiado. Además, incluye las señas de la organización que lo fabrica o los sitios adonde puede acudir para mayor información, como teléfonos, direcciones, correos electrónicos, páginas web, etc.

Las principales ventajas del tríptico, en comparación con otros tipos de folletos es que se abarca más información en un mismo tamaño al contener una hoja, dos plisados y ó caras, de forma que se podrá añadir más información y así completar el folleto con los datos que se crean más interesantes para el cliente, para que conozcan el negocio o empresa.

Al tener más extensión también se contará con más espacio para añadir texto o imágenes descriptivas. No se quedará corto en cuanto a los contenidos a incluir en el mismo. Continúa siendo fácilmente distribuible por tener el tamaño de un folleto, pero no ser tan grande como un cartel publicitario.

La finalidad de cada una de estas piezas gráficas es informar, dar a conocer, explicar un acontecimiento, para poder dar un mensaje de manera visual, solucionando algún problema por medio del diseño gráfico para el grupo objetivo al que se quiere dirigir.

---

29. «El tríptico: qué es, para qué sirve y cuáles son sus ventajas», Imprimir folletos y posters, última modificación 4 de Septiembre de 2014, <http://imprimirfolletosyposters.es/blog/el-triptico-que-es-para-que-sirve-y-cuales-son-sus-ventajas/?fbclid=IwAR3nq1OfbkbdhA7Di81ekIASxX4cMzF25UNeTfzPVqVh4AXHLgkc2sPcWI>

# Capítulo

# 5

---

En el presente capítulo se presenta las estrategias que serán aplicadas en las piezas gráficas, creadas basadas en la generación del Insight, concepto creativo y premisas de diseño.



## **6W's**

---

- **¿Qué?** (What?)

- Campaña de concientización para el cuidado y preservación de su arquitectura.
- Modular de 6 infografías de un mismo tema pero distintos enfoques.
- 3 trifoliales con información específica para la población que da soporte a la campaña social.

- **¿Dónde?** (Where?)

Ciudad de La Antigua Guatemala.

- **¿Cuándo?** (When?)

Segundo semestre del año 2021

- **¿Por qué?** (Why?)

Para concientizar a la población del impacto que tiene la arquitectura en el turismo y por lo tanto en la economía.

- **¿Quién?** (Who?)

Habitantes en la ciudad de La Antigua Guatemala. Estas personas se desarrollan y recorren todos los días las vías públicas de la ciudad, pero principalmente utilizan sus redes sociales.

- **¿Cómo?** (How?)

- Campaña digital, utilizando sus redes sociales como plataforma para tener un mayor alcance a la población y así obtener los resultados deseados.
- Piezas diseñadas principalmente para impresión o bien, post para redes sociales.

## Relaciones forzadas

Antiguo  
colonial  
grietas  
Paseo  
comida  
fotografía  
arquitectura  
cultura  
diversidad  
herencia  
colores  
piedras  
historia  
paisaje  
música  
dulces  
sabor  
chapín  
religión  
volcanes  
montañas  
naturaleza  
barro  
turismo  
fiesta

recreación  
amor  
identidad  
patrimonio  
pueblo  
típico  
restaurantes  
nacional  
inmuebles  
español  
viaje  
calor  
flores  
tiempo  
visita  
bodas  
museos  
iglesias  
mercado  
artesanal  
artesano  
tejidos  
hilos  
traje  
barroco

guatemalteco  
chispudo  
chilero  
ruinas  
catedral  
viejo  
templo  
arte  
simplicidad  
natural  
indígenas  
huipiles  
máscaras  
telas  
entidad  
unión  
comunidad  
cuidar  
sentimiento  
apoyo  
hogar  
exclusivo  
vivienda  
pasado  
calles

- **Amor antiguo**
- **Grietas chileras**
- **Viejas ruinas**
- **Historia colonial**
- **Herencia en el tiempo**
- **Amor a la antigua**
- **Identidad de la comunidad**

# Insight

---

## **“Historia Colonial”**

Las futuras generaciones tienen el deber patrio de preservar Antigua Guatemala, desde su arquitectura hasta su cultura. Cada lugar tiene una historia, pero esta es la historia de un hogar que le pertenece a cada habitante. Cuidar la ciudad también es cultura.

## Mapa de empatía

---

### ¿Qué piensa y siente?

Le preocupa de que manera se verá afectada la economía con el impacto que tiene la arquitectura del lugar. Espera lograr mayores ventas con respecto a sus negocios, ya sea en mercados o desde su hogar. Desea poder seguir generando ingresos por medio de las artesanías que son tan reconocidas.

### ¿Qué ve?

Durante la Semana Santa, época en que la ciudad es muy concurrida por turistas que admiran la majestuosidad de sus procesiones, no sólo de la ciudad sino también de sus alrededores. También se presentan danzas folclóricas como La Conquista o el Venado. Se desarrolla en su mayoría con industrias de tejidos e hilados, productos de madera tallada y pirograbada, muebles, licores, ladrillos refractarios, bloques de cementos, platería, artículos de barro, dulces e instrumentos musicales.

### ¿Qué oye?

Que es una de las ciudades más bellas del país, muchos turistas comentan que la catedral posee un antiguo resplendor, convertida hoy en una de las más maravillosas ruinas románticas de América. Se dice que es la ciudad colonial mejor conservada en América.

### ¿Qué dice y hace?

Platos de raíces ancestrales y mestizas de origen maya que combinan variedad de ingredientes como el cacao, el maíz y el chile. Saben que las tradiciones antiguas se valoran como una cultura viva más allá de la época de Cuaresma, pues muchos permanecen vigentes a lo largo del año.

### Esfuerzos, miedos

Trabajan por salir adelante con su familia, por conservar la arquitectura y la cultura.

Uno de sus miedos es no poder sustentar sus necesidades básicas, la posibilidad de que ocurra un terremoto.

### Resultados, beneficios

Poder obtener mejores ganancias con los productos, comida y artesanías que se dediquen a vender. Apreciar cada uno por la cultura tan rica que posee y de esta manera que se vea reflejado en el turismo.

## **SPICE AND POEMS**

---

**Social** *¿Qué es lo que necesita esta persona de las relaciones a su alrededor?*

**S**

Necesita sentir apoyo de parte del CNPAG para poder seguir desarrollándose de manera positiva, sentir que sus opiniones y puntos de vista son escuchados y resueltos. Tiene la necesidad de salir adelante ya sea por sus propios medios o dentro del trabajo que poseen.

---

**Physical** *¿Qué es lo que esta persona necesita en un nivel práctico y funcional?*

**P**

Necesita espacios disponibles para la venta de sus productos, que sean destinados específicamente con ese propósito. Con el propósito de mantener la economía que genera el turismo.

---

**Identity** *¿Cómo esta persona necesita definirse a sí mismo?*

**I**

Como un persona que respeta a su cultura, historia y todo lo que proviene de ella, así como el cuidado que hacia la arquitectura del lugar. Sentir la conexión que tiene entre el lugar donde vive y su persona, para que de esa manera desee preservar instintivamente su patrimonio cultural arquitectónico.

---

**Communication** *¿Qué información necesita esta persona?*

**C**

Conocer la historia de la ciudad en su máxima expresión para comprender la importancia del cuidado, preservación y conservación de la misma.

---

**Emotional** *¿Qué es lo que esta persona necesita emocional y psicológicamente?*

**E**

Crear el sentimiento de exclusividad que genera el vivir en dicha ciudad, los beneficios que posee y la gran oportunidad de crecimiento que existe gracias a los turistas tanto guatemaltecos como extranjeros.

# P

► **People** *¿Quiénes van a estar en contacto con la experiencia?*

Los habitantes, dueños de propiedades y turistas que visitan La Antigua Guatemala.

---

# O

**Objects** *¿Qué cosas físicas pueden ser creadas?*

Infografías, banners publicitarios y trifoliales con la información obtenida.

---

# E

**Environments** *¿En qué tipo de locación o en qué lugar se pueden llevar a cabo?*

En las calles de la ciudad de La Antigua Guatemala, en su sede central y las páginas oficiales del Consejo Nacional para la Protección de La Antigua Guatemala en sus redes sociales.

---

# M

**Messages & Media** *¿Qué tipo de información puede ser proveída y cómo?*

Información acerca de los beneficios que brinda el Consejo hacia los habitantes, las medidas de prevención sanitarias debido a la reapertura económica por la crisis del Covid-19. Por medio de dicha campaña en los distintos medios, así como lo son las piezas gráficas destinadas a medios digitales y las piezas gráficas destinadas a impresión.

---

# S

**Services** *¿Qué servicios y sistemas de soportes pueden ser ofrecidos?*

Conferencias, testimonios, charlas informativas virtuales.

# Concepto Creativo

## “Herencia a través del tiempo”

La herencia arquitectónica describe el saber acumulado que puede transmitirse de generación en generación y que sirve como fundamento para la campaña de concientización social. En el caso de la arquitectura este saber se encuentra principalmente en la obra que en un pasado realizaron con mucho empeño y que en el presente es digno de orgullo y mucha admiración.

## Premisas de diseño

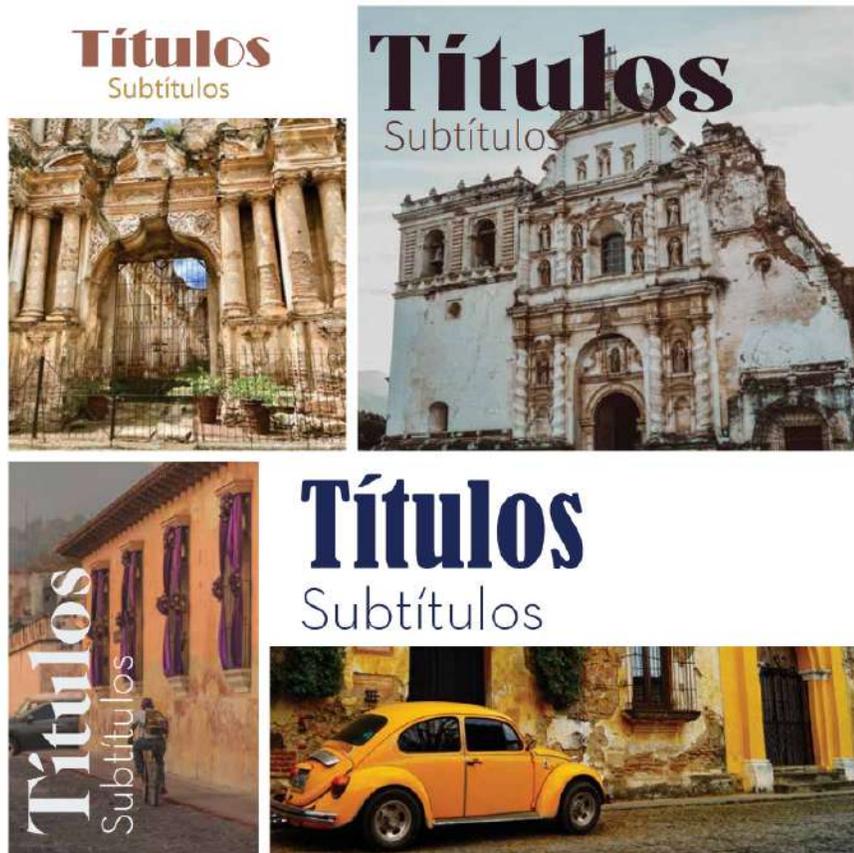


Figura 1: Collage de referencias, elaborado por: Ethel Velásquez. Agosto de 2020.

# Capítulo

# 6

---

En el presente capítulo se detalla de manera gráfica el proceso que conlleva dicha campaña de concientización. Consiste en tres niveles de visualización. Cada apartado muestra los avances pertinentes, las respectivas validaciones, para así llegar al resultado final.



Figura 2: Iglesia del Carmen, elaborado por: Ethel Velásquez. Agosto de 2020.

# Primer nivel de validación

---

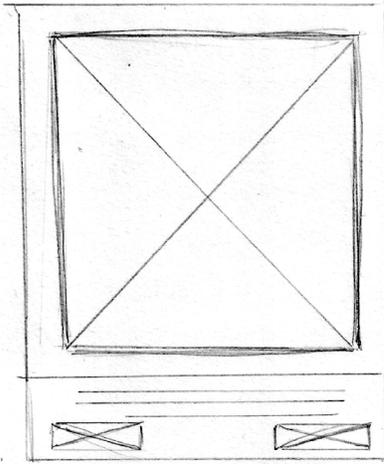
El primer nivel de validación consiste en la fase del proceso de bocetaje de las piezas pertinentes. Se realiza a groso modo, es decir, es elaborado con gráficas en papel y lápiz, luego se realizan pruebas digitalizada, esto para tener ideas más claras acerca del resultado final.



Figura 3: Bocetaje, elaborado por: Ethel Velásquez. Agosto de 2020.

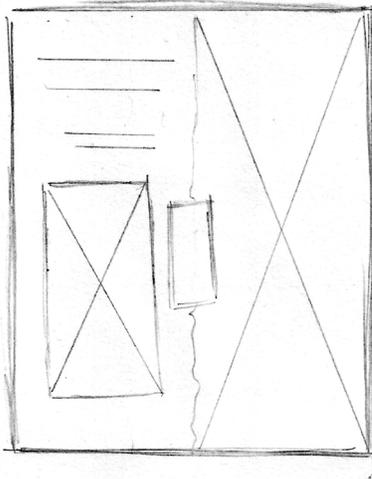
# Proceso de Bocetaje

---



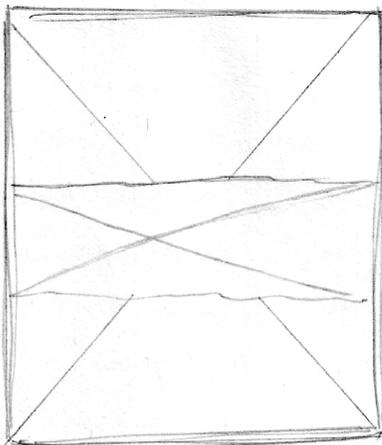
### Primera propuesta

Para empezar se desarrolla la pieza principal con la que se dará inicio la campaña, haciendo uso de la fotografía del edificio arquitectónico como prioridad en el post. Seguido de texto corto donde describa detalles específicos de la ciudad, y por último los logotipos que identifiquen a la institución, a la Universidad San Carlos y la Facultad de Arquitectura.



### Segunda propuesta

Continuando con el post de inicio de campaña, se hace uso de textura simulando papel rasgado y cinta adhesiva, al igual que fotografías de personas adultas, para hacer referencia a la herencia.



### Tercera propuesta

Siguiendo con la misma temática del papel rasgado y la cinta adhesiva se complementa la fotografía de la persona en la parte de en medio, creando expectativa en el usuario al ver que es lo que se revela en el post.

Figura 4: Proceso de bocetaje lineal, elaborado por: Ethel Velásquez.

Agosto de 2020.

# Aplicaciones digitales

## Primer Nivel

---

### Primera propuesta



## Herencia Nuestra



### ¿Por qué visitar Antigua Guatemala?

Por su arte colonial plasmado en la arquitectura, coloridas paredes, bellos trabajos de forja en las ventanas y las numerosas grietas sísmicas.

### Segunda propuesta



Figura 5 y 6: Proceso de bocetaje digital, elaborado por: Ethel Velásquez.  
Agosto de 2020.

### Tercera propuesta



Figura 7: Proceso de bocetaje digital, elaborado por: Ethel Velásquez.  
Agosto de 2020.

# Evaluación

Se procede a realizar una autoevaluación por medio de una matriz de evaluación aplicada a cada propuesta, considerando aspectos como: pertinencia, memorabilidad, legibilidad, diagramación, uso tipográfico, cormático, abstracción, entre otros. De cada propuesta se evalúan 10 aspectos en una escala del 1 al 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta.

## Autoevaluación

Según los resultados de la autoevaluación se establece que la propuesta No.3 se adecúa mejor a los resultados que se desean obtener, integrando la arquitectura con las arrugas de los adultos mayores, esto lograría memorabilidad con los usuarios y así obtener resultados positivos. De igual forma, tomar en cuenta que en la propuesta No. 2 la aplicación del papel rasgado con la cinta adhesiva crea expectativa y genera sensación de antigüedad, haciendo alusión a recuerdos plasmados en papel.

## Heteroevaluación

De igual forma se realiza una heteroevaluación con los compañeros y asesor del 10mo. semestre de Diseño Gráfico del curso Proyecto de Graduación 2, por medio de una reunión en google meet, cuyos comentarios fueron:

- A)** Crear la unión de la arquitectura junto con las arrugas de la gente adulta.
- B)** Generar piezas con más color para representar mejor la Ciudad de Antigua Guatemala.
- C)** Explorar distintas tipografías que generen contraste entre ellas y exista jerarquía visual.
- D)** No hacer uso de demasiado texto en las publicaciones “Llamado a la acción” para lograr captar la atención deseada del usuario.
- E)** Utilizar una textura de rasgado que no se vieran muy “vectorial” ya que no genera la misma textura.
- F)** Cuidar los tipos de letra para que no pierdan legibilidad como es el caso de la tercera propuesta.

# Resultados

---

Gracias a la evaluación se establecen estilos de encuadres fotográficos, se evalúan ciertos aspectos deficientes en las piezas gráficas que componen la presente fase. Por lo que se procede a trabajar en los cambios sugeridos por el asesor y compañeros de aula como también diversos críticos externos para el mejoramiento del mismo.



Figura 8: Iglesia del Carmen, elaborado por: Ethel Velásquez. Agosto de 2020.

# 2

## Segundo nivel de validación

Se procede a realizar los cambios sugeridos como también la asesoría y validación por medio de expertos en diseño gráfico externos a la Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

## Aplicaciones digitales

### Segundo Nivel



### Propuestas

Se procede a trabajar los cambios pertinentes gracias a las observaciones en el primer nivel. Como propuestas para foto de portada de Facebook, implementando de diferente manera los textos, generando jerarquía, al igual que la fotografía implementando unión con las arrugas.

Figura 9, 10 y 11: Proceso de bocetaje digital, 2do nivel de evaluación, elaborado por: Ethel Velásquez. Agosto de 2020

# Resultados

---

Gracias a dicha evaluación se establecen estilo de fotografía, se evalúan ciertos aspectos deficientes en las piezas gráficas que componen la presente fase. Por lo que se procede a trabajar en los cambios sugeridos por el asesor y compañeros de aula como también diversos críticos externos expertos en diseño gráfico para el mejoramiento del mismo.

## Validación con expertos en diseño gráfico

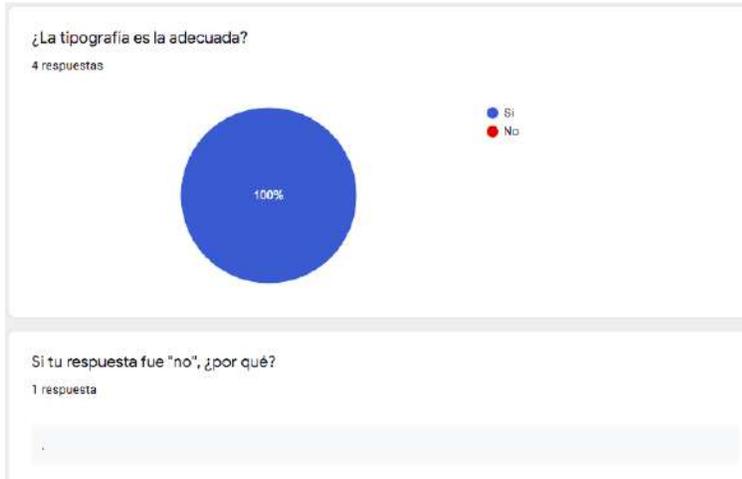
### Gráficas de resultados



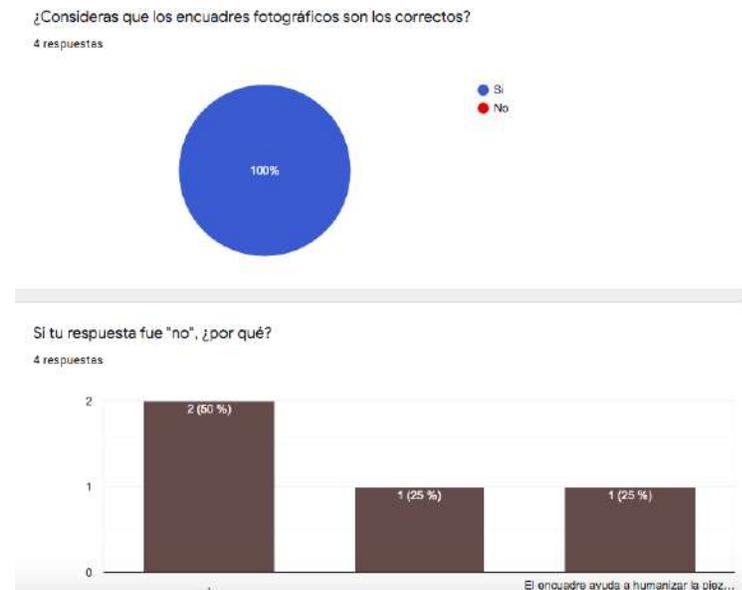
La gráfica representa que la información es clara en su mayoría. Pero puede ser confundida o una persona de tercera edad.



La gráfica representa que los colores presentados están siendo bien utilizados. Solamente se hace la observación con respecto a la luminosidad de la fotografía.



La gráfica representa que el juego tipográfico está siendo utilizado correctamente.



La gráfica representa que los encuadres fotográficos son los correctos con respecto al mensaje que se desea transmitir.

## Comentarios y sugerencias

Escribe tus comentarios y sugerencias.

3 respuestas

Me gustan las propuestas gráficas y la combinaciones de colores.

Considero que debes hacer un mayor enfoque a la arquitectura para que se demuestre que el fin principal es preservarla.

- Me gusta mucho la segunda fotografía, creo que la composición es la que más refleja el Insight.
- El color de texto negro sobre la fotografía de referencia hace que se vea un poco pesado, valdría la pena probar quizá con algún color gris o procurar que la fotografía a utilizar tenga un espacio despejado para que no interfiera con el título.
- Sería interesante analizar aspectos de herencia o antigüedad como periódicos, colores tipo sepia combinados con blanco y negro, artículos que se utilizaban antes y ahora no, para crear alguna composición a base de más elementos y no solo rostros.
- Valdría la pena evaluar que tipo de herencia se esta abordando, porque al ver la composición lo primero que se me viene a la mente es herencia de historias o cultura, pero no sé si es ese el contenido que se estará desarrollando.
- La antigua tiene muchísimos lugares que son históricos y están llenos de historias, quizá se podría implementar algo o agregar eso.

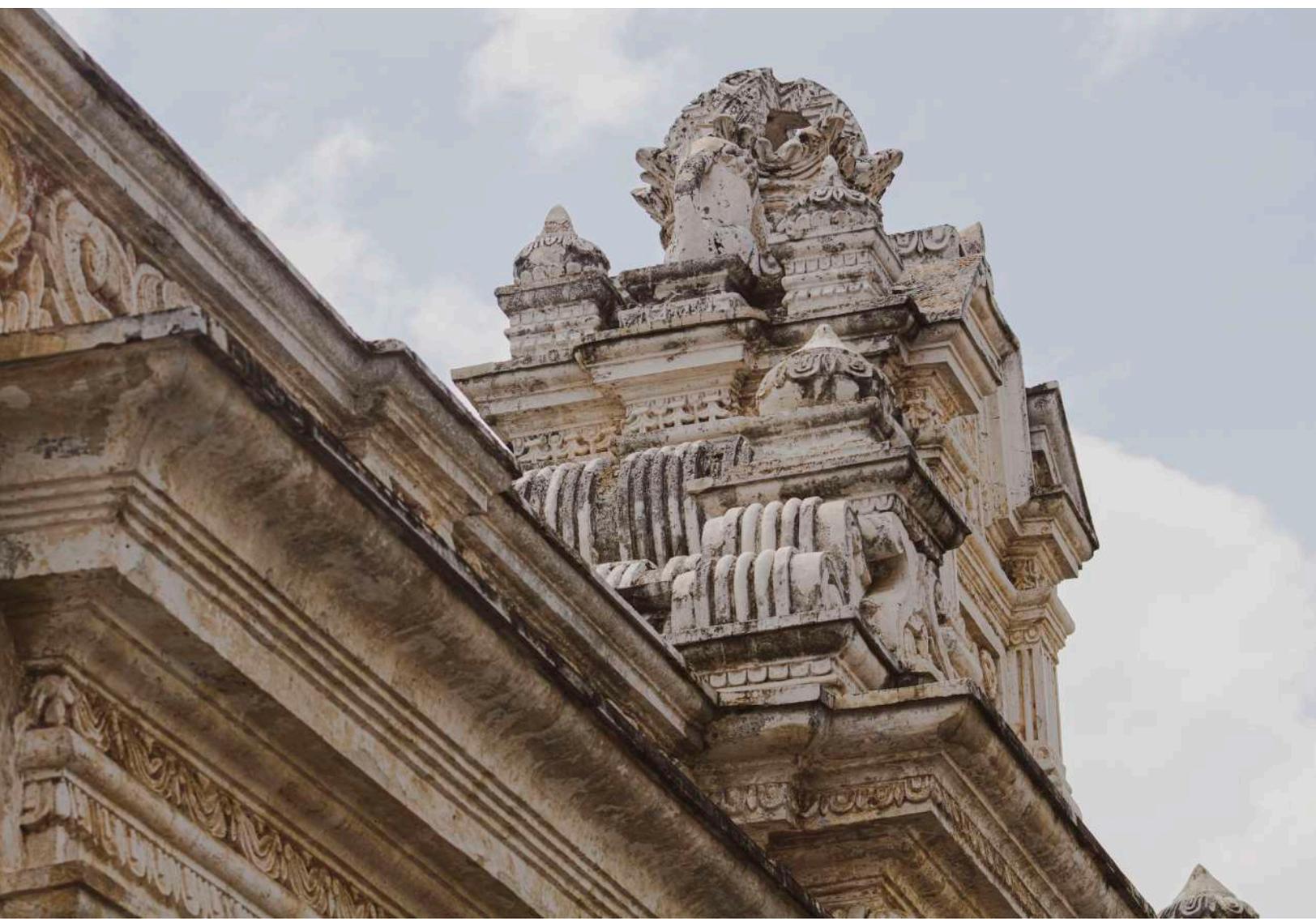
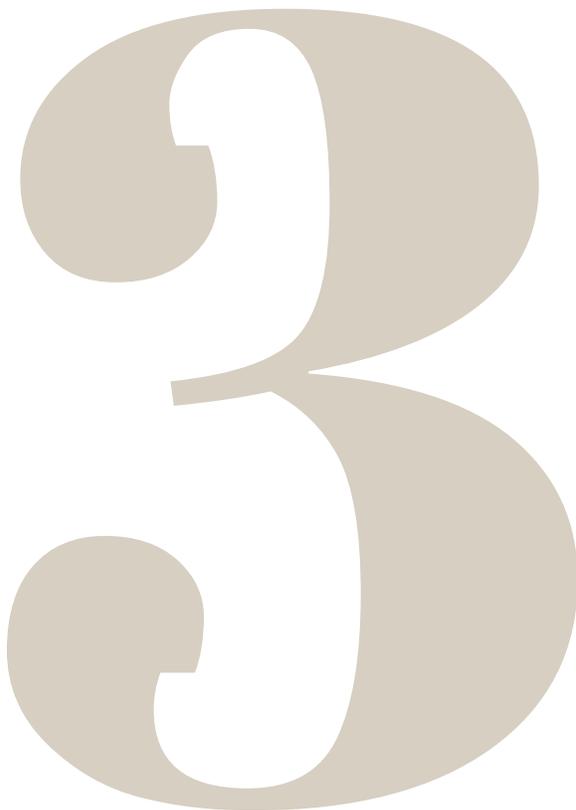


Figura 12: Iglesia del Carmen, elaborado por: Ethel Velásquez. Agosto de 2020.



## Tercer nivel de validación

Por último, se detallan las últimas correcciones obteniendo las piezas finales de los tres proyectos (A, B y C), junto con los mockups, para llevar a cabo el proceso de validación tomando en cuenta el grupo objetivo y la institución para la cual se trabaja dicho proyecto.

# Propuesta Final

---

A continuación se presentan las piezas finales con sus respectivos cambios sugeridos por los compañeros, asesores internos y externos al igual que las aplicaciones en redes sociales según sea el caso o bien, materiales destinados a impresión.

# Producto Final

## Aplicaciones

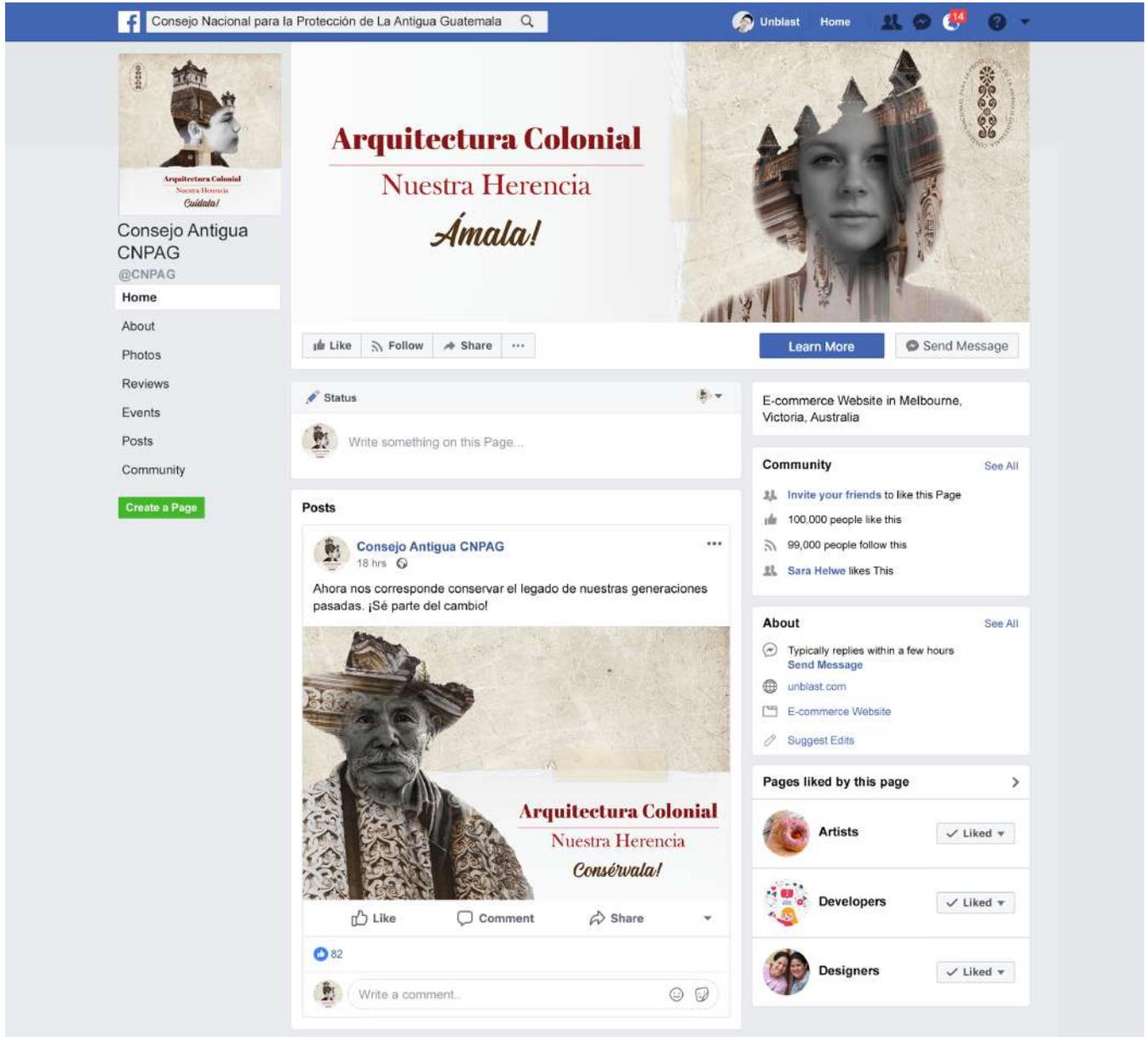


Figura 13: Mockups Facebook, elaborado por: Ethel Velásquez. Septiembre de 2020.

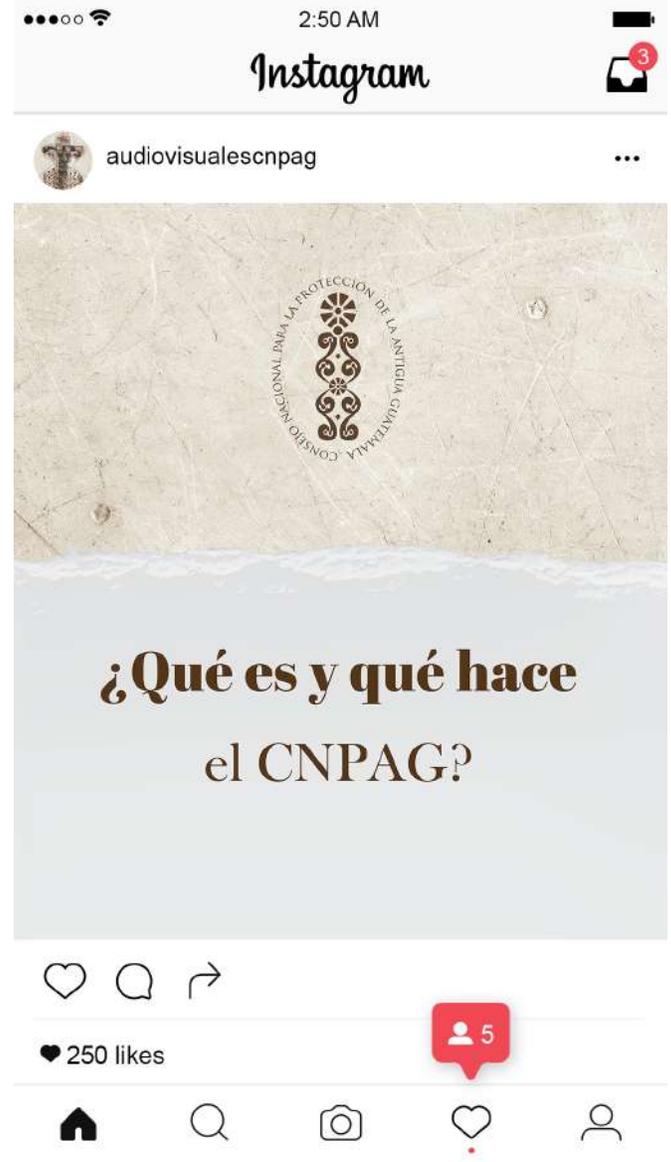
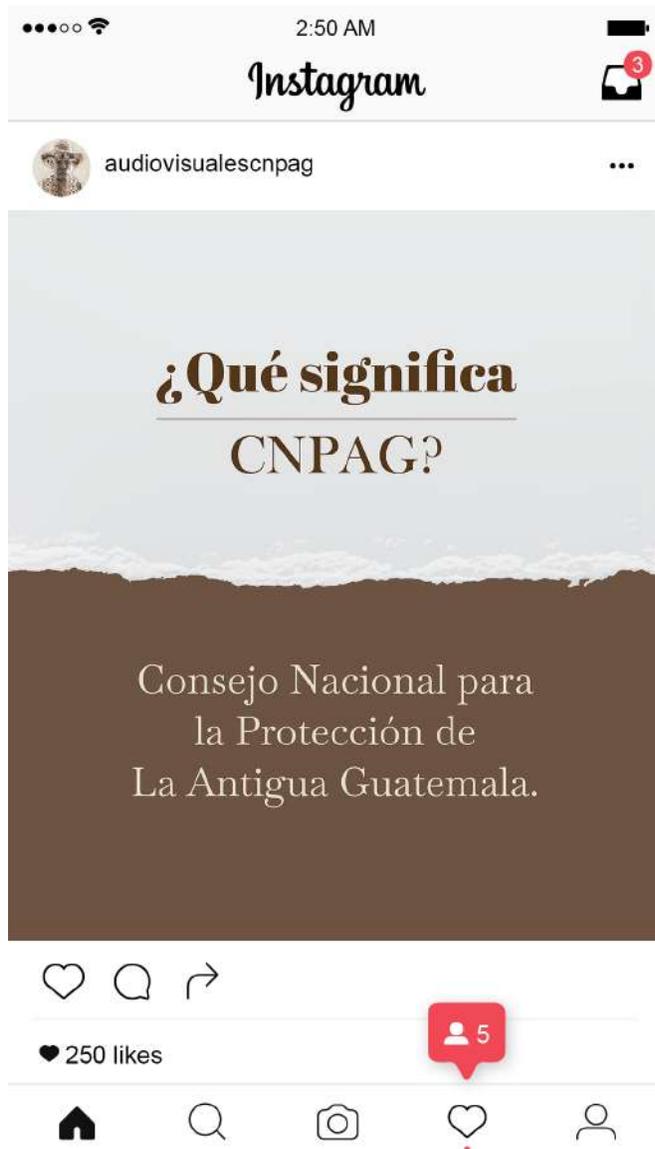
Previsualización de foto de perfil, portada y post principal en la plataforma de Facebook.

## Facebook General



Figura 14: Mockups Facebook, elaborado por: Ethel Velásquez. Septiembre de 2020.

Previsualización de foto de perfil y portada en la plataforma de Facebook móvil.



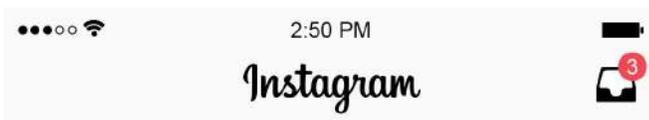
## Post Significado

Previsualización de post informativo A donde se describe la función del Consejo y el significado de sus siglas, con el fin de hacer saber al público de su labor. Los post serán publicados en secuencia.

Figura 15 y 16: Mockups Facebook, elaborado por: Ethel Velásquez. Septiembre de 2020.

## Post Cartilla

Previsualización de post informativo B donde se describe la correcta utilización y aplicación de la pintura para las viviendas en la Ciudad. Los post serán publicados en secuencia.



audiovisualescnpag



- Mezclar 1 libra de pintura por 1 libra de cal, 1 galón de agua pura y 1/8 de Concretex.
- Si se aplica sobre un color oscuro, será necesario fondear antes con cal, aplicar dos manos de pintura.

### Rendimiento aproximado:

10 metros por galón según la tonalidad y el color.

*\*Puede variar según la tonalidad y color del fabricante\**



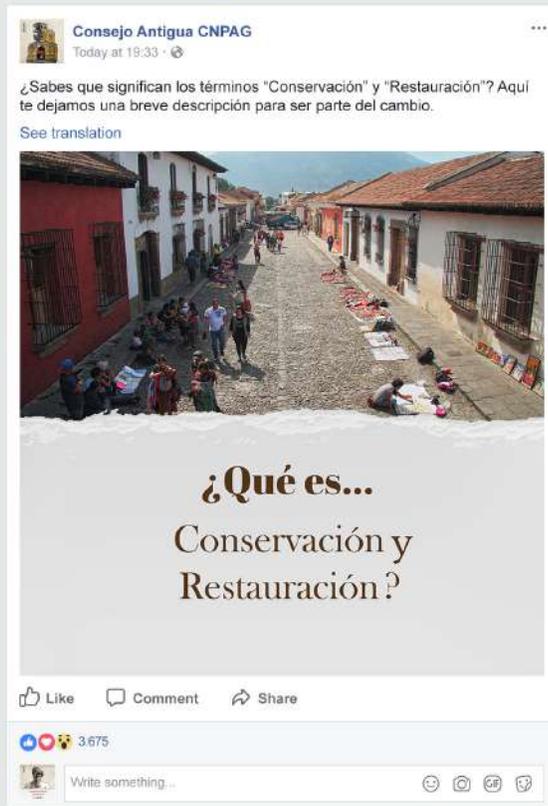
250 likes



250 likes



Figura 17 y 18: Mockups Facebook, elaborado por: Ethel Velásquez. Septiembre de 2020.



## Post Definiciones

Previsualización de post informativo A donde se describe la función del Consejo y el significado de sus siglas, con el fin de hacer saber al público de su labor. Los post serán publicados en secuencia.



Figura 19 y 20: Mockups Facebook, elaborado por: Ethel Velásquez. Septiembre de 2020.

## Post Frases

Previsualización de post de continuidad A con el fin de darle seguimiento al contenido de la campaña. Los post serán publicados en secuencia e intercalados con la demás información, consta de 12 post.

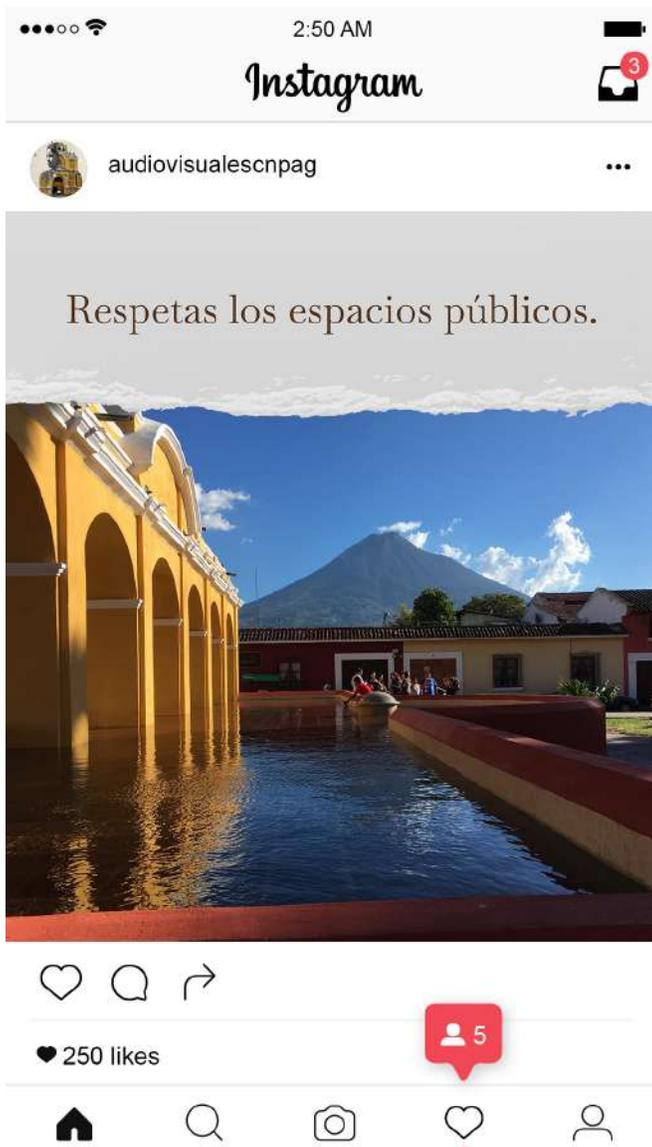
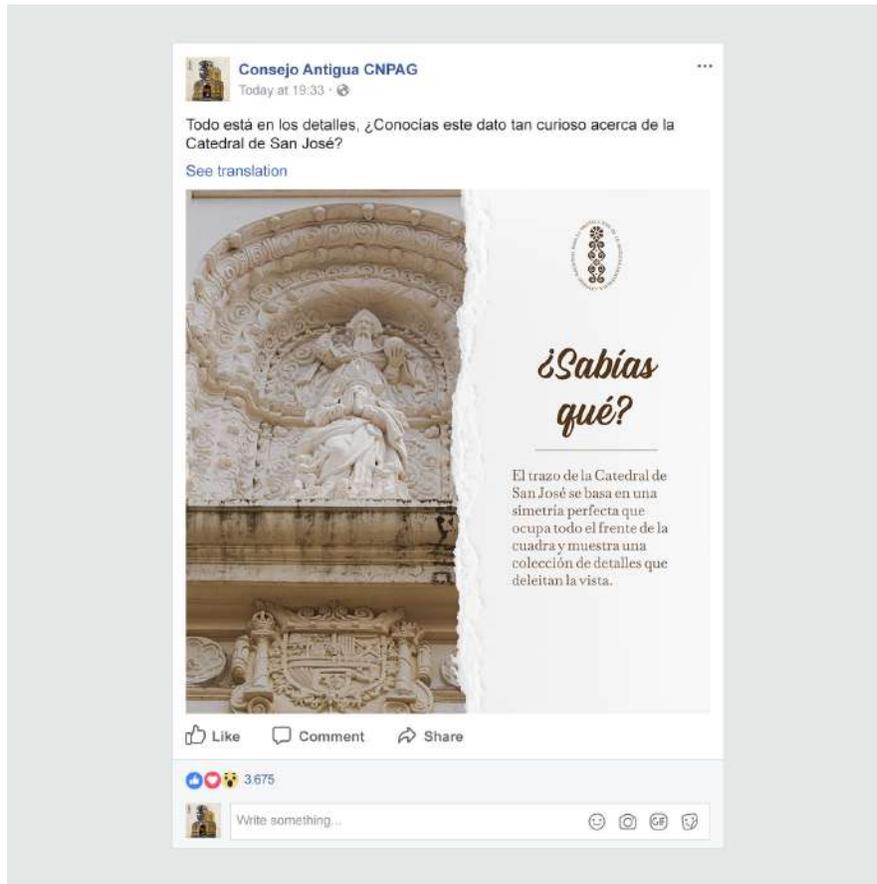


Figura 21 y 22: Mockups Facebook, elaborado por: Ethel Velásquez. Septiembre de 2020.



## Post ¿Sabías qué?

Previsualización de post de continuidad B con el fin de darle seguimiento al contenido de la campaña y generar interacción con el usuario. Los post serán publicados en secuencia e intercalados con la demás información.

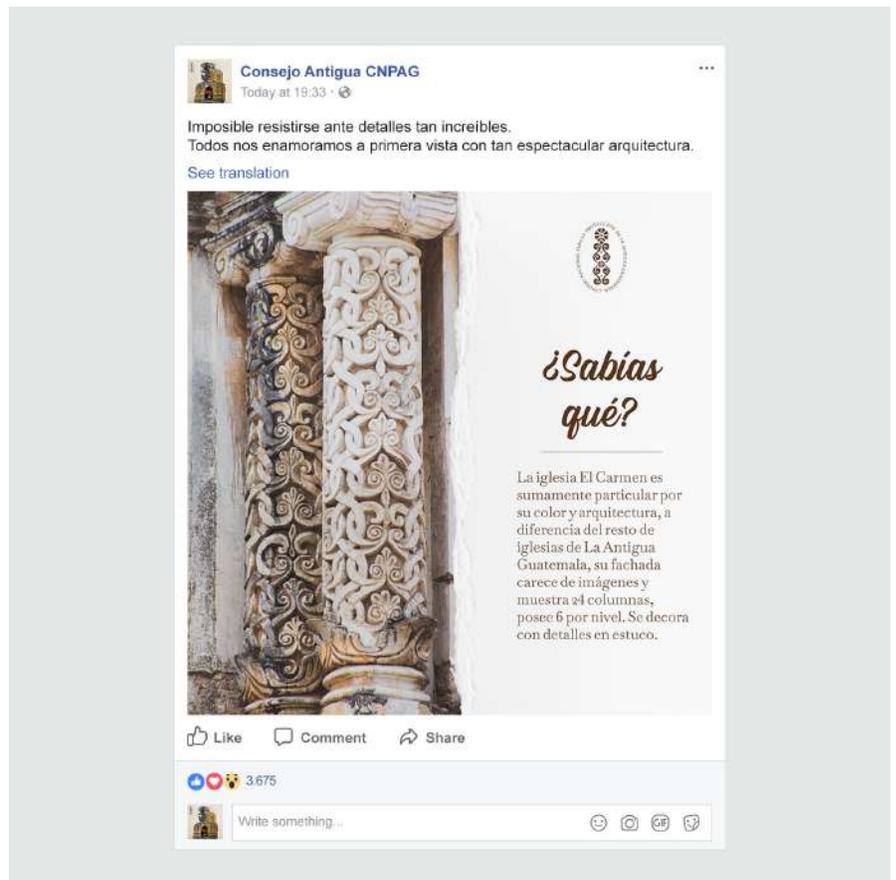


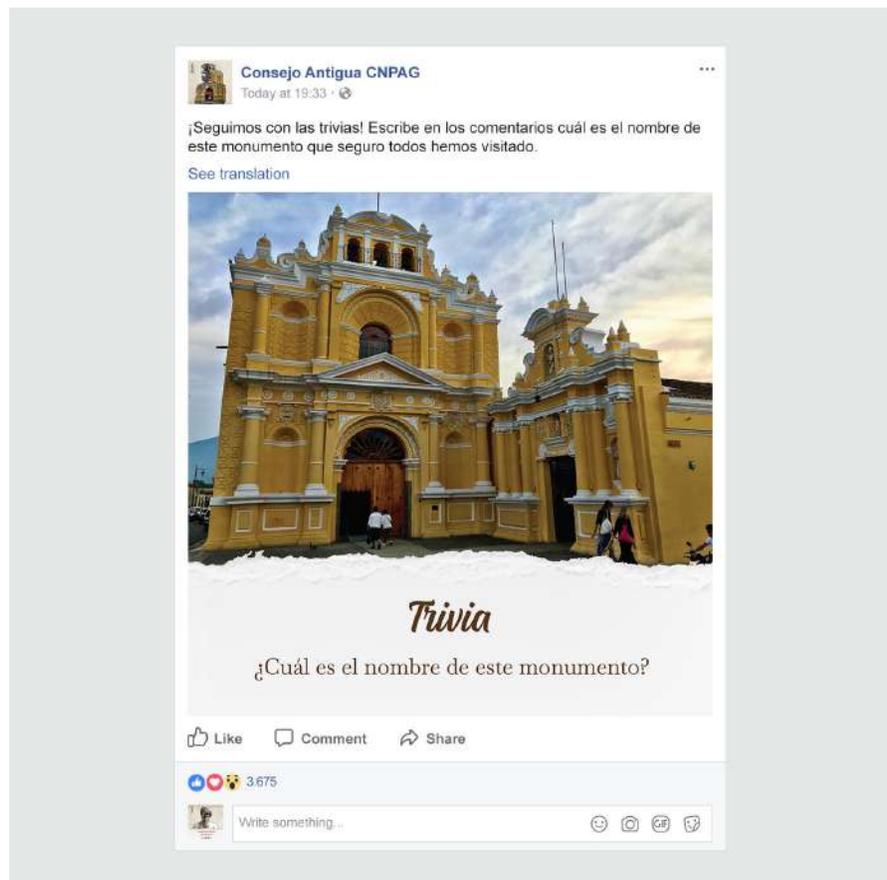
Figura 23 y 24: Mockups Facebook, elaborado por: Ethel Velásquez. Septiembre de 2020.



Figura 25 y 26: Mockups Facebook, elaborado por: Ethel Velásquez. Septiembre de 2020.

Previsualización de post de continuidad C con el fin de darle seguimiento al contenido de la campaña y generar interacción con el usuario. Los post serán publicados en secuencia e intercalados con la demás información.

## Post Trivias



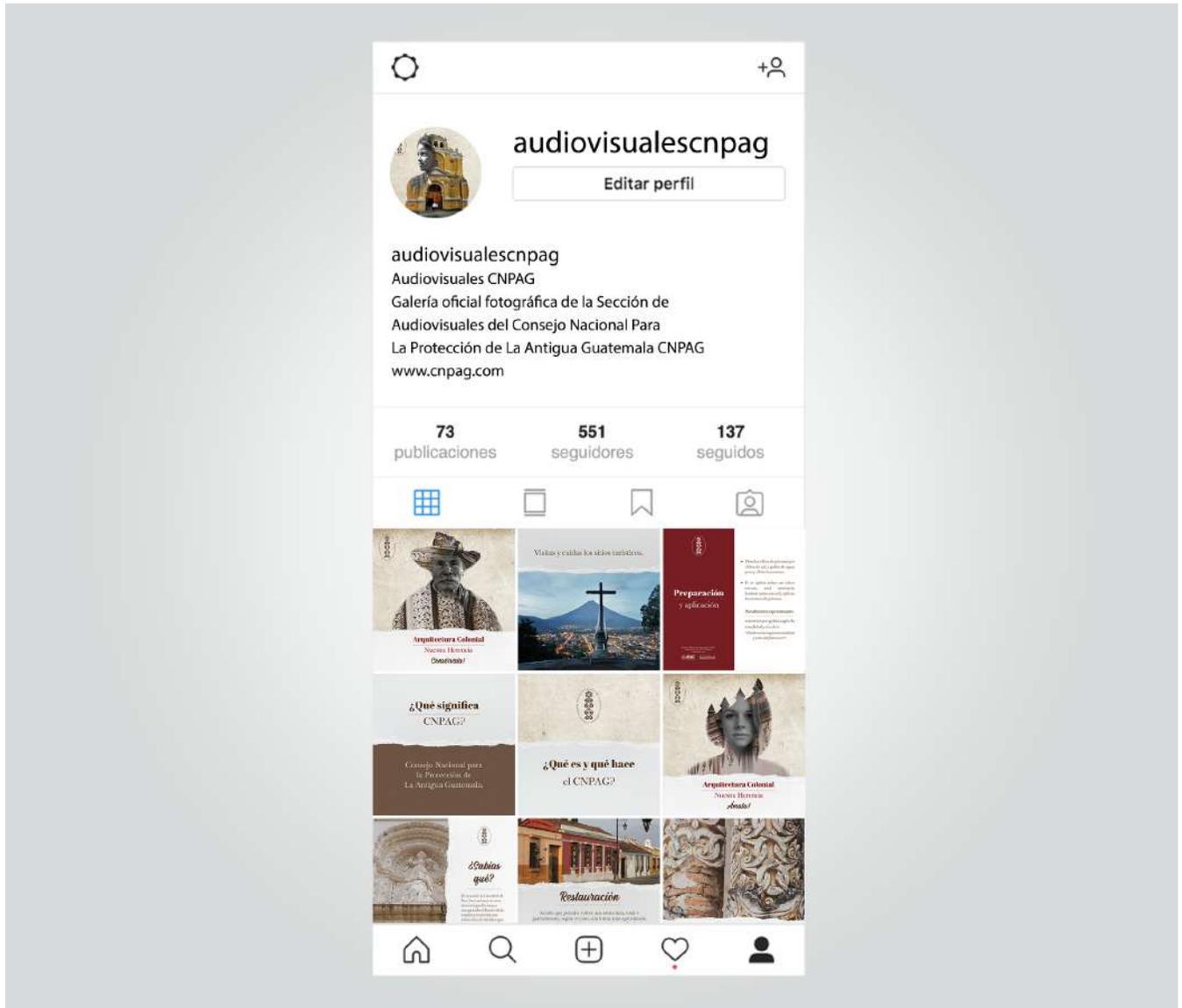


Figura 27: Mockups Instagram, elaborado por: Ethel Velásquez. Septiembre de 2020.

Previsualización de los diferentes tipos de post en la plataforma de Instagram, el contenido es igual para ambas redes sociales.

## Instagram General

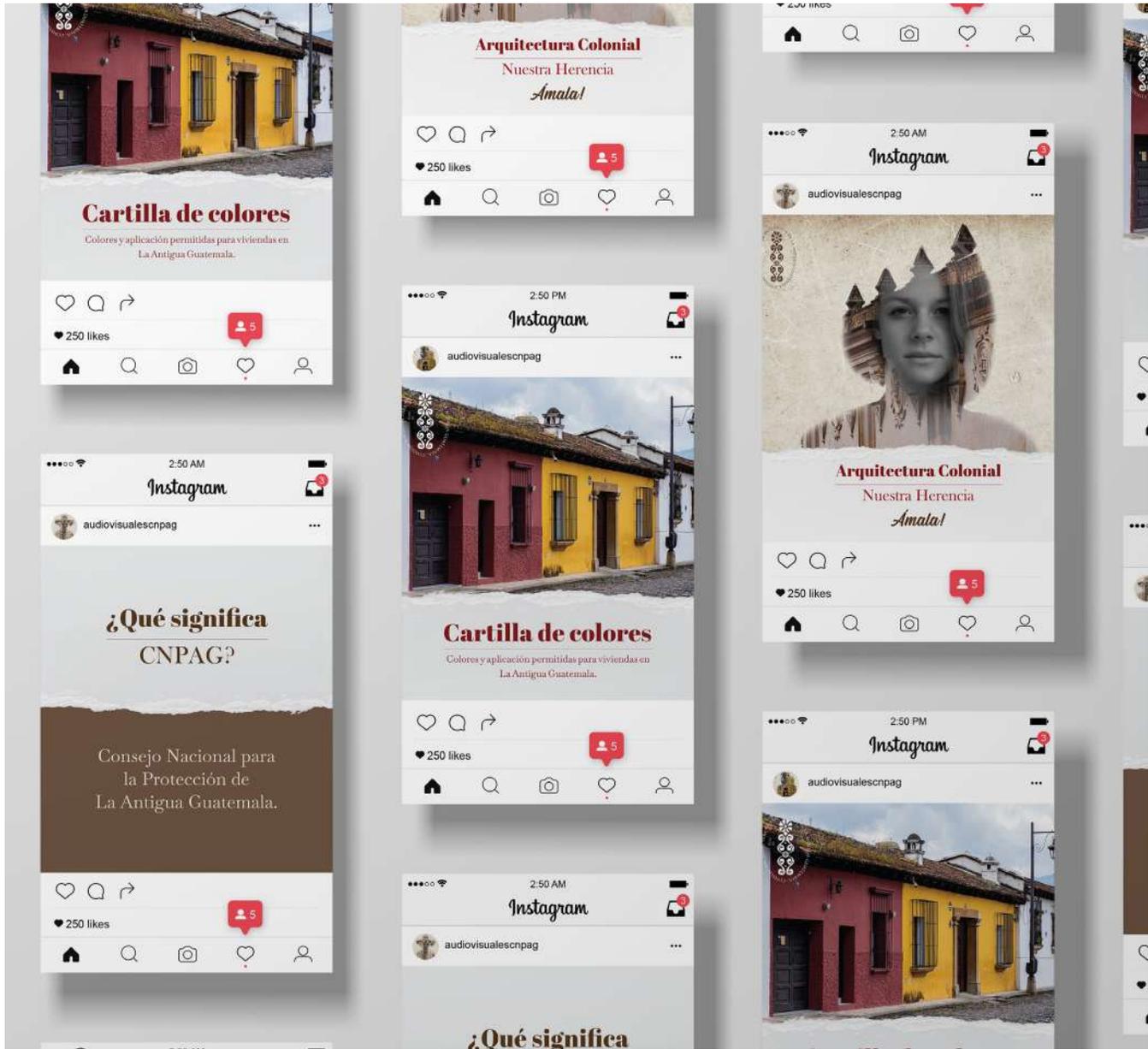


Figura 28: Mockups Instagram, elaborado por: Ethel Velásquez. Septiembre de 2020.



Figura 29: Mockups Instagram, elaborado por: Ethel Velásquez.  
Septiembre de 2020.

---

Previsualización de las historias de contenido en  
la plataforma de Instagram.



Figura 30: Mockups Infografías, elaborado por: Ethel Velásquez. Septiembre de 2020.

Continuación de la campaña de concientización por medio de infografías temáticas en módulos destinados a impresión, consta de 6 enfocadas en distintos temas.

## Infografía



Figura 31: Mockups Infografías, elaborado por: Ethel Velásquez. Septiembre de 2020.



Figura 32 y 33: Mockups Trifoliar, elaborado por: Ethel Velásquez. Septiembre de 2020.

Continuación de la campaña de concientización por medio de tres folletos destinados a impresión.

## Trifoliales



# Resultados

---

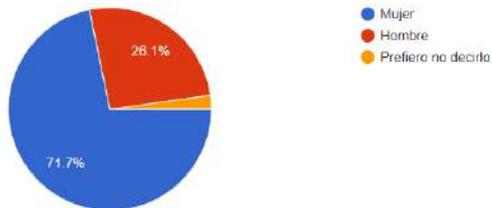
En la etapa final se establecen tipografías, colores, fotografías, composiciones y demás. Para la aplicación de artes en los diferentes aspectos planteados para dicha campaña.

## Interpretación de resultados

### General

#### Género

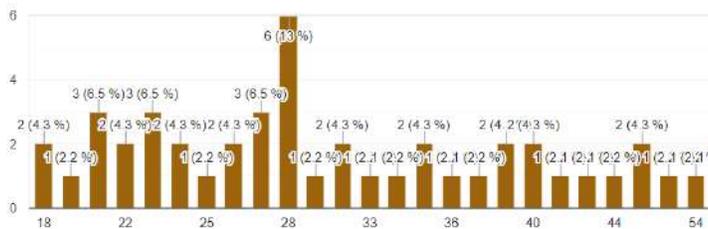
46 respuestas



De 46 personas que respondieron a la encuesta se puede determinar que el 71.7% de respuesta se obtuvo de población femenina, el 26.1% lo responde el género masculino dejando un porcentaje menor para las personas que prefieren no decirlo. La gráfica representa que la mayoría de encuestados son mujeres, en menor cantidad son hombres y un porcentaje reducido prefiere no decir a que género pertenecen.

#### Edad (sólo número)

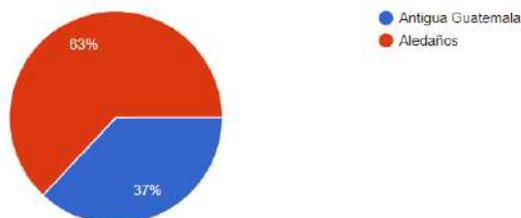
46 respuestas



En esta gráfica se representa que la población que respondió a la encuesta está en un rango de edad de los 18 años a los 54 años, teniendo un porcentaje mayor de respuesta en personas con 28 años de edad.

#### Residencia

46 respuestas

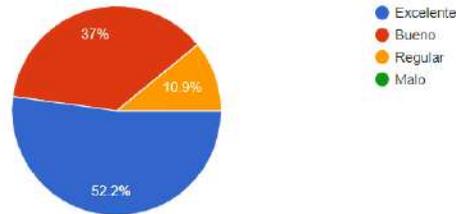


De los encuestados el 63% de respuesta se obtuvo de personas que residen en los aledaños de la ciudad de La Antigua Guatemala y el 37% de respuesta se obtuvo de los residentes de la misma.

Aspectos Gráficos

¿Los colores representan antigüedad y seriedad?

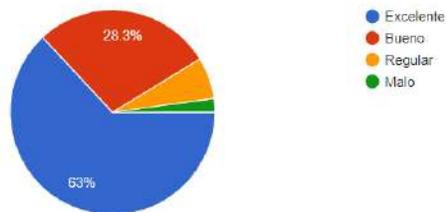
46 respuestas



De acuerdo a la pregunta: ¿los colores representan seriedad? Se puede observar que para el 52.2% de la población encuestada el uso de los colores esta en un rango “excelente”. El 37% de respuesta se obtuvo en rango “bueno” para dejar el 10.9% restante en una respuesta “regular”.

¿El tipo de letra para los titulos es legible?

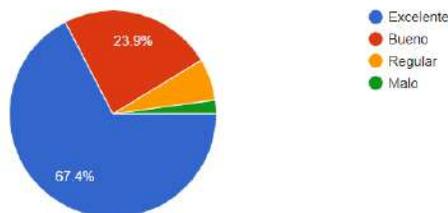
46 respuestas



Según la respuesta de los encuestados ante la pregunta ¿El tipo de letra para los titulos es legible? el 63% de la población, da una respuesta “excelente” siendo el 58.5% una respuesta “buena” dejando el porcentaje restante para respuesta regular o mala.

¿El tipo de letra para los subtítulos y contenido es legible?

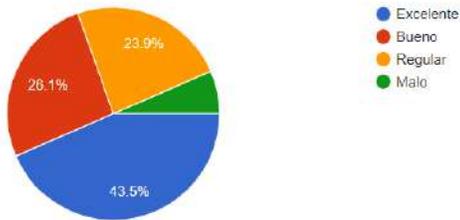
46 respuestas



Según la respuesta de los encuestados ante la pregunta ¿El tipo de letra para los subtítulos y contenido es legible? el 87.4% de la población, da una respuesta “excelente” para el 23% una respuesta “buena” dejando el porcentaje restante para respuesta regular o mala.

¿El tipo de letra para el lema es legible?

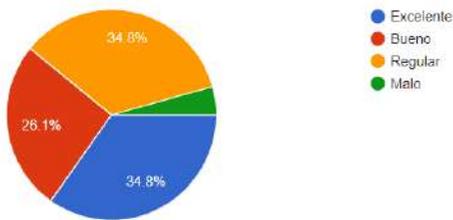
46 respuestas



Según la respuesta de los encuestados ante la pregunta ¿El tipo de letra para el lema es legible? el 43.5% de la población, da una respuesta “excelente” siendo menos de la mitad de personas encuestadas, el 28.1% una respuesta “buena” dejando el porcentaje del 21% restante para respuesta regular. Por lo que se procede a realizar los respectivos cambios.

¿Los tipos letra combinan entre si?

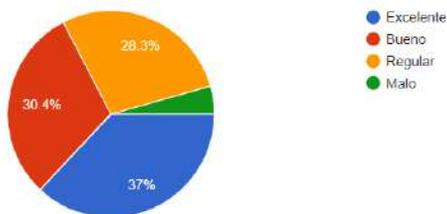
46 respuestas



Según la respuesta de los encuestados ante la pregunta ¿Los tipos de letra combinan? un porcentaje del 34.8% de la población, da una respuesta “excelente” teniendo el mismo resultado de respuesta “regular” encuestadas, el 26.1% una respuesta “buena” dejando el porcentaje restante para respuesta mala.

¿Cómo considera la integración de las personas con la arquitectura?

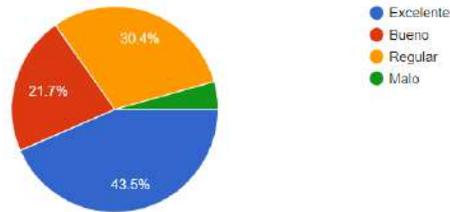
46 respuestas



Según la respuesta de los encuestados ante la pregunta ¿Cómo considera la integración de las personas con la arquitectura? el 37% de la población, da una respuesta “excelente” el 30% una respuesta “buena” dejando el porcentaje restante de 28% da respuesta “regular”.

¿Cómo considera la integración de los elementos?

46 respuestas

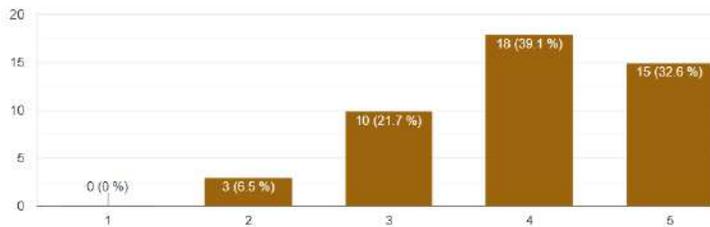


Según la respuesta de los encuestados ante la pregunta ¿Cómo considera la integración de los elementos? el 43.5% de la población, da una respuesta “excelente” obteniendo respuesta “buena” del 21.7% dejando el porcentaje restante de 30.4% para respuesta regular o mala.

Aplicación de las piezas

Facebook, ¿el contenido se integra entre sí?

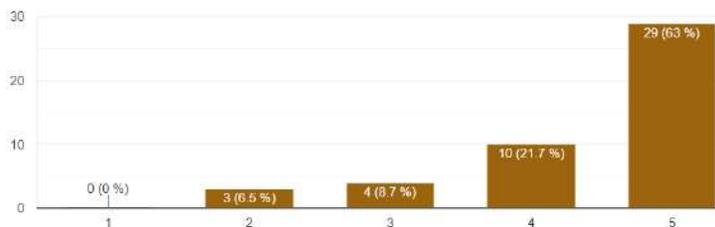
46 respuestas



La gráfica representa la acertividad de la aplicación de las piezas gráficas en mockups para la plataforma de Facebook, obteniendo resultados positivos (bueno) para un 39.1% de la población encuestada. Dejando 32.6% de respuesta excelente.

Instagram ¿El contenido se integra entre sí?

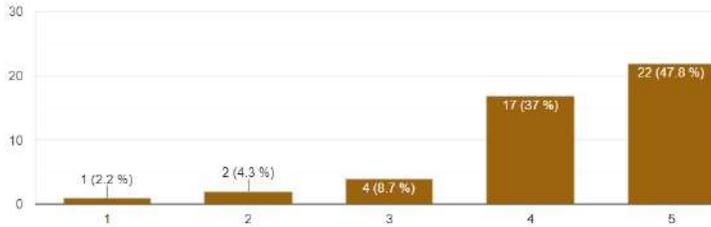
46 respuestas



La gráfica representa la acertividad de la aplicación de las piezas gráficas en mockups para la plataforma de Instagram, obteniendo resultados excelentes en un 63% de la población encuestada.

Trifoliar ¿El contenido se integra entre sí?

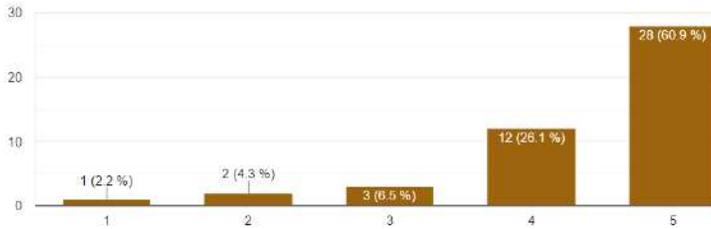
46 respuestas



La gráfica representa la acertividad de la aplicación de las piezas gráficas en mockups para los trifoliales, obteniendo resultados buenos en un 47.8% ante la población encuestada.

Trifoliar ¿El contenido se integra entre sí?

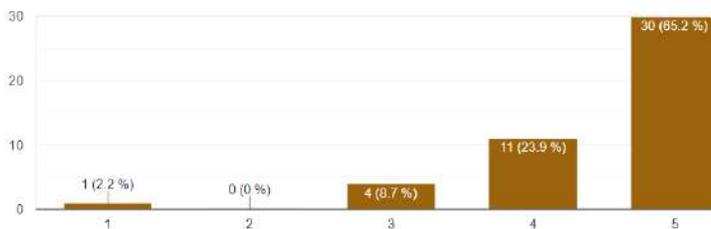
46 respuestas



La gráfica representa la acertividad de la aplicación de las piezas gráficas en mockups para los trifoliales, obteniendo resultados positivos en un 60.9% para la población encuestada.

Infografía ¿El contenido se integra entre sí?

46 respuestas



La gráfica representa la acertividad de la aplicación de las piezas gráficas en mockups para las infografías, obteniendo resultados positivos en un 65.2% para la población encuestada.

# Resultados

---

Gracias a dicha evaluación, los comentarios realizados por compañeros y asesores, se establecen los últimos cambios en las piezas gráficas para proceder a trabajar los artes finales y hacer la entrega oficial de las mismas.



# **Justificación técnica**

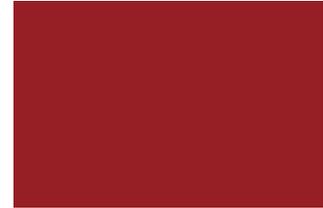
---

## Código cromático

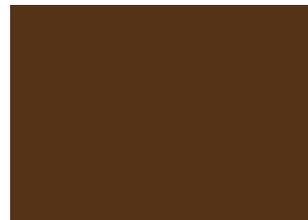
La selección de los colores se basa, principalmente, en los colores institucionales para generar armonía junto con lapágina web oficial, adicinales para reforzar el concepto se implementan los colores “tierra” haciendo, complemento con la arquitectura, estructuras, antigüedad y seriedad. No presentan ningún tipo de modificación, ya sea en saturación y opacidad, únicamente se varía la tonalidad para crear contrastes de colores junto con armonía en las piezas diseñadas.



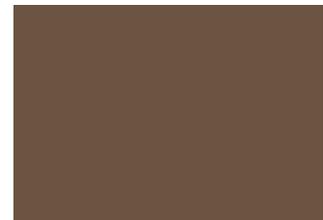
**R:** 117% **C:** 32%  
**G:** 31% **M:** 94%  
**B:** 33% **Y:** 84%  
**K:** 41%  
**#**751f21



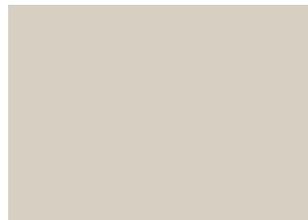
**R:** 150% **C:** 26%  
**G:** 31% **M:** 98%  
**B:** 38% **Y:** 91%  
**K:** 24%  
**#**961f26



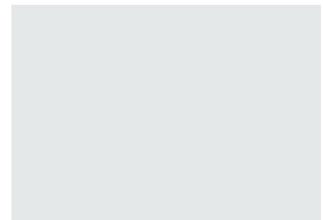
**R:** 84% **C:** 45%  
**G:** 51% **M:** 69%  
**B:** 23% **Y:** 90%  
**K:** 50%  
**#**543317



**R:** 107% **C:** 48%  
**G:** 84% **M:** 58%  
**B:** 66% **Y:** 70%  
**K:** 33%  
**#**6b5442



**R:** 214% **C:** 15%  
**G:** 207% **M:** 15%  
**B:** 194% **Y:** 22%  
**K:** 0%  
**#**d6cfc2



**R:** 229% **C:** 9%  
**G:** 232% **M:** 5%  
**B:** 232% **Y:** 6%  
**K:** 0%  
**#**e5e8e8

Figura 34: Columna Iglesia del Carmen, elaborado por: Ethel Velásquez. Agosto de 2020.

## Código tipográfico

Selección de fuente con Serif gruesa (Abril Fatface Regular) en titulares, generando seriedad y fuerza. Como contraste de titulares y subtulares, se utiliza una fuente serif delgada (Baskerville Regular) para garantizar legibilidad y jerarquía visual en cuanto a tamaño, variantes y peso.

Adicionalmente, el lema principal es utilizado por una fuente manuscrita (Michland) para crear mayor contraste y jerarquía entre el título principal de la campaña y lema.

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

**Abril Fatface Regular**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnñopqrst uvwxyz  
 1234567890

**Baskerville Regular**

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz*  
*1234567890*

**Michland**

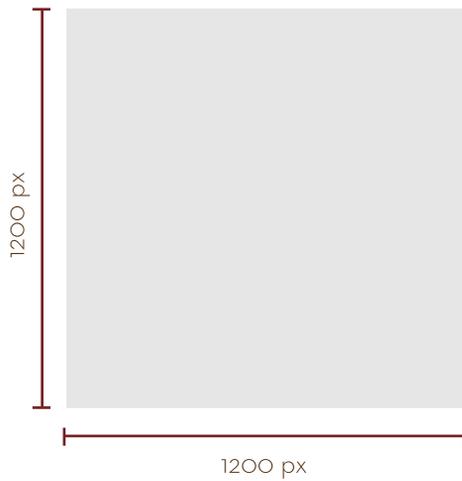
## Código icónico / visual

Los encuadres fotográficos utilizados son en primer plano, destacando los detalles en la arquitectura, complementando el insight y concepto. En la mayoría de los casos, de igual forma es necesaria la toma de fotografías en plano general para apreciar de mejor forma la pieza arquitectónica que se desea mostrar. Con respecto al tratamiento fotográfico, se hace uso de la doble exposición, creando unidad gráfica entre las personas adultas y la arquitectura, de esta manera, se integran ambas partes para hacer referencia a la herencia que han dejado a lo largo del tiempo.



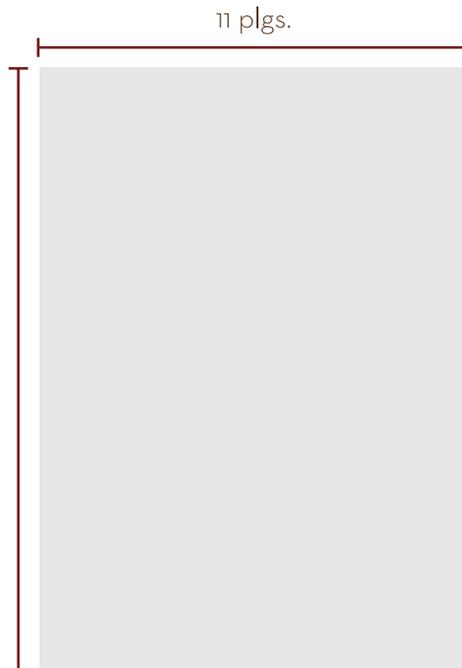
Figura 35: Fotomontaje, elaborado por: Ethel Velásquez. Agosto de 2020.

Figura 36 y 37: Iglesia del Carmen, elaborado por: Ethel Velásquez. Agosto de 2020.

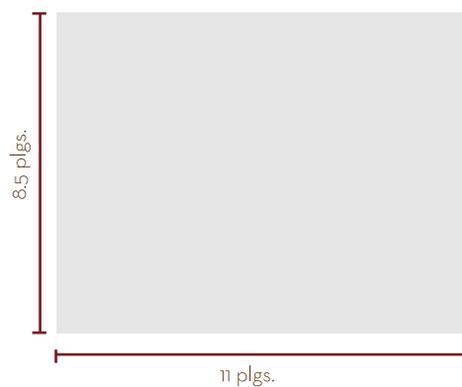


## Formato

En el caso de los post para redes sociales, sea para Facebook o Instagram, están trabajadas a medida, varía dependiendo de la pieza gráfica a diseñada, ya que cada una cuenta con distinto tamaño. Según sea la aplicación que se le dará.



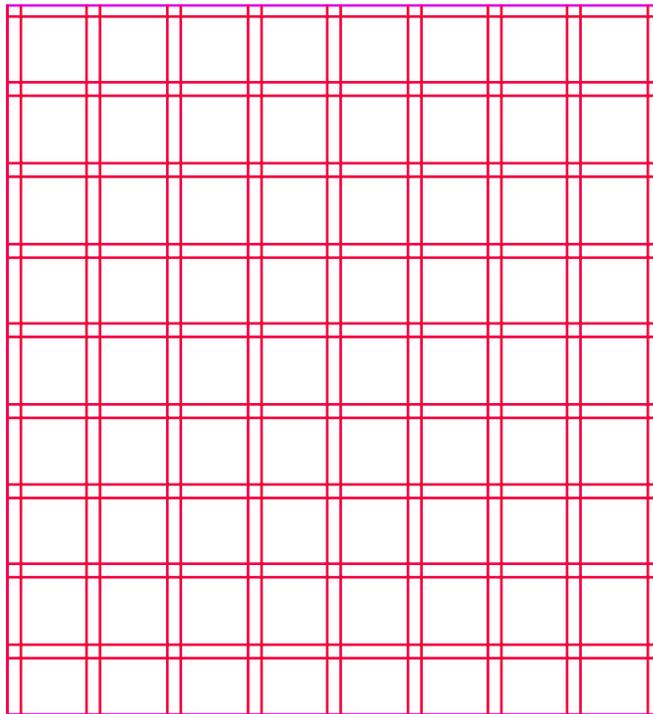
En el caso de las infografías se evaluó el formato 11x17" que es el más común para infografías, pues facilita la visualización al público.



Para los trifoliales se trabaja en tamaño carta 8.5x11", siendo accesible al momento de impresión al igual que facilitando al usuario la lectura al momento de obtener la información.

## Retícula

Para todas las piezas se utiliza una retícula modular, que consta de 6 columnas y 9 filas, es más compleja pero gracias a su menor división del espacio permite dar más flexibilidad, movilidad y creatividad a los elementos dentro del espacio porque se hace uso de diversos materiales dentro de las mismas. Otorga la misma importancia a ambas partes del contenido.



# Honorarios

---

## Presupuesto Proyecto A

Costos Fijos	Costo por hora	Horas	Total
Agua	Q 0.15	400 hrs.	Q 60
Luz	Q 0.45	400 hrs.	Q 180
Internet	Q 0.48	400 hrs.	Q 192
Teléfono	Q 0.30	10 hrs.	Q 3
Costos Variables			
Insumos de diseño gráfico	Q 240		Q 240
Recolección de información e investigación	Q 50	120 hrs.	Q 6,000
Toma de fotografías y retoque	Q 50	100 hrs.	Q 5,000
Transporte y viáticos de viaje a Antigua Guatemala	Q 50	6 hrs.	Q 300
Equipo técnico y suministros	Q 4	400 hrs.	Q 6,000
Otros costos variables	Q 500		Q 500
Proceso de Diseño			
Diagnóstico	Q 50	60 hrs.	Q 3,000
Elaboración del plan operativo	Q 50	40 hrs.	Q 2,000
Elaboración del Brief	Q 50	16 hrs.	Q 800
Elaboración de Insight y Concepto Creativo	Q 50	20 hrs.	Q 1,000
Bocetaje	Q 50	40 hrs.	Q 1,500
Digitalización	Q 50	100 hrs.	Q 5,000
Validaciones (tres niveles de validación)	Q 50	60 hrs.	Q 3,000
Elaboración de propuestas finales de diseño	Q 50	20 hrs.	Q 1,000
Adaptaciones	Q 50	10 hrs.	Q 500
TOTAL			Q 36,275

Datos basados en la media del costo mensual y por hora del servicio profesional del Diseñador Gráfico Senior. La media es equivalente a Q8,000.00 por lo que el costo por hora es de Q50.00

**Nota:** El precio total de este proyecto es una donación por parte de la estudiante Ethel Ileana Velásquez Pineda, la planificación pertenece al proyecto de graduación para conferirle el título de Licenciada en Diseño Gráfico por parte de la Universidad San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico.

## Presupuesto Proyecto B

Costos Fijos	Costo por hora	Horas	Total
Agua	Q 0.15	300 hrs.	Q 45
Luz	Q 0.45	300 hrs.	Q 135
Internet	Q 0.48	300 hrs.	Q 144
Teléfono	Q 0.30	10 hrs.	Q 3
<b>Costos Variables</b>			
Insumos de diseño gráfico	Q 140		Q 140
Recolección de información e investigación	Q 50	100 hrs.	Q 5,000
Toma de fotografías y retoque	Q 50	90 hrs.	Q 4,500
Transporte y viáticos de viaje a Antigua Guatemala	Q 50	6 hrs.	Q 300
Equipo técnico y suministros	Q 4	200 hrs.	Q 800
Otros costos variables	Q 300		Q 300
<b>Proceso de Diseño</b>			
Diagnóstico	Q 50	60 hrs.	Q 3,000
Elaboración del plan operativo	Q 50	40 hrs.	Q 2,000
Bocetaje	Q 50	30 hrs.	Q 1,500
Digitalización	Q 50	90 hrs.	Q 4,500
Elaboración de propuestas finales de diseño	Q 50	9 hrs.	Q 450
Adaptaciones	Q 50	5 hrs.	Q 250
<b>TOTAL</b>			<b>Q 23,067</b>

Datos basados en la media del costo mensual y por hora del servicio profesional del Diseñador Gráfico Senior. La media es equivalente a Q8,000.00 por lo que el costo por hora es de Q50.00

**Nota:** El precio total de este proyecto es una donación por parte de la estudiante Ethel Ileana Velásquez Pineda, la planificación pertenece al proyecto de graduación para conferirle el título de Licenciada en Diseño Gráfico por parte de la Universidad San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico.

## Presupuesto Proyecto C

Costos Fijos	Costo por hora	Horas	Total
Agua	Q 0.15	100 hrs.	Q 15
Luz	Q 0.45	100 hrs.	Q 45
Internet	Q 0.48	100 hrs.	Q 48
Teléfono	Q 0.30	5 hrs.	Q 1.5
Costos Variables			
Insumos de diseño gráfico	Q 50		Q 50
Recolección de información e investigación	Q 50	50 hrs.	Q 2,500
Toma de fotografías y retoque	Q 50	50 hrs.	Q 2,500
Transporte y viáticos de viaje a Antigua Guatemala	Q 50	6 hrs.	Q 300
Equipo técnico y suministros	Q 4	100 hrs.	Q 400
Otros costos variables	Q 100		Q 100
Proceso de Diseño			
Diagnóstico	Q 50	40 hrs.	Q 2,000
Elaboración del plan operativo	Q 50	40 hrs.	Q 2,000
Bocetaje	Q 50	10 hrs.	Q 500
Digitalización	Q 50	50 hrs.	Q 2,500
Elaboración de propuestas finales de diseño	Q 50	5 hrs.	Q 250
Adaptaciones	Q 50	3 hrs.	Q 150
TOTAL			Q 13,359.5

Datos basados en la media del costo mensual y por hora del servicio profesional del Diseñador Gráfico Senior. La media es equivalente a Q8,000.00 por lo que el costo por hora es de Q50.00

**Nota:** El precio total de este proyecto es una donación por parte de la estudiante Ethel Ileana Velásquez Pineda, la planificación pertenece al proyecto de graduación para conferirle el título de Licenciada en Diseño Gráfico por parte de la Universidad San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico.

# Capítulo

# 7

---

En el presente capítulo se presenta la síntesis del proyecto proyecto final: Conclusiones, recomendaciones y lecciones aprendidas.



## Conclusiones

El conocimiento que debe tener la población acerca de la importancia del cuidado de la ciudad de La Antigua Guatemala como patrimonio cultural de la Nación y de la Humanidad es la prioridad que se debe de tener para la preservación y cuidado de la misma. Es por ello que el uso de una campaña de concientización utilizando distintos medios ayuda a dar a conocer al CNPAG y su trabajo.

Se define como acertada la implementación del uso determinado de las herramientas, como lo son trifoliales, infografías y principalmente la campaña de concientización que genera un alto impacto en la información de los ciudadanos de Antigua Guatemala, sobre el trabajo que desarrolla el CNPAG

La campaña de concientización aporta a los habitantes de La Antigua Guatemala, aspectos importantes para poder cuidar el patrimonio cultural de la nación y de la humanidad. La campaña beneficia tanto al CNPAG para que más ciudadanos lo conozcan, como también, a la población en general y turistas para que puedan admirar y preservar el arte arquitectónico de los monumentos presentes en la ciudad colonial.

Se considera una forma eficaz de dar a conocer el trabajo del CNPAG en cuestiones de reglamentos de construcción, por medio de infografías; Mismas que crean de manera dinámica, ilustrativa y detallada la importancia de los reglamentos de construcción y las disposiciones respectivas. Así mismo, la implementación de trifoliales, para una mayor efectividad en promover de igual forma los reglamentos de construcción y las disposiciones, para todo aquel que visita las instalaciones del Consejo.

# Recomendaciones

---

## **A la Escuela de Diseño Gráfico**

Promover y fortalecer la forma de planificación y desarrollo de protocolo en la primera fase que se ejecuta en el primer semestre del año en el curso de Proyecto de Graduación I.

Promover una definición e identificación clara en su papel, funciones y competencias en cada nivel de gestión.

## **A la institución**

Respetar la línea gráfica y contenido en redes sociales para generar unidad a la identidad de la institución y tener mejor alcance con el grupo objetivo con respecto a la información que se desea transmitir.

## **A los estudiantes de Diseño Gráfico**

Tomar como prioridad evaluar de manera muy clara y específica las necesidades que presenta la institución, consultar con los supervisores sobre el proyecto a realizar.

Establecer plazos y tiempos participativos para la realización de los procesos concretos, así definir proyectos efectivos en los tiempos establecidos.

# Lecciones aprendidas

---

## Proceso de gestión

En el proceso de la gestión del proyecto he aprendido a calcular tiempos y cumplir con los cronogramas realizados para poder realizar cada uno de los pasos que lleva este proceso, para así poder culminar con cada uno de ellos en el tiempo establecido.

Es importante la búsqueda exhaustiva de información que nos ayude a sustentar el contenido realizado para la redacción del marco teórico.

Utilizar de manera adecuada la herramienta diagnóstica con cada uno de los pasos establecidos para que el proceso de gestión sea fluido y no genere atrasos en la parte de producción gráfica desde bocetaje hasta las piezas finales.

Realizar el diagnóstico de manera adecuada, con información pertinente que ayude a fortalecer las fases del proyecto y podamos trabajar de una forma más ordenada y eficiente.

Las etapas de evaluaciones deben realizarse de la manera más transparente posible para obtener información concreta de como otros perciben nuestro diseño y así lograr realizar los cambios pertinentes y por último lograr contenido eficaz.

Para cumplir con las validaciones es necesario llevar al día las piezas gráficas, para poder validar completamente y recibir un buen feedback.

Para los instrumentos de validación es importante generar la herramienta que será verdaderamente de ayuda, ya que por ser temas que no se pueden evaluar de manera cuantitativa, es mejor organizar grupos focales donde garanticemos la resultados eficientes.

## Producción Gráfica

Este proceso debe ser sustentado por la parte de gestión del proyecto, es decir, el protocolo, toda la información es útil para generar el conceptos creativo e insight, y así saber que resultados serán eficiente.

Ejecutar correctamente los pasos para el desarrollo del insight y concepto creativo nos ayuda a generar de mejor manera dichos conceptos, así podemos asegurar que el contenido tiene una base sólida por la cual debe de guiarse.

Llevar a cabo paso a paso los procesos de visualización y llevar de forma paralela las validaciones con los asesores correspondientes.

Cada etapa de desarrollo es importante para los procesos de validación, es pertinente que las piezas gráficas cuenten con una alta calidad gráfica.

Realizar los bocetos necesarios, agotar todos los recursos previos a darle inicio a la etapa gráfica, así tener una buena guía del proyecto a realizar y así llegar a las piezas gráficas efectivas para el proyecto.

# **Lineamientos para la puesta en práctica**

---

## Contenido

La campaña consiste en 67 piezas gráficas, divididas en dos plataformas de redes sociales que son Facebook e Instagram. Contiene distintos post, con la finalidad de concientizar a los habitantes y propietarios de La Antigua Guatemala y alrededores al cuidado, conservación y restauración del patrimonio arquitectónico de la ciudad: los post de relleno.

Siendo estos, los post de relleno, como la foto de perfil, portada, y el post principal con el cuál se dará inicio a la campaña. Post conocidos como “llamado a la acción” que serán los principales en la campaña donde estaría descrito el slogan, generando la reacción deseada en el usuario al igual de crear interacción con el mismo, seguidos de los post informativos, ya sea acerca de la función que tiene el CNPAG como de las normativas dentro de la ciudad.

Por último, los post de continuidad de campaña, serán acompañamiento de la misma para darle seguimiento y no perder conexión con el usuario, de esta manera siempre estará presente al momento de visitar sus redes sociales.

## Almacenamiento

En la plataforma de Google Drive se encuentran todas las carpetas con los artes finales, que posteriormente se compartirá con la institución por medio de correo oficial, un link de acceso para hacer uso de las mismas. Se procede a compartir los elementos por este medio para que no exista extravío de las mismas por situaciones ajenas.

Los contenidos gráficos de esta campaña están clasificados de la siguiente forma:

Dos carpetas principales:

**1.** Piezas para publicación

**2.** Documentos Editables

## Piezas para Publicación

Se encuentran de manera ordenada los post según el orden que serán utilizados, para la plataforma de Facebook e Instagram. Pero el contenido será el mismo para ambas plataformas.

**Importante:** no serán publicados todos al mismo tiempo, esto para generar armonía entre los post, por lo cual pueden ser intercalados los siguientes post, siempre con su respectivo par (si es que así fuera diseñado):

### 1. Carpeta Post Principales

Contiene la foto de perfil, foto de portada, foto de perfil para Instagram y 3 post principales. Dichos post son con los cuáles se iniciará la campaña.

### 2. Carpeta Post Introducción

Previo a publicar el post con el cuál se da inicio a la campaña, se publican los post de introducción que son 6 en total, dicho contenido se publicará una vez al día según se haya establecido.

### 3. Carpeta Post ¿Sabías qué?

Están destinados a generar interacción con el usuario, solamente que en este caso será por medio de “reacciones” por lo que pueden ser publicados como complemento de la campaña de igual forma.

### 4. Carpeta Post Informativos

Serán utilizados para informar a la población sobre el significado y función que posee en CNPAG.

### 5. Carpeta Post cartilla de colores

Su finalidad es informativa, igualmente contiene 3 post, que serán publicados según su orden en el nombre, presenta y describe los colores permitidos para pintar viviendas u otro edificio en la ciudad, al igual que la aplicación de la misma.

### 6. Carpeta Post Datos curiosos

Utilizados para dar a conocer o recordar a la población acerca de datos importantes que posiblemente no conocían acerca de La Antigua Guatemala o no recordaban.

### 7. Carpeta Post Frases

Serán publicados en pares, uno de portada y el otro de continuación, están divididos en 3 secciones, dos pares de post por cada frase del slogan, (Consévala, Ámala, Cúidala) que junto con el siguiente post forman unión al momento de leer ambas frases juntas.

### 8. Carpeta Post de trivias

Consisten en 6 post con diferentes fotografías que tienen como finalidad generar interacción con el usuario, cada uno con preguntas sencillas que deben responder por medio de comentarios y así crear movimiento en las redes sociales.

### 9. Carpeta Post GIF

Contenido con animación para generar armonía con los usuarios, con información acerca de fechas importantes de La Antigua Guatemala.

**10. Carpeta Post términos**

Su finalidad es informativa, contiene 3 post, uno de portada con una breve descripción de los términos de cuidado, conservación y restauración.

**11. Historias**

Serán publicados en Instagram y Facebook para hacer uso completo de las herramientas que facilitan dichas aplicaciones. Contenido destinado como recordatorio de información.

**Documentos Editables**

Se encuentran los materiales que pueden ser editados únicamente con el programa Adobe Illustrator con la versión CC 2020 y anteriores.

Las piezas para redes sociales están trabajados en el modo de color RGB que es destinados para usos únicamente en forma digital, no impreso.

Organizadas de la misma forma que las piezas finales para un mayor manejo y que sea más fácil encontrarlas para la persona que haga uso de ellas. Dentro de las mismas se encuentran los archivos editables de los materiales, según el nombre de las carpetas.

**Otras indicaciones**

Todos los materiales quedan a la propiedad del Consejo Nacional para la Protección de Antigua Guatemala; sin embargo, el estudiante que lo ha diseñado conserva el derecho de autor intelectual.

En caso de dudas consultar al diseñador autor de los materiales, antes de tomar decisiones incorrectas que perjudiquen el fin principal de dicho material.

# Referencias y Bibliografías

---

- «¿Qué es una campaña publicitaria? Definición y cómo puede ayudar a tu empresa?», Cyberclick, Actualización marzo 2020, [https://www.cyberclick.es/publicidad/campana-publicitaria?fbclid=IwAR0izVNs-Fh9nsoyfsvZ51CY5iEGQktzzsdtYWRgY\\_NXC33fwXHf\\_TFrY](https://www.cyberclick.es/publicidad/campana-publicitaria?fbclid=IwAR0izVNs-Fh9nsoyfsvZ51CY5iEGQktzzsdtYWRgY_NXC33fwXHf_TFrY)
- Abad Viñarás, Mónica, «La función social de la publicidad: de la concienciación a la responsabilidad social» (Universidad CEU San Pablo, 2018), 145, [https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/9096/1/Funcion\\_MonicaVi%20C3%20Blaras\\_LeccMag\\_FH%20CCCEU\\_2018.pdf?fbclid=IwAR2wJqISApThxqberM8VZ\\_CThh\\_tORBKcmzr7xibklulGqaDaqXOB6rZm1O](https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/9096/1/Funcion_MonicaVi%20C3%20Blaras_LeccMag_FH%20CCCEU_2018.pdf?fbclid=IwAR2wJqISApThxqberM8VZ_CThh_tORBKcmzr7xibklulGqaDaqXOB6rZm1O)
- «La publicidad social, directa al corazón.», Brandmedia, Actualización noviembre 2019, <https://brandmedia.es/la-publicidad-social-directa-al-razon/?fbclid=IwAR3Omnt3SNMZArYliH2OUEk66Hsu2V-xp3sVXNnEnFivOJOdepkDY7rmMOI>
- «Cómo desarrollar una campaña Social Media: 5 claves », Marketing / Social Media, acceso el 25 de noviembre de 2020, [https://isragarcia.es/como-desarrollar-campana-social-media/?fbclid=IwAR2ZiUMk3BOEPfxs11E82xk2V6wQPQzqO\\_tqG8Wk8oRE9Oucf7kTFQ6ogyE](https://isragarcia.es/como-desarrollar-campana-social-media/?fbclid=IwAR2ZiUMk3BOEPfxs11E82xk2V6wQPQzqO_tqG8Wk8oRE9Oucf7kTFQ6ogyE)
- «Infografía», Concepto de Infografía, acceso el 19 de julio de 2008, [https://neoattack.com/neowiki/infografia/?fbclid=IwAR0laIndDDIILaWORCyCe7cJqvnk-ibRvTmYSz9n3LW5EigbGg8yIFqS\\_3o](https://neoattack.com/neowiki/infografia/?fbclid=IwAR0laIndDDIILaWORCyCe7cJqvnk-ibRvTmYSz9n3LW5EigbGg8yIFqS_3o)
- «Qué es una infografía y por qué son útiles», The marketing band, <https://themarketingband.es/blog/que-es-una-infografia-y-por-que-son-utiles/?fbclid=IwAR2yD5G7kb8PT9uS9Nofh4MMi94cVBXTFJ8doQ-T4yQsglMACHYbh2ZTQ34#:~:text=Sirven%20para%20explicar%20conceptos%20y,podamos%20entender%20toda%20la%20informaci%C3%B3n>
- «¿Para qué sirve una infografía?», Camaltec, Última modificación 10 noviembre de 2017, [https://www.camaltec.es/sirve-una-infografia/?fbclid=IwAR0eXn8X9nywPoWYf9FZQihNUNCpab1CWnp\\_HRrPMkaLOTy5obYd5DEI2Eo](https://www.camaltec.es/sirve-una-infografia/?fbclid=IwAR0eXn8X9nywPoWYf9FZQihNUNCpab1CWnp_HRrPMkaLOTy5obYd5DEI2Eo)
- «¿PARA QUÉ SIRVE LA INFOGRAFÍA?», Posted in, última modificación el 25 Junio de 2019, <https://www.postedin.com/blog/para-que-sirve-infografia/?fbclid=IwAR1gFO85aJaQEUG2Dd-Rn1OG5GWvtM9bjCHEOcTwwji843ofrXHIZyzNxO>
- «-DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS-TRÍPTICO», Características.co, última modificación 16 de marzo de 2020, <https://www.caracteristicas.co>
- «El tríptico: qué es, para qué sirve y cuáles son sus ventajas», Imprimir folletos y posters, última modificación 4 de Septiembre de 2014, <http://imprimirfolletosyposters.es/blog/el-triptico-que-es-para-que-sirve-y-cuales-son-sus-ventajas/?fbclid=IwAR3nqn1OfbkbdhA7Di81eklASxX4cMzF25UNeTfzPVqVh4AXHLgkc2sPcWI>
- «UTILIZACIÓN DEL TRÍPTICO PARA LA PUBLICIDAD DE TU EMPRESA», Minervaimprenta, Fecha pendiente, <https://minervaimprenta.com/es/utilizacion-triptico-para-publicidad-tu-empresa/?fbclid=IwAR1bYAcSRhlqYFCFuT6t2kh8bqlisQzCotsj3z4s3GWIDeklRD8n588CcZU>
- «¿Que hace un diseñador gráfico?», Monstruos del diseño, Fecha pendiente, [https://monstruosdeldisenio.com/disenio-grafico/que-hace-un-disenador-grafico?fbclid=IwAR2t1gSxX-oTINucZQBgY\\_Hu77vbdzrbhmtwku8Rp8Z3Lhy\\_oHFjCHVIHBI](https://monstruosdeldisenio.com/disenio-grafico/que-hace-un-disenador-grafico?fbclid=IwAR2t1gSxX-oTINucZQBgY_Hu77vbdzrbhmtwku8Rp8Z3Lhy_oHFjCHVIHBI)
- «La función social del diseño o el diseño al servicio social», Universidad de Palermo, última modificación Septiembre de 2018, [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc////////publicacionesdc/cuadernos/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=663&id\\_](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc////////publicacionesdc/cuadernos/detalle_articulo.php?id_libro=663&id_)

- Herrera Gutierrez De Velasco, María Guadalupe, Nevearíza, Luis Carlos. ( fecha pendiente) 2010. «LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE DISEÑO Y SU ENSEÑANZA, UNA CONTRADICCIÓN». Tesis. X CONGRESO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN EDUCATIVA. [http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v10/pdf/area\\_tematica\\_05/ponencias/O854-F.pdf?fbclid=IwAR1K9n6E4lwRxUaaTv2jmSw-Pldl9xabBuNj1P6CMW-bc6zYRYgFStMfneY](http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v10/pdf/area_tematica_05/ponencias/O854-F.pdf?fbclid=IwAR1K9n6E4lwRxUaaTv2jmSw-Pldl9xabBuNj1P6CMW-bc6zYRYgFStMfneY)
- «Rol del Diseñador Gráfico en campañas de conciencia social», slideshare, última modificación el 12 de oct. de 2016, <https://es.slideshare.net/ChristianProaoGmez/rol-del-disenador-grafico-en-campaas-de-conciencia-social-67035573?fbclid=IwAR3Omnt3SNMZArYliH2OUEk66Hsu2Vxp3sVXNnEnFivOJOdepkDY7rmMOI>
- «Rol del Diseñador Gráfico en campañas de conciencia social», slideshare, última modificación el 12 de oct. de 2016, <https://es.slideshare.net/ChristianProaoGmez/rol-del-disenador-grafico-en-campaas-de-conciencia-social-67035573?fbclid=IwAR3Omnt3SNMZArYliH2OUEk66Hsu2Vxp3sVXNnEnFivOJOdepkDY7rmMOI>
- «McDonald's Happy Meal Toy Safety Facts», McDonald's Corporation, acceso el 19 de julio de 2008, <http://www.mcdonalds.com/corp/about/factsheets.html>.
- «¿Qué es diseño gráfico y para qué sirve?», Esneca, última modificación el 19 de junio de 2019, [https://www.esneca.com/blog/que-es-diseno-grafico/?fbclid=IwAR0qMhb6MTtUcusNONnpYY\\_F9R\\_SUkLcgAEKzcfuMcssRu6laE449QyFa3k](https://www.esneca.com/blog/que-es-diseno-grafico/?fbclid=IwAR0qMhb6MTtUcusNONnpYY_F9R_SUkLcgAEKzcfuMcssRu6laE449QyFa3k)
- «Diseño que resuelve problemas urbanos», El País, acceso el 1 de Diciembre de 2012, [https://elpais.com/cultura/2012/11/30/actualidad/1354304428\\_432092.html?fbclid=IwAROkRTJ6eN73SSyCF8-xxwCnHxo8qaxwLGMrilZVO7tHDTNHwsN9Q-XWI](https://elpais.com/cultura/2012/11/30/actualidad/1354304428_432092.html?fbclid=IwAROkRTJ6eN73SSyCF8-xxwCnHxo8qaxwLGMrilZVO7tHDTNHwsN9Q-XWI)
- «RELEVANCIA DE LA DIMENSIÓN PARA LA CULTURA Y EL DESARROLLO», UNESCO, [https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf?fbclid=IwAR1ly\\_xNi25ozpxaDNOBO14fveBzD-SE6v5Eszv8l\\_O18Um36pTDpeiTB1Y](https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf?fbclid=IwAR1ly_xNi25ozpxaDNOBO14fveBzD-SE6v5Eszv8l_O18Um36pTDpeiTB1Y)
- «El patrimonio Arquitectónico», Patrimonio Inteligente, último acceso 2018, [https://patrimoniointeligente.com/el-patrimonio-arquitectonico/?fbclid=IwAR0pe8yWrB8JWtZyRCWC1gc2bpgafv\\_NgdCdnfjmu1YyJ917BkhR6W238zY](https://patrimoniointeligente.com/el-patrimonio-arquitectonico/?fbclid=IwAR0pe8yWrB8JWtZyRCWC1gc2bpgafv_NgdCdnfjmu1YyJ917BkhR6W238zY)
- «Patrimonio Arquitectónico», Bernus Arquitectos, acceso 2012, <https://www.bernusarquitectos.com/inicio/noticias-arquitectura/patrimonio-arquitectonico/?fbclid=IwAR215spOJoVEecfeuwWIKLqjQjjun3Rh5UZ7Ehsi3P955rCsztpcGg4v3k4>
- «Catedral de San José en La Antigua Guatemala: detalles», Xplorando Guatemala, última modificación 17 de Septiembre 2019, <https://xplorandoguatemala.com/antigua-guatemala/catedral-de-san-jose-en-la-antigua-guatemala-de-talles?fbclid=IwAROkRTJ6eN73SSyCF8-xxwCnHxo8qaxwLGMrilZVO7tHDTNHwsN9Q-XWI>
- «Tipos de acciones para la protección del patrimonio cultural», Paleo y más, última modificación 18 de mayo del 2018, [https://www.paleoymas.com/tipos-de-acciones-para-la-proteccion-del-patrimonio-cultural/?fbclid=IwAR31qWFWD7hvUOZnOJLkwSOvXxcK9w4nW2xFCODdpJS1PtJGPqEa\\_cKDECO](https://www.paleoymas.com/tipos-de-acciones-para-la-proteccion-del-patrimonio-cultural/?fbclid=IwAR31qWFWD7hvUOZnOJLkwSOvXxcK9w4nW2xFCODdpJS1PtJGPqEa_cKDECO)
- «¿Cómo se protege el patrimonio Cultural?», Museos Austral, <http://www.museosaustral.cl/index.php/animacion-juegos/infografias/sobre-patrimonio/99-como-se-protege-el-patrimonio-cultural?fbclid=IwAR3MB8hwoXo9KtdIRSADjQrnBmP99yiHjRsDmruobXcnaq6t9ueLSVhdbjE>

- «Consejos sobre cómo tenemos que cuidar el patrimonio», Junta de Andalucía, 16 de septiembre de 2013, [https://www.juntadeandalucia.es/cultura/blog/consejos-sobre-como-tenemos-que-cuidar-el-patrimonio/?fbclid=IwAR3-YmMoTHq4mJBEoc-kqxBRk-rJWaXMB6oSlsKLlyOafIL\\_6h7OLMQQBbM](https://www.juntadeandalucia.es/cultura/blog/consejos-sobre-como-tenemos-que-cuidar-el-patrimonio/?fbclid=IwAR3-YmMoTHq4mJBEoc-kqxBRk-rJWaXMB6oSlsKLlyOafIL_6h7OLMQQBbM).
- «ALGUNAS MEDIDAS PARA LA CONSERVACIÓN DE PATRIMONIO», Patrimonio Inteligente, 2018, [https://patrimoniointeligente.com/medidas-conservacion-de-patrimonio/?fbclid=IwAROD1n3ZbwBAu\\_](https://patrimoniointeligente.com/medidas-conservacion-de-patrimonio/?fbclid=IwAROD1n3ZbwBAu_)
- «ALGUNAS MEDIDAS PARA LA «Consejos sobre cómo tenemos que cuidar el patrimonio», Junta de Andalucía, 16 de septiembre de 2013, [https://www.juntadeandalucia.es/cultura/blog/consejos-sobre-como-tenemos-que-cuidar-el-patrimonio/?fbclid=IwAR3-YmMoTHq4mJBEoc-kqxBRk-rJWaXMB6oSlsKLlyOafIL\\_6h7OLMQQBbM](https://www.juntadeandalucia.es/cultura/blog/consejos-sobre-como-tenemos-que-cuidar-el-patrimonio/?fbclid=IwAR3-YmMoTHq4mJBEoc-kqxBRk-rJWaXMB6oSlsKLlyOafIL_6h7OLMQQBbM).
- Terán Bonilla, Dr. José Antonio, «Consideraciones que deben tenerse en cuenta para la restauración arquitectónica» (tesis doctoral, Dirección de Estudios Históricos del Instituto Nacional de Antropología e Historia de México.), 102, [http://www.patrimoniocultural.gob.cl/dinamicas/DocAdjunto\\_631.pdf?fbclid=IwAR2iqLJZEcxSF3GpVNHoX-EmzTZeeimXd-DZbF11uBpUsY8ijQrs\\_U\\_i8mw](http://www.patrimoniocultural.gob.cl/dinamicas/DocAdjunto_631.pdf?fbclid=IwAR2iqLJZEcxSF3GpVNHoX-EmzTZeeimXd-DZbF11uBpUsY8ijQrs_U_i8mw).
- «Restauración de monumentos», Sustratal S.L, última modificación 2020, <https://www.sustratal.es/servicios/restauracion-monumentos?fbclid=IwAR19nlQOwoRjELQS5GCREeSbUIZIDkoRLmCbDV-hO3PQwALlm1BFO5qzn78&cn-reloaded=1>
- «LA ANTIGUA GUATEMALA», Web Regional, 2020, [https://laantiguaguatemala.org/historia/?fbclid=IwAROnEh4zkNx-FOITJwT19TFZa7SN2hRp7P4\\_l-j-CnrMrBVRpILTg\\_k5FYo..](https://laantiguaguatemala.org/historia/?fbclid=IwAROnEh4zkNx-FOITJwT19TFZa7SN2hRp7P4_l-j-CnrMrBVRpILTg_k5FYo..)
- «Antigua, la ciudad más bella de Guatemala», Global exchange, [https://blog.global-exchange.com/que-ver-y-hacer-en-antigua-guatemala/?fbclid=IwAROh3j1avM682FIREbtsNJBGRGnktNfYC8N33vxQYupAU5Ffn56a9X\\_xzlg#:~:text=Mucho%20color%20%20bell%C3%A9simas%20casas%20y, encontrar%C3%A9is%20al%20llegar%20a%20Antigua](https://blog.global-exchange.com/que-ver-y-hacer-en-antigua-guatemala/?fbclid=IwAROh3j1avM682FIREbtsNJBGRGnktNfYC8N33vxQYupAU5Ffn56a9X_xzlg#:~:text=Mucho%20color%20%20bell%C3%A9simas%20casas%20y, encontrar%C3%A9is%20al%20llegar%20a%20Antigua)



# Anexos

**Anexo 1**

## Autoevaluación del primer nivel de validación

**AUTOEVALUACIÓN**

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
		1	2	3	4	5
ASPECTO A EVALUAR						
1	<b>Pertinencia:</b> La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.	x				
2	<b>Memorabilidad:</b> Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.	x				
3	<b>Fijación:</b> El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.		x			
4	<b>Legibilidad:</b> Cualidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.		x			
5	<b>Composición Visual:</b> Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.		x			
6	<b>Abstracción:</b> Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.	x				
7	<b>Estilización:</b> Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.		x			
8	<b>Diagramación:</b> La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.			x		
9	<b>Diseño Tipográfico:</b> La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.			x		
10	<b>Uso del Color:</b> Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.			x		
<b>TOTAL</b>		<b>3</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

**Anexo 2**

Primer encuesta digital utilizado para investigar y conocer al grupo objetivo.



**Encuesta**

La presente encuesta está creada con el fin de conocer acerca de los habitantes de Antigua Guatemala y sus alrededores. Los datos obtenidos serán utilizados únicamente con fines estadísticos y académicos para el desarrollo de mi Práctica Profesional Supervisada (EPS) y Proyecto de Graduación en la Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico, Universidad San Carlos de Guatemala.

**\*Obligatorio**

**Género \***

Mujer

Hombre

Prefiero no decirlo

**Edad \***

15 - 25

26 - 36

37 - 47

48 - 58

59 - 60

+ 60

**Nivel Educativo \***

Primario

Básico

Diversificado

Universitario

Otro

**Estado Civil \***

Soltero/a

En una relación

Comprometido/a

Casado/a

**¿Qué medio de transporte utiliza? \***

A pie

Bicicleta

Carro propio

Buses urbanos

Otros: \_\_\_\_\_

¿Qué idiomas domina? \*

Español

Kaqchikel

Inglés

Otros: \_\_\_\_\_

---

Ocupación \*

Estudia

Trabaja

Ambas

---

El lugar en el que vive es...

Propio

Alquilado

Prestado

---

¿Cuántas personas depende económicamente de usted? \*

Ninguna

1

2

+3

¿Posee Internet residencial? \*

Sí

No

---

¿Qué medio utiliza con mayor frecuencia para estar informado? \*

Televisión

Radio

Periódico

Redes sociales

Información impresa en las calles

---

¿Conoce qué es y las funciones que realiza el Consejo Nacional para la Protección de Antigua Guatemala? \*

Sí

No

---

¿Está a favor de la conservación y preservación de la arquitectura en Antigua Guatemala? \*

Sí

No

¿Considera que la arquitectura del lugar es un atractivo turístico? \*

Sí

No

Tal vez

---

¿Qué aporta como ciudadano para la conservación y preservación de la arquitectura en Antigua Guatemala? \*

Tu respuesta \_\_\_\_\_

---

¡Muchas gracias por el apoyo!

**Enviar** Página 1 de 1

**Anexo 3**

Encuesta para el Segundo Nivel de validación con expertos en diseño gráfico

### Encuesta Propuestas Gráficas

Dicha encuesta es elaborada con el fin de proporcionar asesoría en cuanto a Diseño Gráfico de la Campaña de concientización hacia los habitantes de Antigua Guatemala para el cuidado y preservación del patrimonio cultural y arquitectónico, en el año 2020, por medio del Consejo Nacional para la Protección de Antigua Guatemala (CNPAG). Los resultados obtenidos serán utilizados únicamente con fines educativos.

\*Obligatorio

Insight: Historia colonial - Concepto creativo: Herencia a través del tiempo

¿El mensaje que desea transmitir es claro?





Si tu respuesta fue "no", ¿por qué?

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿El esquema de color es armonioso? \*





Sí

No

Si tu respuesta fue "no", ¿por qué?

Tu respuesta \_\_\_\_\_

¿La tipografía es la adecuada? \*



Sí

No

Si tu respuesta fue "no", ¿por qué?

Tu respuesta

---

¿Consideras que los encuadres fotográficos son los correctos? \*



Sí

No

Si tu respuesta fue "no", ¿por qué? \*

Tu respuesta

Escribe tus comentarios y sugerencias.

Tu respuesta

**Aclaración**  
Las fotografías no son de mi autoría, hasta tener un enfoque lo más claro posible de las piezas gráficas se procederá a la toma de las mismas, ya que por cuestiones de la pandemia no se permite exponer la salud en repetidas ocasiones en dado caso fuera necesario.  
(Gracias por el apoyo!)

**Enviar**



Sí

No

Si tu respuesta fue "no", ¿por qué? \*

Tu respuesta

Escribe tus comentarios y sugerencias.

Tu respuesta

**Aclaración**  
Las fotografías no son de mi autoría, hasta tener un enfoque lo más claro posible de las piezas gráficas se procederá a la toma de las mismas, ya que por cuestiones de la pandemia no se permite exponer la salud en repetidas ocasiones en dado caso fuera necesario.  
(Gracias por el apoyo!)

**Enviar**

**Anexo 4**

Encuesta para el tercer nivel de validación con expertos el grupo objetivo y la institución.



## Campaña de concientización social

El objetivo de dicha encuesta es conocer su opinión acerca del desarrollo gráfico de las piezas de la campaña, los resultados serán utilizados únicamente con fines académicos. Agradezco mucho su ayuda y apoyo.

**Objetivo**

El objetivo de dicha campaña es concientizar a los habitantes de Antigua Guatemala y sus alrededores acerca del cuidado, preservación y conservación, principalmente del patrimonio arquitectónico y arte colonial de la ciudad. Con el fin de apoyar al Consejo Nacional para la Protección de Antigua Guatemala -CNPAG-.

[Siguiente](#) Página 1 de 4

Sección 2 de 4

### General

A continuación se presentan los aspectos demográficos.

**Género \***

Mujer

Hombre

Prefiero no decirlo

**Edad (sólo número) \***

Texto de respuesta breve

**Residencia \***

Antigua Guatemala

### Aspectos Gráficos

A continuación se presentan los aspectos gráficos de la campaña entre ellos, el color, el tipo de letra, fotografía, entre otros.

¿Los colores representan antigüedad y seriedad? \*



Excelente  
 Bueno  
 Regular  
 Malo

¿El tipo de letra para los títulos es legible? \*

# Arquitectura Colonial

Excelente  
 Bueno  
 Regular  
 Malo

¿El tipo de letra para los subtítulos y contenido es legible? \*

# Nuestra Herencia

Excelente  
 Bueno  
 Regular  
 Malo

¿El tipo de letra para el lema es legible? \*

# Consérvala!

Excelente  
 Bueno  
 Regular  
 Malo

¿Los tipos letra combinan entre sí? \*

# Arquitectura Colonial

## Nuestra Herencia

### Consérvala!

Excelente  
 Bueno  
 Regular  
 Malo

¿Cómo considera la integración de las personas con la arquitectura? \*



Excelente  
 Bueno  
 Regular  
 Malo

¿Cómo considera la integración de los elementos? \*

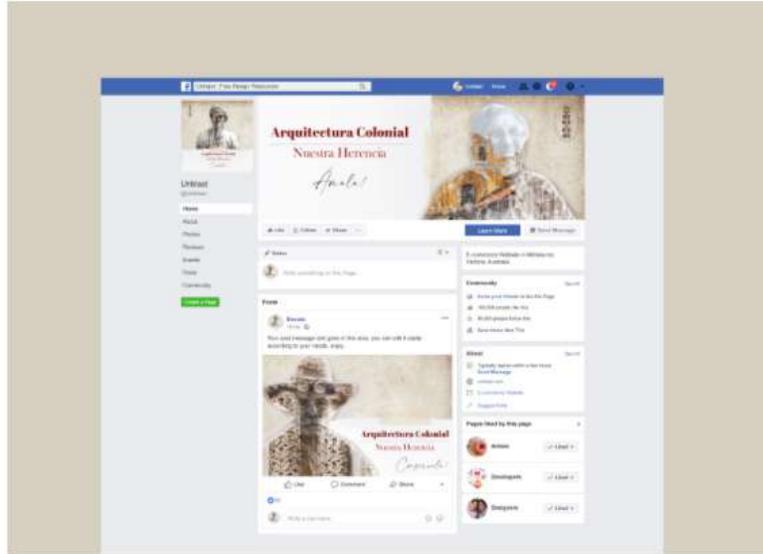


Excelente  
 Bueno  
 Regular  
 Malo

## Aplicación de las piezas

A continuación se presentan las piezas gráficas aplicadas en las redes sociales, infografías y trifolieres. Recuerda que algunas piezas se verán más pequeñas, ya que están en escala.

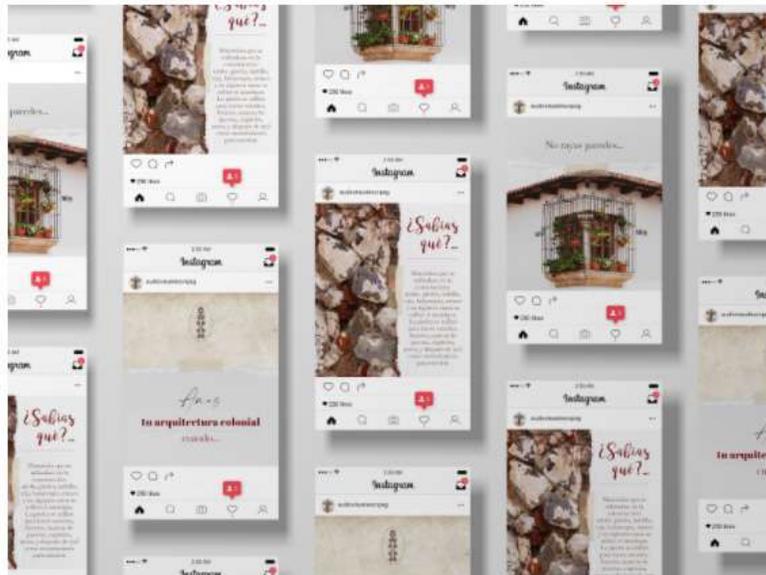
Facebook, ¿el contenido se integra entre sí? \*



1 2 3 4 5

Malo      Excelente

Instagram ¿El contenido se integra entre sí? \*



1 2 3 4 5

Malo      Excelente

Trifoliar ¿El contenido se integra entre si? \*



Malo      1      2      3      4      5      Excelente

Infografía ¿El contenido se integra entre si? \*



Malo      1      2      3      4      5      Excelente

¡GRACIAS!

Agradezco mucho tu ayuda.

# Lilian Patricia Guzmán Ramirez

Licenciada en Letras por la USAC  
Colegiada activa 7596

patricia.guzman2014@gmail.com  
Cel.: 55652717

Guatemala, 5 de noviembre de 2021.

MSc. Arquitecto

Edgar Armando López Pazos  
Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado señor Decano:

Por este medio hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo, ortografía y redacción del proyecto de graduación: **"Campaña de concientización social del Consejo Nacional para la Protección de La Antigua Guatemala – CNPAG-, dirigida a los habitantes del Departamento de Sacatepéquez, para el cuidado y preservación del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de La Antigua Guatemala"** de la estudiante **Ethel Ileana Velásquez Pineda** de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala quien se identifica con carné universitario **201604609**, previo a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

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.

Sin otro particular me suscribo,

Atentamente,

Lilian Patricia Guzmán Ramirez  
LICDA. EN LETRAS  
COLEGIADA No. 7596

Lilian Patricia Guzmán Ramirez  
Licenciada en Letras



***“Campaña de concientización social para el Consejo Nacional para la Protección de la Antigua Guatemala -CNPAG-, dirigida a los habitantes del departamento de Sacatepéquez, para el cuidado y preservación del patrimonio arquitectónico de la ciudad de La Antigua Guatemala.”***

Proyecto de Graduación desarrollado por:

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Ethel".

**Ethel Ileana Velásquez Pineda**

Asesorado por:

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Gustavo Jurado".

*Asesor Metodológico*  
**MSc. Lic. Gustavo Jurado**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Marvin Escobar".

*Tercer Asesor*  
**Arq. Marvin Escobar**

Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Sergio Francisco Castillo Bonini".

*Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini*  
**Decano**



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

FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA