

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

INVESTIGACIÓN. Fotografía documental del Festival All Roads de National Geographic en el 2006.

ESTRATEGIA. Imagen visual, material publicitario y promocional para el Centro Cultural de Escuintla Lic. Arístides Crespo Villegas.

PROYECTO DE GRADO

MARÍA RENÉE MARTÍNEZ MEJÍA

CARNET 10641-11

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, MARZO DE 2016

CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

INVESTIGACIÓN. Fotografía documental del Festival All Roads de National Geographic en el 2006.

ESTRATEGIA. Imagen visual, material publicitario y promocional para el Centro Cultural de Escuintla Lic. Arístides Crespo Villegas.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR
MARÍA RENÉE MARTÍNEZ MEJÍA

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, MARZO DE 2016
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

DECANO: MGTR. CRISTIAN AUGUSTO VELA AQUINO
VICEDECANO: MGTR. ROBERTO DE JESUS SOLARES MENDEZ
SECRETARIA: MGTR. ALICE MARÍA BECKER ÁVILA
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. ANA REGINA LÓPEZ DE LA VEGA

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

MGTR. MARÍA DEL ROSARIO MUÑOZ GÓMEZ DE ALEGRÍA

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. PATRICIA DEL CARMEN VILLATORO CASTILLO DE PAZ

LIC. CLAUDIA MARIA AQUINO AREVALO

LIC. MICHELLE DE LEÓN MARROQUÍN



Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

Facultad de Arquitectura y Diseño
Departamento de Diseño Gráfico
Teléfono: (502) 2426 2626 ext. 2428
Fax: (502) 2426 2626 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

Reg. No. DG.056-2015

Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a los quince días del mes de Enero de
dos mil dieciseis

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **MARTÍNEZ MEJÍA, MARÍA RENEE**, con carné **1064111**, cumplió con los requerimientos del curso de Elaboración de Portafolio Académico. Aprobando las tres áreas correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio Académico, previo a optar el grado académico de Licenciado(a).


Mgtr. Rosario Muñoz
Asesor Proyecto de Investigación


Lic. Ramiro Gracias
Asesor Proyecto Digital


Lic. Dania Mollinedo
Asesor Proyecto de Estrategia

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante MARÍA RENÉE MARTÍNEZ MEJÍA, Carnet 10641-11 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 0339-2016 de fecha 15 de marzo de 2016, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

INVESTIGACIÓN. Fotografía documental del Festival All Roads de National Geographic en el 2006.

ESTRATEGIA. Imagen visual, material publicitario y promocional para el Centro Cultural de Escuintla Lic. Aristides Crespo Villegas.

Previo a conferírsele el título de DISEÑADORA GRÁFICA en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 30 días del mes de marzo del año 2016.



MGTR. ALICE MARÍA BECKER ÁVILA, SECRETARIA
ARQUITECTURA Y DISEÑO
Universidad Rafael Landívar

ÍNDICE

Introducción	7
Gestión de la Estrategia de Diseño	8
Familiarización con el cliente y proyecto	9
Necesidad	11
Objetivos	12
Marco de referencia	13
Contenido teórico de diseño	23
Comprensión del grupo objetivo	29
Gestión del Proceso de Diseño	31
Contenido del material gráfico	32
Diseño y proceso de conceptualización	33
Codificación del mensaje	38
Estrategia de medios	44
Bocetaje	47
Validación técnica del diseño	74
Gestión de la Implementación del Diseño	81
Propuesta final y fundamentación	82
Producción y Reproducción	92
Conclusiones y Recomendaciones	102
Referencias.....	103
Anexos	106

INTRODUCCIÓN

El siguiente informe es el proceso estratégico de comunicación creativa que se realizó para el Centro Cultural de Escuintla “Lic. Arístides Crespo Villegas” en donde se desarrolló la imagen visual, material promocional y publicitario para dicho lugar y así expandir la comunicación con el grupo objetivo a través del área visual.

Gestión de la estrategia de diseño

FAMILIARIZACIÓN CON EL CLIENTE

1. ¿Qué es el Centro Cultural de Escuintla “Lic. Arístides Crespo Villegas”?

En el Centro Cultural de Escuintla es un espacio donde se promocionan y difunden expresiones artístico-culturales, locales, nacionales y extranjeras, proporcionando un lugar adecuado para la organización, presentación de eventos y espectáculos de las diferentes disciplinas artísticas y del saber humano, así como albergar la sede de la Escuela de Artes de Escuintla y el Conservatorio de Música del departamento.

2. ¿De qué se trata el proyecto?

El proyecto a realizarse se basa en la elaboración de la imagen visual del Centro Cultural de Escuintla, material publicitario y promocional de la misma.

3. ¿Cuál es el objetivo del proyecto?:

El objetivo del proyecto es lograr que la población escuintleca reconozca al Centro Cultural a través de una identidad gráfica.

4. ¿A quién va dirigido?:

A estudiantes de colegios e instituciones de nivel medio ubicados en el municipio de Escuintla que cuentan con actividades culturales realizadas en el Centro Cultural aproximadamente de 12 a 18 años de edad.

5. ¿Qué piezas se trabajarán

Imagen Visual

- Logotipo
- Manual de logotipo
- Tarjeta de presentación
- Sobres
- Hoja membretada
- Trifoliar informativo

Material publicitario

- Afiches
- Trifoliales

6. ¿Cuál es el plazo de tiempo para trabajar el proyecto?

El plazo de tiempo a trabajar el proyecto es de agosto a finales de noviembre, entregando piezas finales en diciembre del 2014.

7. ¿Con qué presupuesto se cuenta? ¿Existen patrocinadores?

El presupuesto que se invertirá para dicho proyecto es de Q33,000.00.

NECESIDAD

El Centro Cultural de Escuintla “Lic. Arístides Crespo Villegas” alberga espacios para que se lleve acabo diferentes expresiones artísticas como: teatro, danza, ballet, música, artesanía, literatura y actividades plurales como concursos y festivales multidisciplinares, de las cuales son partícipes estudiantes de nivel medio de institutos y colegios del municipio de Escuintla.

Esta entidad carece de una imagen con la cual la población escuintleca pueda identificarlo, necesitando establecerse como la primera posibilidad al realizar eventos de carácter artístico y cultural.

OBJETIVOS

- Diseñar la identidad visual para el Centro Cultural de Escuintla para crear de él una imagen adecuada para el grupo objetivo.
- Desarrollar una estrategia gráfica que de a conocer la nueva imagen del Centro Cultural de Escuintla a la mayor parte de la población escuintleca comprendida entre 12 y 18 años de edad para mantenerlo como la primera posibilidad al realizar eventos de carácter artístico y culturales.

MARCO DE REFERENCIA

MR: INFORMACIÓN DEL CLIENTE

Centro Cultural de Escuintla “Lic. Arístides Crespo Villegas”

El Centro Cultural de Escuintla “Lic. Arístides Crespo Villegas”, está ubicado en el centro del municipio de Escuintla, siendo este el centro de patrimonios culturales tales como la Iglesia Católica “Nuestra Señora de Concepción”, la Municipalidad de Escuintla y el Edificio de Rentas Internas, SAT. (Torres, 2013)

El Centro cuenta con un Auditorium con capacidad para 364 personas en la planta baja y 150 personas en la planta alta; Escuela de Artes donde imparten clases de marimba, guitarra, piano, bacteria, danza, ballet, etc.; parqueo exterior e interior; espacios abiertos para exposiciones y reuniones; área administrativa y área verde.

Torres señala que en sus espacios realizan y promueven expresiones artístico-culturales locales, nacionales y extranjeras adecuados para organizar y presentar eventos y espectáculos de las diferentes disciplinas artísticas y del saber humano, albergando también el Conservatorio de Música del departamento. Las principales funciones que señala Torres del Centro Cultural son:



Fuente: mcd.gob.gt

- Uso de los espacios del Centro Cultural con el fin de realizar actividades con funciones culturales, artísticas, deportivas y recreativas.

Fortalecer las identidades, cooperación solidaria, la equidad y la justicia social a través de facilitarle a la población el acceso a dichas actividades.

- Que los valores cívicos y la identidad cultural del Departamento de Escuintla sean promovidos y difundidos.

- Cumplir con la ley, administrando y ejecutando la política de fomento, promoción, extensión cultural y artística, juntamente con la preservación y mantenimientos del patrimonio cultural de la nación.

- Realización de otras funciones que el Director General asigne según la capacidad del lugar.

Torres (2013) en la página del Ministerio de Cultura y Deporte, redacta la misión y visión del Centro Cultural de Escuintla:

Visión

Es una institución gubernamental moderna, eficiente y eficaz, rectora del desarrollo cultural del país y contribuye con el fomento del deporte y la recreación: Implementa políticas públicas que responden a los Acuerdos de Paz y al Plan Nacional de Desarrollo Cultural a largo plazo. Su accionar está orientado al fomento de la cultura de paz, el fortalecimiento de la identidad guatemalteca y la consolidación de un Estado multicultural y multilingüe.

Misión

Fortalecer y promover la identidad guatemalteca y la cultura de paz, en el marco de la diversidad cultural y el fomento de la interculturalidad, mediante la protección promoción y divulgación de los valores y manifestaciones culturales de los pueblos que conforman la nación guatemalteca a través de una institucionalidad sólida y mediante mecanismos de desconcentración, descentralización, transparencia y participación ciudadana, contribuimos a que la población guatemalteca tenga una mejor de vida.

Antecedentes de diseño del Centro Cultural de Escuintla

Se realizó el diseño de un logotipo y material informativo del cual ya no pudieron hacer uso a falta de seguimiento del diseño, lo que se aprecia en este material es la simplicidad y la limpieza con la que se trabajó ya que es más fluida su lectura, pero no se refleja en sí una identidad sólida de cultura artística.



Fuente: Jonathán Polanco (2014).

Los materiales publicitarios y promocionales que se han trabajado en el Centro Cultural de Escuintla han sido pocos, uno de los más grandes en tiraje fue el del Certamen Nacional de Narrativa y Poesía que se realizó en el año 2013, para dicho certamen se hizo un boletín informativo y un Pdf con las bases del certamen que se publicaron en Facebook y se mandaron por correos a las personas interesadas.

Las virtudes de esta publicación son los diversos colores que aplicaron y el concepto de origami que atrae a los jóvenes, pero uno de los aspectos negativos del diseño es el peso visual que este tiene provocando la distracción.



Fuente: Jonathan Polanco (2014)

Otros materiales publicitarios que han realizado han sido trifoliales y afiches que se quedan dentro del establecimiento. La manera en que las personas se enteran de las actividades que se realizan es a través de la información que se encuentra dentro del mismo, por medio de invitaciones personales a personas conocidas y por invitaciones a los establecimientos educativos y aún estos medios son pobres a nivel gráfico, ya que no tienen un diseño que sea atractivo al usuario, siendo este estático, aburrido, cargado visualmente, su tipografía no ayuda a que la lectura sea fluida y ligera.



Fuente: Jonathan Polanco (2014)

Antecedentes de diseño de la competencia

Conservatorio Nacional de Música Germán Alcántara

El Conservatorio Nacional de Música es un espacio en donde se imparte bachillerato en arte con especialización en un instrumento y ofrece programa de cursos libres y diplomado en dirección orquestal. Este es dirigido por el maestro Roberto Raudales. El conservatorio ofrece en sus aulas formación integral artística, apoyada de las ciencias como la historia, matemática, física, filosofía, entre otras. Ubicado en 3a. av. 4-61 zona 1 de la Ciudad de Guatemala. (Torres, 2013)

El conservatorio carece de una identidad gráfica que lo defina, empezando por la carencia de identidad visual. Sus publicaciones no están bien estructuradas en cuanto a jerarquías, aplicando tipografías que no favorecen al tipo de publicación, haciéndola informal y aplicando colores que no son favorables para la lectura porque se pierden con el fondo.



Fuente: <http://mcd.gob.gt/>

Centro Cultural Miguel Angel Asturias

Está ubicado en la 24 calle 3-81 de la zona 1, en la ciudad de Guatemala, este establecimiento forma parte del patrimonio cultural de Guatemala, cuenta con diversidad de espacios para realizar actividades artístico-culturales y educativas a nivel nacional e internacional, este centro cultural organiza y promueve eventos de las diferentes áreas artísticas (Torres, 2013).

El Centro Cultural Miguel Ángel Asturias publica sus actividades a través de una "Agenda de Actividades" cada mes, la cual se puede ubicar en la página web del Ministerio de Cultura y Deporte, la idea de dichas agendas favorecen muy bien a los interesados de estas, ya que es un sistema ordenado para llevar el seguimiento de las actividades, pero el diseño de estas fallan ya que no presentan un diseño ordenado y limpio, ni jerarquías que lo guíen a uno más que los números, siendo esta difícil de leer y entender, siendo poco atractivo para el público y no reflejando lo artístico y cultural del lugar.



Fuente: <http://mcd.gob.gt/>

El siguiente diseño es más moderno y funcional debido a los colores, jerarquías de títulos y el orden que este tiene, utilizando la forma del logotipo como apoyo gráfico de la agenda.

Fuente: <http://mcd.gov.gt/>

Centro Cultural de España

El sitio web del Centro Cultural de España en Guatemala informa que el Centro Cultural de España en Guatemala (CCE/G), pertenece a la Red de Centros Culturales de España en el exterior con el fin de promocionar la cultura española en Guatemala, contando en sus instalaciones con sala de exposiciones, cine, auditorium, biblioteca y otros. Ubicado en 6ª ave 11-02, zona 1, edif. Lux, nivel 2, ciudad de Guatemala. (<http://www.cceguatemala.org/>)

Este Centro Cultural maneja una línea de diseño bien definida en sus

publicaciones y página web, manteniéndola en todas las actividades que realizan. La difusión de sus actividades es a través de redes sociales como Facebook con flyers. Estos diseños son muy simples, con colores sólidos y una diagramación limpia, percibiendo como parte importante la información y no los elementos de apoyo.

4

SÁBADO 4 DE OCTUBRE / 11:00 HRS
TÍTRES: LA NIÑA QUE RIEGA LA ALBAHACA
 OBRA DE FEDERICO GARCÍA LÓRCA ADAPTADA POR LA COMPAÑIA CUBANILLA CACUMALÁ
 - AUDITORIO / DONACIÓN 25000, ENTREGA DE BOLETOS UNA HORA ANTES DE LA PRESENTACIÓN / PÚBLICO INFANTIL Y FAMILIAR
 La niña riega la albahaca todos los días y al principio esta enamorado de ella. Está se hace pasar por varador de esos para robarle flores.

SÁBADO 4 DE OCTUBRE / 14:30 HRS
MICROFESTIVAL POETAS POR KM²
 A LO LARGO DE LA 6ª AVENIDA ZONA 1
 Poetas por KM² celebra su décimo aniversario con Microfestivales simultáneos en Madrid, Guatemala y 2 Tornos de la Red de Centros Culturales de CCEG en Guatemala. Es ciudad Guatemala se contará con la participación de poetas, escritores y la Biblioteca Infantil Itinerante. Consultar programación www.cceguatemala.org

7

MARTES 7 DE OCTUBRE / 18:30 HRS
CLUB DE CONFERENCIAS DE HISTORIA, ARTE Y CULTURA
LA TAUROMAQUIA, ¿CULTURA O BARBARIE?
EL TÓRREO EN IBEROAMÉRICA
 POR CARLOS TERREÑO
 - AUDITORIO
 El ciclo de conferencias, presentadas por Francisco Pérez de Antón, en esta ocasión acompañada por Carlos Terreno.

8

MIÉRCOLES 8 DE OCTUBRE / 18:00 HRS
CLUB DE CINEMA
DE TU VENTANA A LA MÍA
 PAULA ORIZ / ESPAÑA / 2011 / 101 MIN
 INDICADA A MENOR DIFERENCIA NIVEL, PREMIOS OTRA 2011
 - SALA DE CINE

MIÉRCOLES 8 DE OCTUBRE / 18:30 HRS
PRESENTACIÓN DE LA TESIS: EL APORTE DE LOS EMIGRANTES ESPAÑOLES A LA ECONOMÍA, CULTURA Y EDUCACIÓN DE GUATEMALA EN LOS AÑOS 1900-1968
 DE MIGUEL CASTRO



IMPARTEN JORGE HUGO CARRILLO Y JORJELINA CERRITOS
14, 16 Y 17 DE OCTUBRE / 14:00 A 18:00 HRS.
 - DONACIÓN - \$150.00

En el marco de la presentación de "Las Voces del tiempo" una coproducción costarricense, guatemalteca, salvadoreña y mexicana, el director Jorge Hugo Carrillo y la dramaturga, Jorgelina Cerritos, impartirán un Laboratorio desde el que compartirán parte de su metodología creativa, buscando comprender una realidad estética donde el actor sea co-creador de la palabra y el hecho teatral.

El taller se estructurará desde cuatro ejes:

1. La exposición personal, apertura sincera a la creación.
2. El actor, el texto y su relación con el espectáculo.
3. La interacción y la acción reacción-acción vehiculado para la presencia total.
4. La acción dramática como motor del hecho teatral.

Su fin es que al finalizarlo, los y las participantes puedan entender el trabajo actoral como un generador creativo del hecho escénico y la dramaturgia.

Jorge Hugo Carrillo Padilla. Actor, director y formador guatemalteco, ha trabajado como actor en más de 50 obras de teatro en Costa Rica y Guatemala y como director sus trabajos se han presentado en todo Centroamérica. De forma, entre otros, con Charo Frías y Roberto Chávez. Actualmente es el Director Artístico de Teatro 50 al Sur.

Jorgelina Cerritos. Actriz, poeta y dramaturga salvadoreña. Se formó en el marco del proyecto "El Caracolito", con José Sancho Sistierra y en enero de 2010 gana el Premio Laboratorio Latinoamericano Casa de las Américas en la categoría teatro, por su obra "Al otro lado del mar". También recibió el V Premio de Teatro Latinoamericano George Woodyard, por su obra "Viento Sur". Trabaja como directora, actriz y dramaturga de la compañía salvadoreña "Los del quinto piso".

Los interesados pueden inscribirse en el CCEG antes del 10 de octubre.

Fuente: <http://www.cceguatemala.org/>

MR: Información del tema

Cultura

José Herrero (2002) define el concepto como el comportamiento de los individuos de un grupo. El conocimiento propio acerca de la cultura de un grupo, viene de la observación de los miembros de este, concluyendo en los patrones específicos de comportamiento. Cada persona posee su mapa mental, guía de comportamiento llamada: cultura personal. Esta cultura personal es construida en parte por los mapas mentales de los miembros de su grupo social. La cultura de una sociedad se basa en la relación mutua que existen entre los mapas mentales individuales.

Herrero resalta las características universales de la cultura siendo las siguientes:

- a.** Compuesta por categorías: Las categorías y formas de clasificación de la realidad ayudan a la gente a no confundirse dentro del grupo.
- b.** Cultura es siempre un Código Simbólico: Los miembros de una misma cultura comparten iguales símbolos, como la lengua, que permite comunicarse entre ellos.
- c.** La cultura es un sistema arbitral: Cada persona escoge su propio modelo de comportamiento cultural, no hay reglas que exijan seguir uno definido.
- d.** Es aprendida: La cultura se va adquiriendo a través de un enseñador, siendo este la madre, el padre, algún familiar, la cultura no es interiorizada.
- e.** Es compartida: Para poder llevar una convivencia agradable y poder convivir juntos se necesita que los miembros tengan los mismos patrones de cultura, siendo esta compartida a través de la infancia, cuando se introduce a los niños en la sociedad.
- f.** Es un sistema integrado: Cada una de las partes se interrelaciona y afecta otras partes de la cultura.
- g.** Capacidad de adaptabilidad: Esta en constante cambio y dispuesta a estos.
- h.** La cultura esta en diferentes niveles de conocimientos: nivel implícito y explícito.
- i.** No es lo mismo la “idea propia de Cultura” que la “cultura real vivida”: El concepto de cultura varía en lo que la gente dice de cultura a lo que la gente ha vivido en una cultura, ese modelo ideal de lo que deberían de hacer, sobre lo que están haciendo.

j. La primera y principal función de la cultura es adaptarse al grupo: Conseguir la continuidad a través de los individuos nuevos, juntarse al grupo.

El concepto de Herrero acerca de la cultura se refiere más que todo al comportamiento del ser humano en un grupo social y los patrones que este sigue formando así sus culturales a través de culturas personales. La Unesco en 1982 realizó en México la “Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales” en la que la comunidad internacional o de manera afectiva a definir el concepto de cultural de la siguiente manera:

“...la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo.”



Fuente: <http://www.globalismohumanizado.com/>

Relación entre arte y Cultura

La página web de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) habla sobre la relación de estas, indicando que actualmente, las llamadas artes o Bellas artes producen obras y objetos que son valorados socialmente por las siguientes razones:

1. Por ser manifestaciones estéticas de una cultura, expresando los valores y elementos que estructuran a una sociedad.
2. Las artes, son fenómenos socio-culturales, que pueden explicarse a través de contextos históricos sociales, económicos y políticos.
3. Las artes proponen una serie de prácticas y valores que afectan en la sensibilidad de los individuos.
4. Ya que la cultura es una construcción constante de transformación, los cambios de los valores artísticos y hábitos estéticos dependen de las artes, ya que estos innovan la manera de percibir lo establecido como valores (<http://www.acatlan.unam.mx/>).

Las 7 bellas Artes

De Sá (2014) habla acerca de la diversidad de bellas artes que hay tales como:

1. ARQUITECTURA: Debido a su ingenio y uso que requiere de estética para crear construcciones armónicas con el espacio y de larga duración en el tiempo. Para los antiguos griegos la arquitectura era uno de los aspectos más importantes de su civilización.

2. ESCULTURA: Es considerada bella arte por la capacidad de crear figuras y formas en tercera dimensión, es considerada una de las formas de arte más primordiales desde la antigüedad hasta hoy en día.



<http://www.arqhys.com/>

3. PINTURA: De Sá indica que este arte es uno de los más reconocidos, ya que el hombre a empleado desde la antigüedad esta forma de expresión y un mecanismo para captar la realidad. Han sido cientos los pintores reconocidos a lo largo de la historia, siendo esta hoy en día una de las más populares y apreciadas.

4. MÚSICA: La capacidad del uso de instrumentos en esta arte para generar sonidos hace que la música sea considerada como bella arte. Estas creaciones han acompañado al hombre desde su existencia convirtiéndose en una forma de comunicación y arte que genera placer.

5. LITERATURA: Esta arte se crea a través de la palabra según de Sá, incluyéndose la poesía en esta categoría, ambas ofreciendo aportes a la humanidad, con piezas y autores que han hecho de estas una obra de arte.

6. DANZA: Debido a sus vigorosos movimientos al ritmo de la música es considerada una bella arte, siendo estos movimientos una expresión estética que disfrutamos.

7. CINE: El cine es el séptimo arte, se añadió a la lista en el siglo XX por Ricciotto Canudo, teórico y crítico cinematográfico quien añadió el cine a las bellas artes mediando su “Manifiesto de las siete artes” en 1911. Hoy este arte es uno de los más populares medios de expresión artísticos a nivel mundial, con piezas audiovisuales (De Sá, 2014)



<https://dadaisforever.files.wordpress.com>

Centro Culturales

Centro cultural de alto hospicio (2008) define un Centro Cultural como un “espacio abierto a la comunidad que tiene por objeto representar y promover calores e intereses artístico-culturales dentro del territorio de una comuna o agrupación de comunas” (culturadehospicio.wordpress.com, 2008).

En un Centro Cultural se realizan actividades culturales y actividades de creación, formación y difusión en diferentes ámbitos de la cultura, apoyando así mismo a organizaciones culturales, siendo este de carácter multidisciplinario.

Este cuenta con espacios para servicios culturales, salas con especialidades, salas para talleres, salas de exposiciones, reuniones, oficinas de administración, bodegas y baños; trabajan bajo un Plan de Gestión Cultural encargado de personal calificado para el cumplimiento de su fin.

Objetivos

Centro cultural de alto hospicio (2008) hace énfasis a que un Centro Cultural debe responder a las necesidades de la comunidad, promoviendo el bien común a través de la cultura para mejorar el futuro, integrando una comunidad responsable y respetuosa, democrática, tolerante y multicultural, siendo estos espacios donde su principal objetivo es organizar actividades de carácter cultural como: conferencias, exposiciones, tertulias, etc.

Arquitectura Barroca

Arte en España (2006) habla sobre el estilo artístico barroco que se desarrollo en el siglo XVII y mitad del siglo XVIII, nació en Italia extendiéndose hacia toda Europa. La palabra “barro” significa “irregular” que conecta con lo “no armonioso” indica el artículo.



<http://enciclopedia.us.es/>

Arte en España (2006) indica que existen diferentes Escuelas Barrocas las cuales son:

- **BARROCO CATÓLICO:** Muestra el triunfo de la Iglesia Católica sirviéndose de lujo y riqueza, se da en Italia, España y el sur de Alemania.

- **BARROCO ABSOLUTISTA:** Expresa el poder del Estado, se da en Francia.
- **BARROCO BURGUÉS:** Destaca la pintura con escenas de género y retratos agradables a la burguesía, dándose esta escuela en Holanda.

Características:

Sus edificios dotan movimiento con líneas curvas afirma Arte en España, alternado líneas cóncavas y convexas, dando lugar a fachadas alabeadas. Esta arquitectura tiene fuertes contrastes: recta-curva, claro-oscuro, carga-lejos en las perspectivas, etc.

Cuenta con frontones quebrados, entablamentos quebrados, columnas clásicas, pero no adosadas, con volumen pleno y columnas salomónicas (muy dinámica, con fuste retorcido que asciende en sentido helicoidal), se prefiere el óvalo al círculo, llamando a esta: el arte en movimiento. Se emplean bóvedas y cúpulas como cubiertas, siendo las cúpulas ovaladas. Esta arquitectura es aplicada en los edificios religiosos y civiles.

CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

Moreno (2013) comenta que la identidad visual es la identificación visual única y universal de una marca que se obtiene a través de signos y elementos, abarcando el diseño industrial, arquitectónico o ambiental al diseño gráfico. Todo en una empresa crea la identidad visual desde el logotipo hasta el vestuario de los trabajadores.

Moreno indica que existen dos formas de crear una identidad corporativa, las cuáles son:

- Improvisar
- Planificar

Para que el diseño de una empresa tenga un sentido y una misión comenta Moreno, se crea la identidad visual que es el proceso que llevará a que los productos, servicios y comunicaciones tengan coherencia con la estrategia global de la empresa y se presenta ante el mercado y la sociedad.

Moreno define la identidad en 5 niveles que son:

1. Identidad Cultural: El ambiente cultural de la organización: valores, experiencias, creencias, emociones con los cuales los clientes se identificarán y generarán una respuesta o cambio de comportamiento hacia la empresa/marca.

2. Identidad verbal: Esta se refiere al nombre de la empresa y sus producto con la cual se puedan referir a estos.

3. Identidad visual: La definición del logotipo.

4. Identidad Objetual: Crear una línea de diseño de los productos para que sean identificados y asociados con la marca.

5. Identidad Ambiental: La ambientación que se de dentro de la empresa comunicará la imagen global de este a través de elementos como el diseño de los espacios, colores, la iluminación, el olor, la música ambiente, atención al cliente, el servicio o la ubicación del establecimiento (Moreno, 2013).

Posteriormente a definir una identidad visual de la empresa se puede desarrollar una estrategia de comunicación para que la imagen de esta llegue y se posicione en la mente de los consumidores afirma Moreno.



<http://4.bp.blogspot.com/>

Diseño Publicitario

Fotonostra (2013) explica que el diseño que se encarga de crear, maquetar y diseñar publicaciones impresas y digitales, tales como: revistas, periódicos, libros, flyers, trípticos, afiches y soportes visuales utilizando otros medios visuales como la televisión o internet. Este intenta incrementar el consumo del producto o servicio a través de medios de comunicación. (<http://www.fotonostra.com/>)

Piezas de Diseño Publicitario

Fotonostra (2013) destaca piezas de diseño publicitario, las cuales son:

- **Folletos y flyers**

Los flyers también son llamados “volantes”, se utilizan para transmitir información publicitaria acerca de los productos y servicios de una empresa.

Los folletos presentan el producto o servicio de manera más detallada e ilustrada, resaltando las ventajas y características. El tamaño varía de acuerdo a la necesidad del producto o servicio y el manejo creativo que se le da a este. Los folletos se pueden clasificar de la siguiente manera:

- **Volante:** Contiene una sola hoja y dos caras
- **Díptico:** Compuesto por una hoja, un plisado y 4 caras
- **Tríptico:** Compuesto por una hoja, dos plisados y 6 caras

- **Tipos de posters y Carteles**

El propósito de este material, como lo indica Fotonostra, es captar la atención de las personas, mientras estas se encuentran en movimiento, estos deben ser visibles por las personas.



<http://www.alejandrogallego.es/>

<http://graffica.info/>

Publicidad Exterior

Grupo Graphic (<http://www.grupographic.com/>, 2011) en su página web indica que la publicidad exterior es un medio divulgativo de noticias o anuncios con fin comercial para atraer a compradores potenciales o espectadores en áreas públicas. Es eficaz y productiva, ya que es capaz de atraer al consumidor en la mayoría de ocasiones.

Los dos tipos de publicidad exterior son: fija y móvil. En la primera se encuentran las vallas, carteles o mupis, que son paneles luminosos instalados en las aceras. La publicidad exterior móvil es la que se reproduce en medios de transportes como: aviones, buses, carros, camiones, entre otros.

Este tipo de publicidad impactan y su fin es llamar la atención de los espectadores en su entorno afirma Grupo Graphic (2011). Los textos son directos, sencillos y con relación a la imagen para que se puede entender en un vistazo y se asocie el mensaje inmediatamente con el producto. Una de las ventajas de esta publicidad es que pueden abordar al público que anda mucho tiempo fuera de su hogar y no logran ver la publicidad televisiva o impresa.

Tipos de publicidad exterior

Kailep (2008) define tres tipos de anuncios publicitarios externos según el soporte: carteleras, transporte, mobiliario urbano.

Carteleras

Carteles, espectaculares o vallas: están estructuradas metálicamente y construidas sobre terrazas, terrenos en los cuales se colocan anuncios publicitarios a las personas que transitan afuera de su casa.



Fuente: www.vsacomunicacion.com/

Muros: Son los anuncios pintados o impresos colocados sobre paredes de edificios altos, impactando de gran manera sobre el tráfico vehicular y peatonal.



Fuente: alejandrapons.files.wordpress.com

Parabuses: Mupis, que se ubican en la para de los autobuses, para que los usuarios del transporte colectivo, conductores y peatones sean espectadores directos de estos anuncios publicitarios.



Fuente: www.fubiz.net/

Transporte

Vehículos de transporte colectivo: Kailep (2008) señala que estos se colocan los anuncios en la carrocería de los vehículos, donde se aprovecha las áreas planas y el recorrido diverso que estos tienen. En el caso de los taxis, se crea adicionalmente carrocería para mostrar la publicidad.



Fuente: achosimian.files.wordpress.com

Vehículos de transporte de carga: Se aprovecha la el área superior externa para colocar los anuncios publicitarios. La ventaja de este transporte es que recorren grandes distancias los cuales son espectadores las personas que circulan en carretera como en las ciudades que atraviesan.

Interior de vehículos de transporte colectivo: El mensaje es directo a los pasajeros de este transporte, colocándose en áreas definidas en el interior del vehículo (Kailep, 2008).

Mobiliario urbano

Terminales de transporte, centros comerciales, deportivos y de espectáculos: Se presentan en marcos construidos especialmente para la exhibición de los anuncios dentro de inmuebles en donde circulan muchas personas, señala Kailep (2008). Las áreas donde comúnmente se colocan es en paredes, pisos, relojes, pantallas de información, mupis, etc.

Fly Banners

Los fly banner es un sistema publicitario que llama la atención según indica Sosa Dias (s.f) útil para ubicarlo interna y externamente. Es muy utilizado este tipo de textil en eventos como: conciertos, golf, competencias, y así mismo en: supermercados y puntos de ventas al aire libre. Debido a la facilidad de cambio de la impresión del textil se puede usar para promocionar productos puntuales.



<https://adivinbanderasymastiles.files.wordpress.com/2010/11/bandera-publicitaria.jpg>

Publicidad y promoción

Diferencia Entre (2010) indica que los resultados y las técnicas de promoción y publicidad son elementalmente los mismos, sin embargo, existen diferencias entre estos, las cuales son:

- Tiempo invertido: La publicidad necesita una inversión de tiempo prolongada para obtener resultados, por otro lado, las promociones tiene resultados instantáneos.
-
- Impacto sobre las ventas: La promoción produce ganancias bajas, mientras que la publicidad obtiene ganancias más grandes.
-
- Costos en general

Publicidad

Sus técnicas son usualmente utilizadas por compañías medianas y grandes, siendo su objetivo, el reforzamiento de la marca y desarrollar ventas a largo plazo. Siendo los medios de comunicación los más populares para lanzar la publicidad, al igual que grandes carteleras y panfletos (Diferencia Entre, 2010)

El objetivo de la publicidad es la creación de marcas fuertes y las ventas a largo plazo, reforzando las ventas de mediano y corto plazo, por otro lado, ayuda a mejorar la lealtad del cliente, siendo este objetivo el principal de la publicidad.



Fuente: <http://danelvdesign.com/es/wp-content/uploads/2014/08/buffalo-publicidad-verano.jpg>

Promoción

Diferencia Entre (2010) afirma que su enfoque es a resultados a corto plazo, no siendo su objetivo el de la creación de una marca como lo es la publicidad, su meta principal es la generación de ventas a corto plazo, utilizándose comúnmente a través de cupones de descuento, promociones dos por uno, muestras gratis del producto y eventos especiales. Los costos de las promociones son relativamente más bajos, promocionando a diario o semanalmente el producto.

Estas dos herramientas de promoción y publicidad pueden llegar a ser complementarias, reforzándose entre sí.

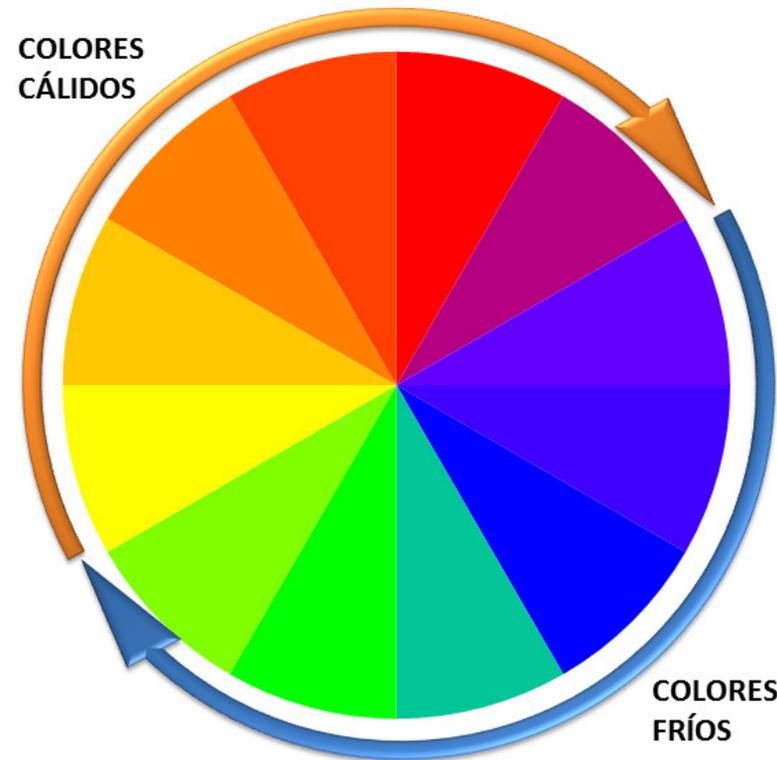
Color

El blog de fotografía artística y publicitaria (s.f.) indica que el color tiene gran capacidad de comunicación, ya que a través de este se transmiten sensaciones y sentimientos, siendo un elemento importante dentro de la imagen, ya que adquiere simbologías, significados concretos y/o transmite sensaciones.

La principal función del color es atraer la atención del público, despertando interés. Este elemento se ha vuelto útil para la identificación de marcas concretas en el ámbito publicitario, por eso es importante conocer la simbología que cada uno representa, para que sea funcional según la publicidad que se realice.

Los colores cálidos dan sensación de actividad, de alegría, de dinamismo, de confianza y amistad. Estos colores son el amarillo, el rojo, el naranja y la púrpura en menor medida.

Los colores fríos dan sensación de tranquilidad, de seriedad, de distanciamiento. Colores de este tipo son el azul, el verde, el azul verdoso, el violeta, cian, y a veces el celeste. Un color azul acuoso es perfecto para representar superficies metálicas. Verdes oscuros saturados expresan profundidad (Blog de fotografía artística y publicitaria, s.f.).



<https://yotambientengouncomaron.files.wordpress.com/2012/04/circulo-cromatico.png>

GRUPO OBJETIVO

Los siguientes datos fueron obtenidos a través de un instrumento de investigación para conocer al grupo objetivo de la comunicación visual del Centro Cultural de Escuintla “Lic. Arístides Crespo Villegas”. El instrumento utilizado fue una encuesta, la cual se difundió a través de la red social de Facebook siendo contestada por 60 personas, entre ellas hombres y mujeres de 12 y 18 años que estudian nivel medio en colegios e instituciones del municipio de Escuintla. Se quería saber cuánto sabían los jóvenes acerca del Centro Cultural de Escuintla y el interés por sus actividades, para su efecto, las preguntas se enfocaron con este fin, investigando así el medio de difusión al cual ellos tienen más acceso y su interpretación gráfica de colores, tipografía e ilustraciones, llegando a las siguientes conclusiones:

Perfil Geográfico:

Según las respuestas obtenidas del instrumento de investigación se puede definir que el grupo objetivo del Centro Cultural de Escuintla que residen entre las zonas 1 y 5 del municipio.

Perfil Demográfico:

El grupo objetivo está conformado por hombres y mujeres comprendidos de 13 a 19 años de edad, estudiando más de la mitad en establecimientos privados, nivel básico y diversificado, con un nivel socioeconómico C y D.

Perfil Psicográfico:

Se contemplan en los resultados del instrumento que más del 50% de los jóvenes invierten la mayor parte de su tiempo navegando en las redes sociales y en salir con sus amigos: Para ellos el internet es el medio de comunicación en donde pasan más tiempo siendo Facebook la red social que más frecuentan y Pinterest la menor. La música, el baile y la pintura son las artes que más les llaman la atención y por las cuales están más interesados en desarrollarse.

El Centro Cultural de Escuintla es conocido por la mayoría de estos jóvenes, pero la interactividad que ellos tienen con este centro es poca, ya que más de la mitad solo lo visita una vez al mes y el grupo restante no tiene conocimiento de las actividades por lo cual no participan en ellas.

La mejor percepción de información que tienen es de manera escrita, y el medio impreso que más les parece atractivo son las valla publicitarias, prefiriendo las imágenes fotográficas que las ilustradas y contemplando los colores fríos mas aptos para la cultura y el arte.

Méndez (2013), afirma que en esta etapa las personas van entrando a la adolescencia, implicando muchos cambios en su cuerpo, emocionales, sexuales. A estos adolescentes les preocupa el poder divertirse y van formando su propio criterio sobre las situaciones, pero no alcanzando la madurez y la estabilidad de una persona adulta. Descubren y forman valores, principios políticos, religiosos y sociales, se vuelven mas sociales y consientes de sus problemas, a través de la experiencia de nuevas cosas buscan su identidad.

Gestión del proceso de diseño

CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO

Logotipo

Centro cultural de Escuintla Lic. Aristides Crespo Villegas.

Tarjeta de Presentación

3ra. Avenida 9-00 zona 1 Es cuintla, Escuintla
7889-2219 y 78896185
centroculturaldeescuintla@gmail.com
templo de arte y cultura

Hoja memebretada

3ra. Avenida 9-00 zona 1 Es cuintla, Escuintla
7889-2219 y 78896185
centroculturaldeescuintla@gmail.com
templo de arte y cultura



Programa de actividades

Programa de actividades, 2015, mes

- Hora cultural Festival de cultural y artístico. Estudiantes nivel medio.
- Concurso de Canto, estudiantes de nivel medio.
- Concurso de declamación, estudiantes de nivel primaria
- Concurso de oratoria, estudiantes de nivel primaria
- Concurso de Baile, estudiantes de nivel medio.

- Concierto de marimba al aire libre, Centro Cultural.
- Clases didácticas de marimba a estudiantes de nivel medio.
- Programa televisivo de marimba transmitido por Canal 33
- Festival de teatro concurso de teatro con estudiantes de nivel medio.
- Premio a la excelencia académica, reconocimiento a los mejores estudiantes de nivel medio.
- Galardón Palmera de Jade reconocimiento por destacamiento en el arte.
- Obras de teatro grupo de teatro del Centro Cultural.

3ra. Avenida 9-00 zona 1 Es cuintla, Escuintla
7889-2219 y 78896185
centroculturaldeescuintla@gmail.com
templo de arte y cultura.

Trifoliar Informativo

3ra. Avenida 9-00 zona 1 Es cuintla, Escuintla
7889-2219 y 78896185
centroculturaldeescuintla@gmail.com
templo de arte y cultura.



Flyer, mupis, banner

-Imagotipo
-Templo de arte y cultura

DISEÑO DEL CONCEPTO

DC: BÚSQUEDA DEL CONCEPTO

Mapa mental

La siguiente técnica creativa para conceptualizar consiste en utilizar una palabra clave y de esa se desglozan otras palabras que llevarán hacia otras que se vinculen.



Frases conceptuales:

- Espacio de transformación que ilumina
- El blanco transformado
- Cálidos patrones en geometría
- Repitiendo la calidez rítmica Lluvia de ideas

Lluvia de ideas

Este proceso de conceptualización consiste en que en base a una palabra escribir todas las palabras que se vengan en mente relacionadas a esta.

Cultura artística

colorido	entrega pasión	satisfacción	transformación
patrones	estilo	aprendizaje	guía
belleza	texturas	enseñanza	placer
historia	sonrisas	cautivante	estilo de vida
relajante	envuelve	dedicación	tiempo
vida	geometría	convertir	

Arquitectura Barroco

orgánico	arcos	no tradicional
envolver	curvas	360
sobrecargado	cilíndrico	dinamismo
sobrecargado	esférico	movimiento
picos	cóncavo	convexo
alternar	contrastes	perspectiva
volumen	columnas	óvalo
bóvedas	cúpulas	rectángulos

Moderno

Reciente	actual	reconstruir
nuevo	avanzado	renovar
rejuvenecer	juventud	vida
vivo	ajustado	adecuado
presente	generar	

Frases conceptuales:

- Vida que envuelve el presente
- Movimiento que inspira transformación
- Dinámica belleza ajustada
- Transformación dinámica en perspectiva
- Generando perspectiva hacia una transformación
- Contrastando Dinámicamente la vida

Lluvia de ideas

Este proceso de conceptualización consiste que de una palabra base se deriven las demás, manteniendo relación a esta.

Cultura artística

colorido	entrega pasión	satisfacción	transformación
patrones	estilo	aprendizaje	guía
belleza	texturas	enseñanza	placer
historia	sonrisas	cautivante	estilo de vida
relajante	envuelve	dedicación	tiempo
vida	geometría	convertir	

Arquitectura Barroco

orgánico	arcos	no tradicional
envolver	curvas	360
sobrecargado	cilíndrico	dinamismo
sobrecargado	esférico	movimiento
picos	cóncavo	convexo
alternar	contrastos	perspectiva
volumen	columnas	óvalo
bóvedas	cúpulas	rectángulos

Moderno

Reciente	actual	reconstruir
nuevo	avanzado	renovar
rejuvenecer	juventud	vida
vivo	ajustado	adecuado
presente	generar	

Frases conceptuales:

- Vida que envuelve el presente
- Movimiento que inspira transformación
- Dinámica belleza ajustada
- Transformación dinámica en perspectiva
- Generando perspectiva hacia una transformación
- Contrastando Dinámicamente la vida

DC: FUNDAMENTACIÓN DE LA IDEA ●●●●●●●●●●**Concepto**

“*Movimiento que inspira transformación*” se seleccionó este concepto ya que en el se aplica el mensaje que se quiere dar al grupo objetivo con el proyecto, la arquitectura característica del centro cultural y la cultura artística.

La arquitectura del Centro Cultural de Escuintla esta basada en el estilo barroco, este estilo es conocido por sus columnas salomónicas, sus arcos, el dinamismo y es conocido como el arte en movimiento. Es por eso que el concepto esta formado por la palabra “*movimiento*” ya que hace referencia al movimiento reflejado en la arquitectura del establecimiento y aplicada en la imagen del centro con formas orgánicos.

Se busca transmitir un mensaje moderno a través de la imagen, modernidad significa: reciente, actual, reconvertir, nuevo, avanzar, renovar, juventud, lo moderno *inspira*, así mismo el arte, llevando a crear y desarrollar cosas que place ver y escuchar, la inspiración es algo que fluye en el interior dándose a conocer a través de obras, por eso la palabra “*inspiración*” se representará como “*fluidez*” en el diseño, aplicándose en las formas. El arte es una *transformación* que convierte una hoja en blanco en una hermosa pintura, un simple instrumento genera increíbles melodías.

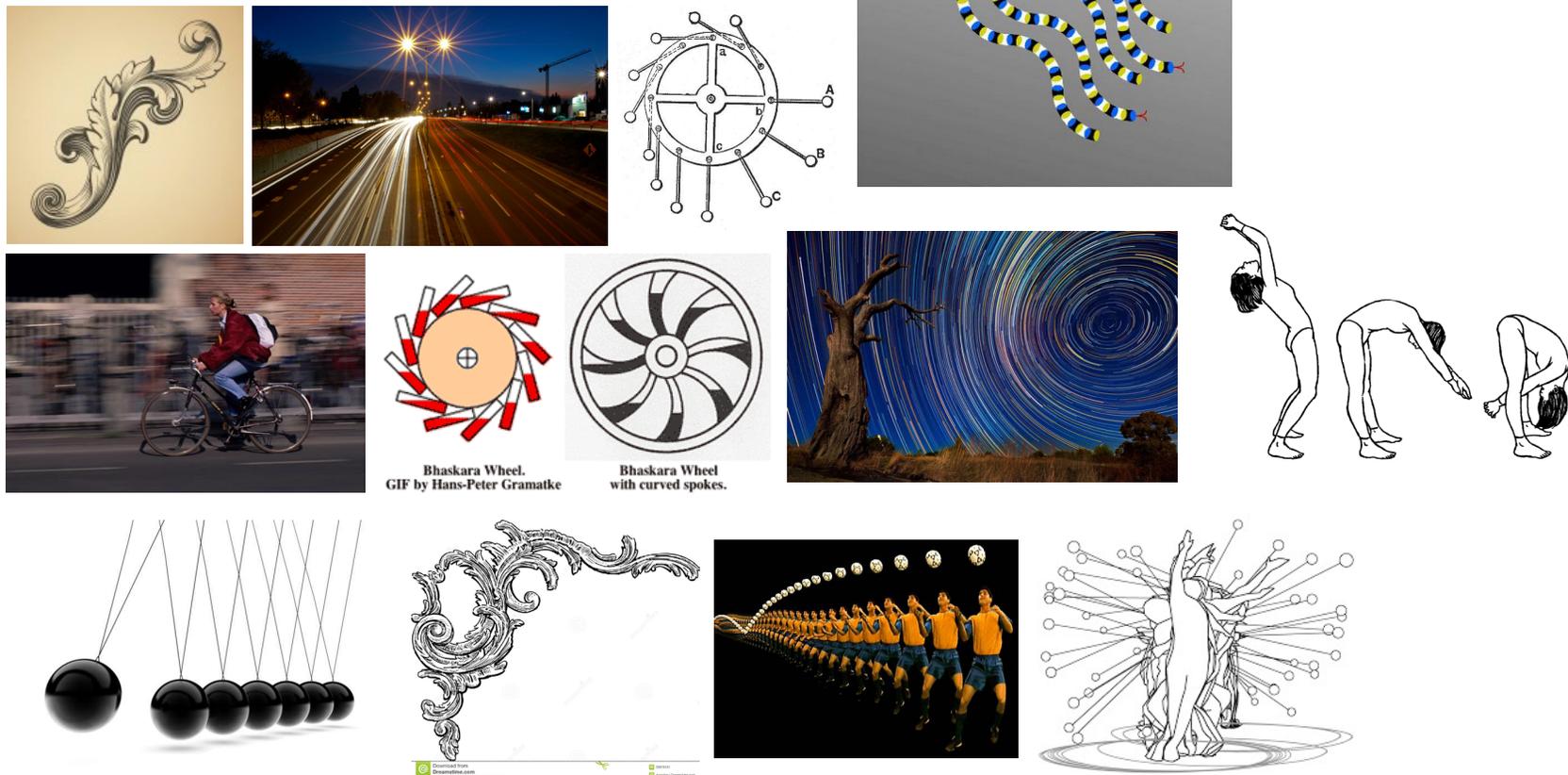
El arte transforma el nada en algo significativo que se convierte en un placer para los cinco sentidos, reflejando la pasión por la cultura artística. Transformar en un cambio, por eso los soportes color blanco, como comúnmente se utilizan, serán cambiados a color crema.

La retórica utilizada en esta frase conceptual es la *metonimia* (designia una causa por medio de su efecto) . Siendo “movimiento” la causa por la cual sucede el efecto de “transformación”.

CM: MOODBOARD

Las siguientes imágenes se buscaron en base a cada palabra que forma el concepto que ayudará a la representación gráfica para el desarrollo del diseño.

Movimiento



Inspiración



Tipografía



Transformación



CODIFICACIÓN DEL MENSAJE

CM: VISUALIZACIÓN

Imagotipo

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
Color	Transmitir la calidez del lugar en su ubicación geográfica.	cálidos y neutros	Tropicalidad
Tipografía	Combinar las formas orgánicas del isotipo.	Sans serif	Movimiento
Elemento gráfico	Determinar un espacio	Círculo	Orden

Isotipo

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
Forma	Generar fluidez, transformación de ejes rectos a curvos y movimiento a través de curvas..	Vectores en Adobe Illustrator CS6	Dinamismo
Color	Variedad de combinaciones	Beige	Versatilidad

Papelería

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
Color	Representar la variedad de artes que presentan en el lugar.	cálidos y neutros	Inspiración
Tipografía	Contrastar las formas rectas con los ejes curvos	Serif	Equilibrio
Formas	Generar movimiento en el diseño.	Vectores en Adobe Illustrator CS&	Dinamismo

Formato	Crear un espacio adecuado para la presentación de todos los elementos.	Tarjeta de presentación: Tamaño: 3.5 x 2" Orientación: horizontal Soporte: Papel lino crema 180g. Hoja membretada Tamaño: 8.5 x 11" Orientación: vertical Soporte: Papel lino crema 90g Folder Tamaño: 18x12" Orientación: horizontal Soporte: Papel opalina	Orden
----------------	--	--	-------

Pines

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
Color	Crear opciones según preferencias de colores contrastantes	cálidos y neutros	Juvenil
Imagotipo	Patrocinar la nueva imagen del Centro cultural y generar con ella formas.	Nuevo imagotipo	Identidad
Tipografía	Contrastar con formas rectas los ejes curvos	Serif	Equilibrio

Programa de actividades

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
Color	Diferenciar el mes.	cálidos y neutros	Identificación
Tipografía	Simplicidad en el contenido.	Serif	Limpieza

Diagramación	Recorrido visual de lectura.	tres columnas	Orden
Formato	Facilidad de transportarlo	Tamaño: 3 x 8" Soporte: Papel Lino crema 120g.	Versátil

Trifoliar

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
Fotografía	Descanso visual en el contenido.	Imágenes relacionadas con el Centro Cultural	Armonía
Color	Crear armonía en el diseño.	Cálidos y neutros	Vida
Formas	Generar movimiento.	Vectores en Adobe Illustrator CS6	Dinamismo
Tipografía	Equilibrar con formas rectas los ejes curvos.	Serif	Contraste
Diagramación	Generar orden visual	Formal	Limpieza

Flyer

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
Fotografía	Exponer los espacios del Centro cultural.	Tamaño: 800 x 1200 px Filtro: Vintage	Inspiración
Imagotipo	Presentar la nueva imagen del Centro Cultural.	Nuevo imagotipo	Identidad
Tipografía	Generar una composición contemporánea	Sans serif	Modernidad
Diagramación	Generar orden visual	Formal	Limpieza

Banner

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
Color	Composición armoniosa y atractiva.	ICaálidos y neutros	Vida
Imagotipo	Dar a conocer la nueva imagen a la población.	Imagotipo	Identidad
Tipografía	Contrastar con rasgos rectos los ejes curvos.	Serif	Equilibrio

Mupis

Elemento	Función	Tecnología	Expresión
Fotografía	Presentar los espacios del Centro cultural.	Filtro: Vintage Tamaño: 120 x170 cm	Familiarización
Imagotipo	Exponer la nueva imagen del Centro cultural	Nuevo imagotipo	Identidad
Tipografía	Mejor visibilidad del texto para el espectador y una composición contemporánea	Serif	Modernidad

ESTRATEGIA DE MEDIOS

Fase I (material impreso)

¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?			¿Cómo se distribuirá?		
Piezas y soporte	Carácter	Propósito	Lugar	Tiempos	A través de quien
-Logotipo -Tarjeta de presentación (3" x 2") -Hoja membretada (8.5" x11") -Folder	Visual	Crear una identidad visual al Centro Cultural	Centro Cultural de Escuintla	Enero 2015	Patrocinio del ministerio de arte y cultura.

Fase II (material impreso)

¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?		¿Cómo se distribuirá?			
Piezas y soporte	Carácter	Propósito	Lugar	Tiempos	A través de quien
Trifoliar 11" x 8.5"	Informativo	Informar a los visitantes de los servicios que brinda el Centro Cultural	Centro Cultural de Escuintla	Enero 2015, en cada actividad que se realice.	Patrocinio del ministerio de arte y cultura.
Programas de actividades 3" x según lo requerido	Informativo	Informar a los visitantes de las actividades del Centro Cultural.	Centro Cultural de Escuintla	Enero 2015, en cada actividad que se realice.	Patrocinio del ministerio de arte y cultura.
Pines 3"	Promocional	Promover la nueva imagen del Centro Cultural	Centro Cultural de Escuintla	Enero 2015, en cada actividad que se realice.	Patrocinio del ministerio de arte y cultura.

Fase III (material digital)

¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?			¿Cómo se distribuirá?		
Piezas y soporte	Carácter	Propósito	Lugar	Tiempos	A través de quien
Flyer 800 x 1200 pixeles	Publicitario	Promover la nueva imagen del Centro Cultural	Fan Page de Facebook del Centro Cultural de Escuintla	Febrero 2015, semanalmente	Administración del Centro Cultural
Banner 100x300cms	Publicitario	Promover la nueva imagen del Centro Cultural	Parqueo del Centro Comercial Pradera Escuintla	Febrero 2015, mensualmente.	Administración del Centro Cultural.
Mupis 117.5 x 170 cms.	Publicitario	Promover la nueva imagen del Centro Cultural	Interior del Centro Comercial Pradera Escuintla	Marzo - Abril 2015, mensualmente.	Administración del Centro Cultural.

BOCETAJE

Logotipo

Para dar inicio al proceso de bocetaje se tomó en cuenta la información anterior de acuerdo al grupo objetivo, la necesidad del cliente y lo antes definido en la tabla de codificación del mensaje.

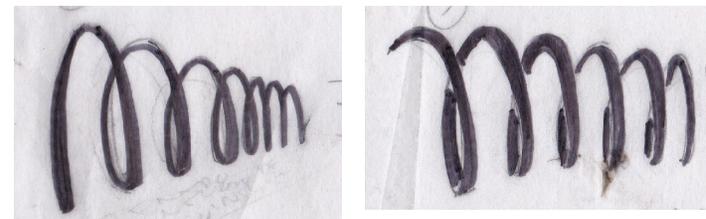
El cliente solicitó representar su isotipo a través de la infraestructura del Centro Cultural, a partir de esta demanda se utilizó dos elementos representativos del lugar que son: los arcos de los pasillos (en dos perspectivas diferentes) y la fachada exterior vinculadas con el concepto: Movimiento que inspira transformación.



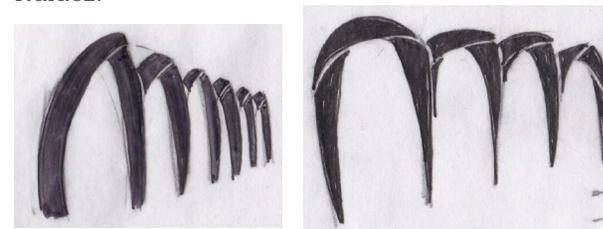
Basándose en estas formas se llegó a la primera propuesta.

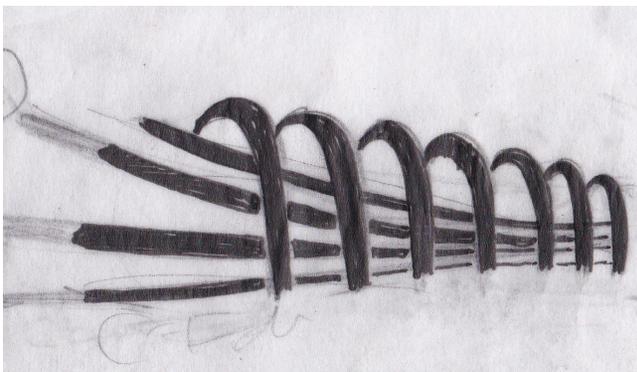
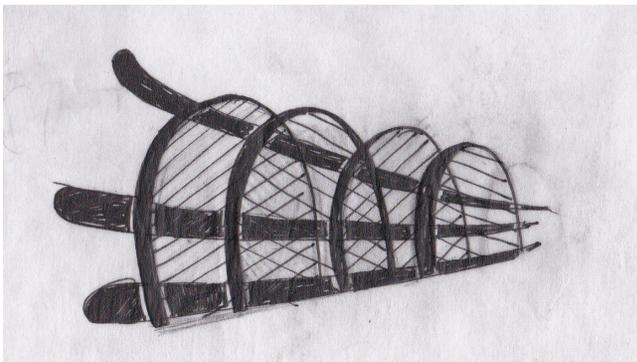
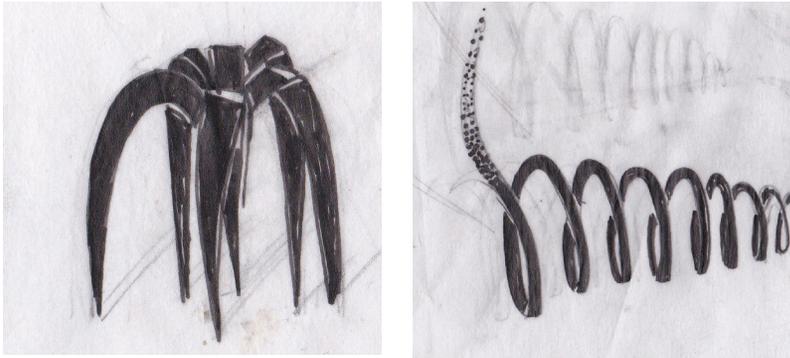
Propuesta I

En base a lo planificado en la codificación del mensaje, en la búsqueda de expresar dinamismo, el primer elemento utilizado fue el grupo de arcos, abstrayéndolos del original, intentando líneas orgánicas que vinculen al barroco (estilo arquitectónico del lugar), al concepto: movimiento (terminaciones redondas), inspiración (fluidez), transformación (distintas proporciones).



Se fue variando la posición y las terminaciones para generar más fluidez.

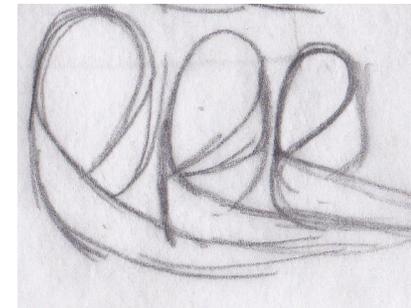
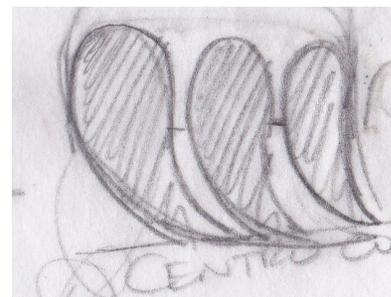


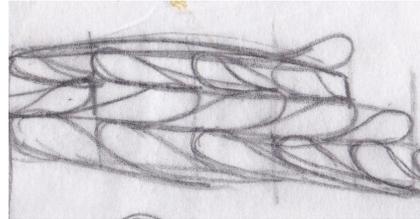
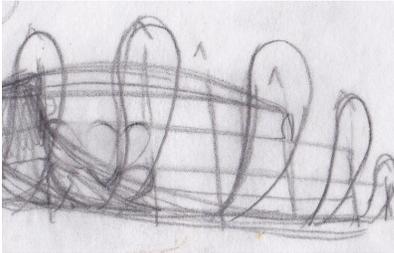


Estas propuestas no funcionaron debido a que no estaba representando al lugar en su esencia, semejándose a propuestas existentes y poco originales.

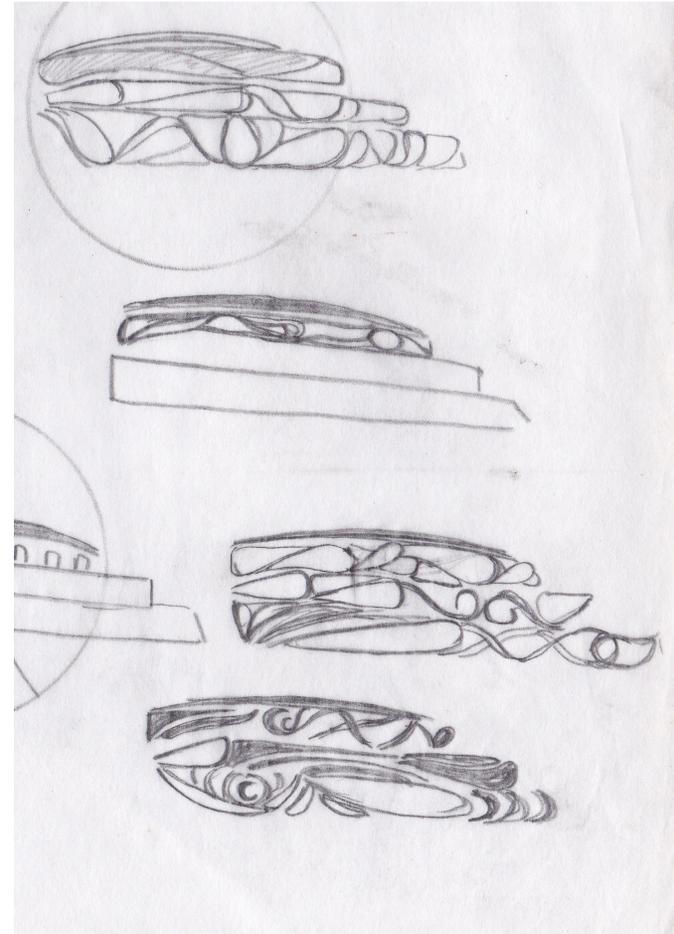
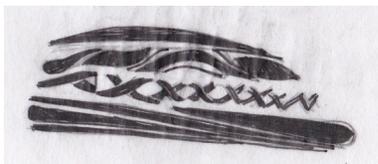
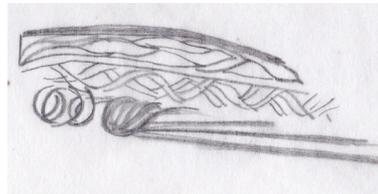
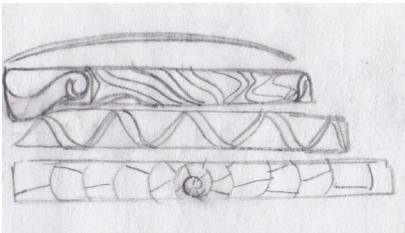
Propuesta II

The Free Dictionary (2007) define las bellas artes como la manera de expresar movimiento, figuras y sonidos. Se llegó a la siguiente propuesta iniciando por el uso de un elemento gráfico extraído de los arcos del lugar, jugando con sus formas y posiciones de tal manera que generaran movimiento. Posterior a esto, se mezcló la forma del arco con la fachada, buscando un diseño con formas orgánicas que generaran fluidez y dinamismo.





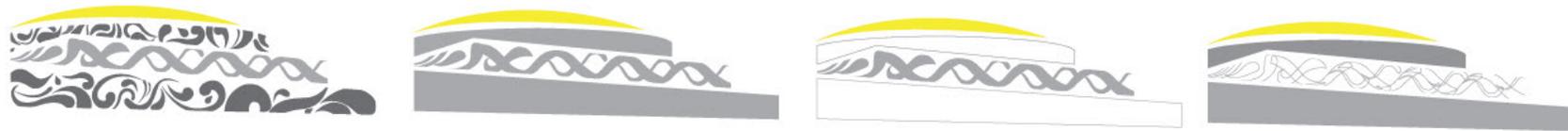
Para representar el movimiento, sonido y figuras que las bellas artes expresan como lo define The Free Dictionary (2007), se dividió la fachada en tres niveles, en representación de cada expresión, jugando con distintas formas orgánicas que fueran fluidas, generaran movimiento y distintas proporciones.



Se empezó con las pruebas de tipografía según la tabla de codificación del mensaje buscando una sans serif que equilibrara las formas orgánicas.



A causa de su pesor visual, se fue simplificando y definiendo la forma.



La propuesta no estaba funcionando debido a que las formas orgánicas se percibían como parte de la fachada la cual no existía y podía confundir a los espectadores.

Propuesta III

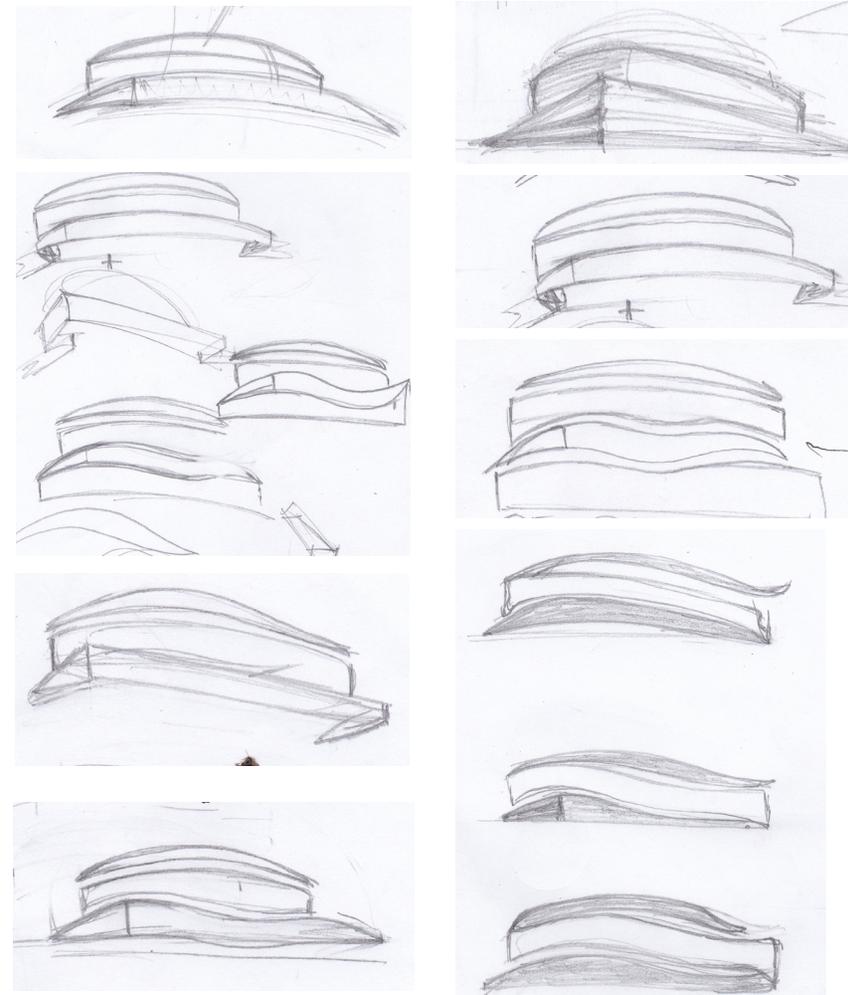
Las formas orgánicas aplicadas en la propuesta anterior, despertaba la idea de que estas formaban parte de la fachada real del lugar, por lo tanto, se utilizaron formas que si se encontraban en esta, pequeños bordes que se encuentran en la esquina, posicionándolos de manera que reflejaran movimiento a través de su longitud, haciendo una propuesta más lineal que orgánica.

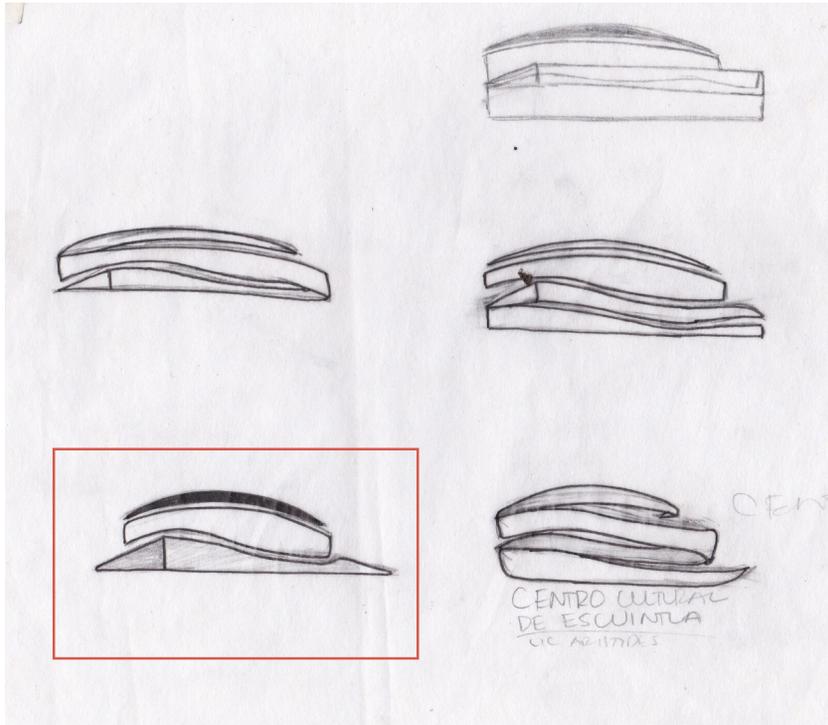


A esta propuesta se le aplicaron colores joviales (anaranjado), que inspiraban creatividad (morado), alegría y cultura (amarillo). No funcionaba como logotipo para este Centro Cultura porque se había vuelto muy rígido, se percibían formas como un libro abierto y era pesado visualmente y el movimiento se había perdido.

Propuesta IV

A causa de la rigidez de la propuesta anterior, se hizo 18 pruebas en las cuales se comunicara fluidez, transformación y movimiento.



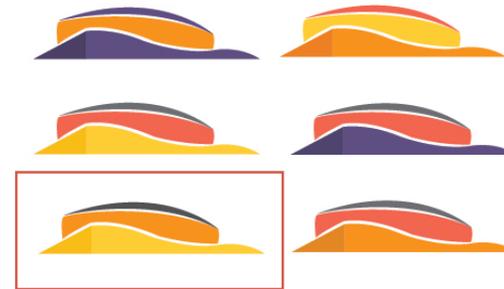


Simplificando cada vez más el isotipo, se llegó a la siguiente propuesta, en donde los ejes tienen variaciones curvas y rectas, estas mismas crean movimiento y sus formas generan la fluidez que se buscaba.



Color

Siguiendo la codificación del mensaje se buscan colores que sean versátiles y se puedan combinar, expresando así mismo arte y cultura.



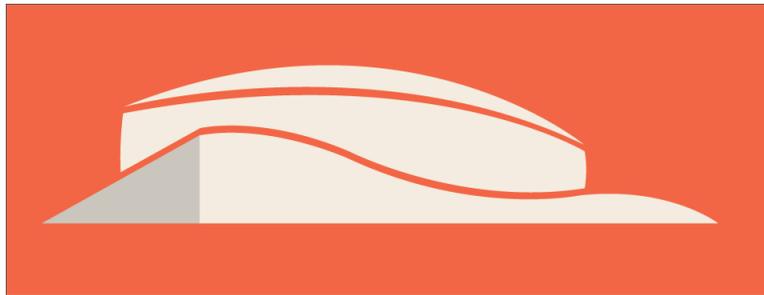
Se escogieron estos colores por su connotación.

-Gris: Madirolas (2010) indica que este color inspira la creatividad, aportando un equilibrio a los otros dos colores, la parte de arriba va con este color por ser la más delgada y pequeña, así no se pierde visualmente.

- Naranja: Cruz (2015), menciona que el color naranja expresa juventud y dinamismo.

-Amarillo: Cruz menciona que este color es utilizado para expresar calidez, dinamismo y alegría, indicando que es estimulante, asociándolo de igual manera con el color de la fachada del Centro Cultura. Está aplicado en la parte de abajo, por ser el color más claro y ser esa la parte más grande.

Estos colores no cumplían con la versatilidad y la combinación que se propuso en la codificación del mensaje, por eso se cambió a color beige, ya que es un color neutro y accesible para tener una variedad de combinaciones en el fondo.



Tipografía

En la elección de tipografía se encontró una en la cual sus formas combinaran con las formas orgánicas del isotipo, que sus terminaciones fueran similares, con ejes curvos que expresan movimiento pero con ejes rectos que generen equilibrio.



Propuesta preliminar

Según lo planificado en la codificación del mensaje, se busca definir un espacio que permita encerrar el imagotipo, por eso se utilizó un círculo, ya que este representa movimiento por ser un elemento curvo, creando con este un protagonismo al imagotipo, modernidad y un área definida.



Los colores del círculo están basados en la tropicalidad que se quiere expresar conforme a la ubicación geográfica del municipio, transmitiendo calidez. Generando así una paleta de color conforme al grupo objetivo, con matices lumínicos. Sin embargo, para generar un contraste al momento de diseñar las demás piezas, se estableció un color principal el cual contrastaría con la paleta de colores y brindándole elegancia, para abarcar no solo a los jóvenes sino también a los adultos que tienen acceso a este espacio, siendo este gris oscuro.

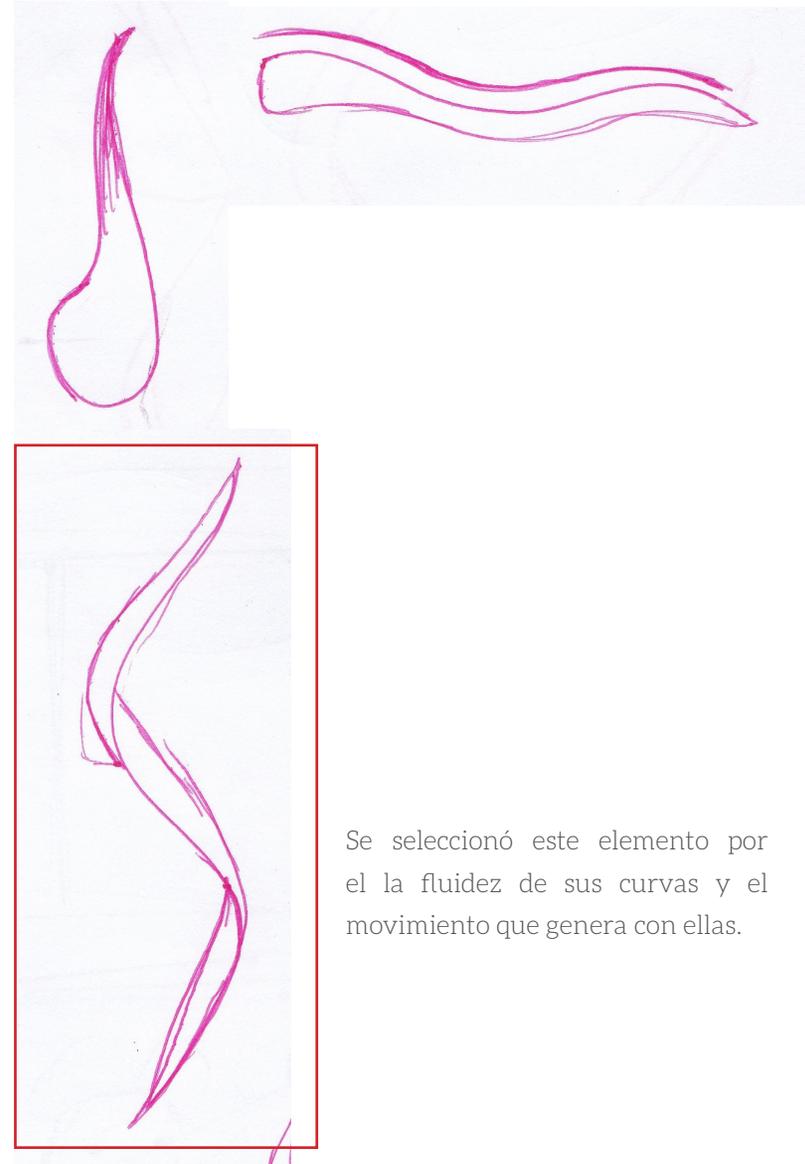
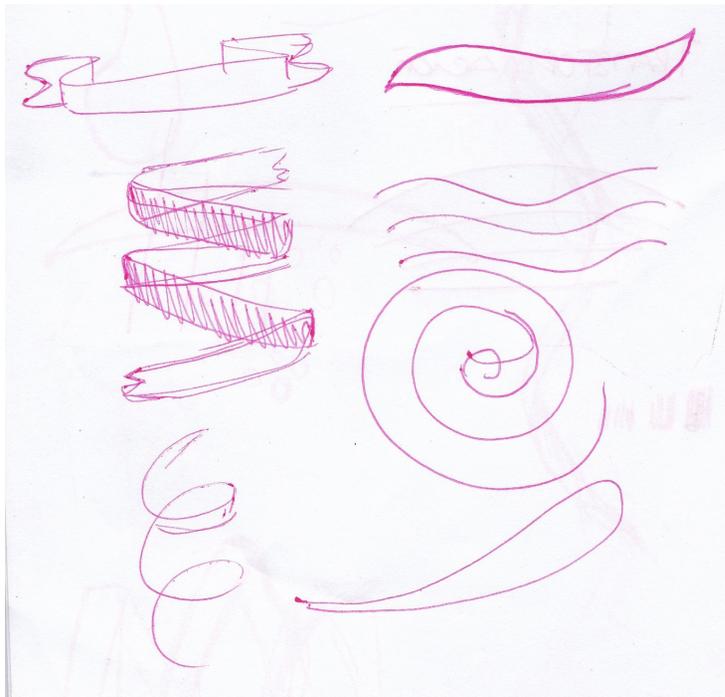


El uso del logotipo puede ser de dos formas, según la necesidad del espacio visual, con círculo o sin círculo.

Papelería

El bocetaje de la papelería se trabajó siguiendo la paleta de color del imagotipo preliminar representando en este caso, las diversas artes que se presentan en el lugar.

Siguiendo con el concepto que Free Dictionary (2007) define de las bellas artes, “expresión de figuras y movimiento”, y tomando en cuenta la palabra “movimiento” e “inspiración” del concepto, se desarrollaron formas orgánicas que reflejaran estas palabras, convirtiéndose en un elemento gráfico de apoyo dentro del diseño.



Se seleccionó este elemento por el la fluidez de sus curvas y el movimiento que genera con ellas.

Tipografía

Para los titulares se aplicará el mismo tipo de letra del imagotipo para llevar una secuencia de imagen. En los subtulares se considera una tipografía sans serif con ejes rectos y curvos que compenetra simpleza y un peso visual ideal para el diseño, por su simplicidad de forma.

“El templo del arte y la cultura”
Sansation

“EL TEMPLO DEL ARTE Y LA CULTURA”
BEBAS NEUE

“El templo del arte y la cultura”
Anna

“El templo del arte y la cultura”
Corbel

“El templo del arte y la cultura”
Bariol

“El templo del arte y la cultura”
Helvética Neue

Para plasmar equilibrio en el diseño con la tipografía, se optó aplicar un tipo de letra serif para el cuerpo de texto, por sus terminaciones rectas y simples.

3ra. Avenida 9-00 zona 1
Aver

3ra. Avenida 9-00 zona 1
Georgia

3ra. Avenida 9-00 zona 1
Aleo light

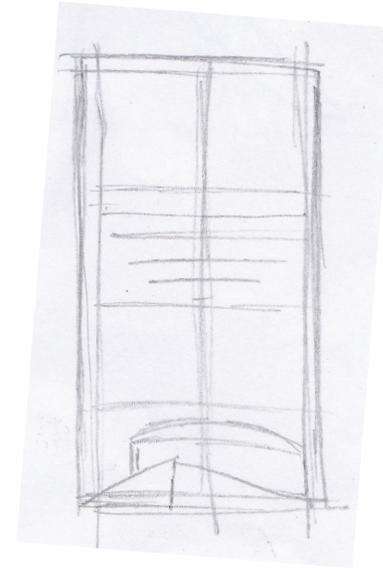
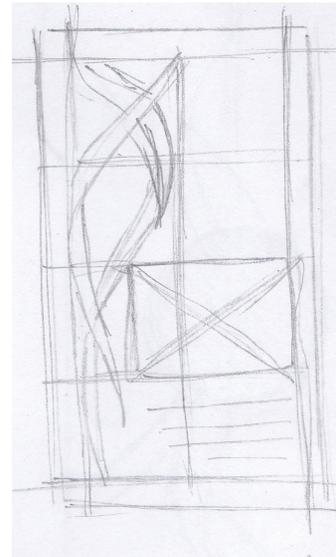
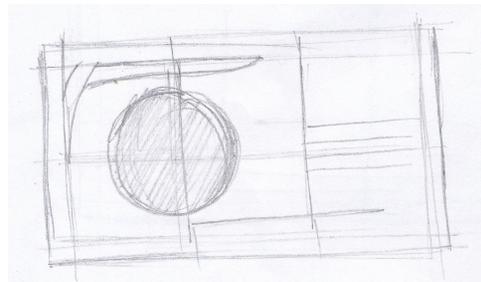
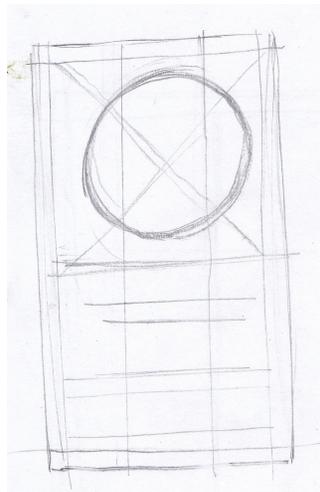
3ra. Avenida 9-00 zona 1
Kefa

3ra. Avenida 9-00 zona 1
Derivia

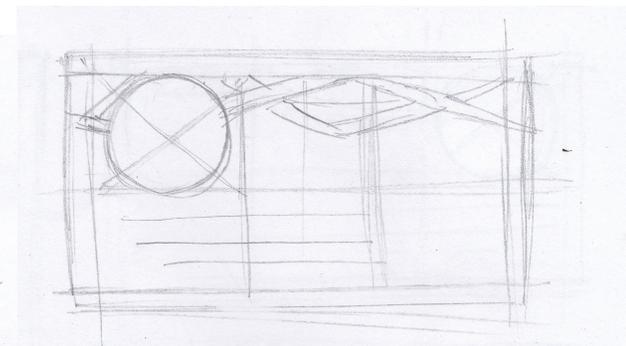
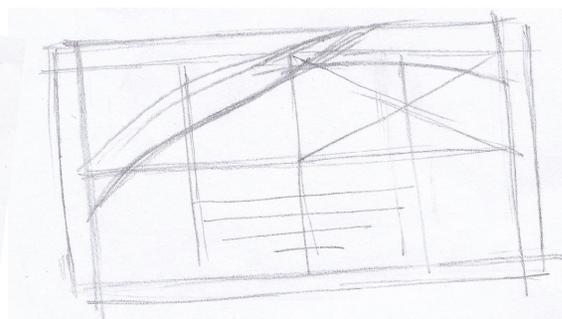
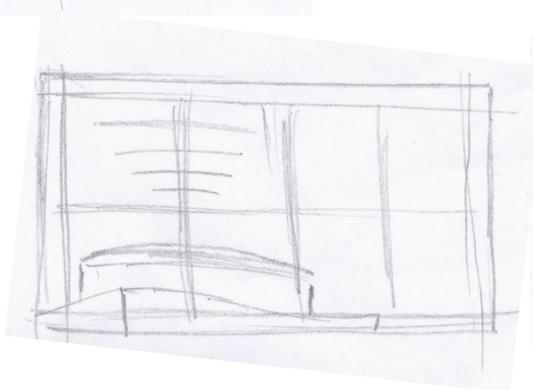
3ra. Avenida 9-00 zona 1
Modum

El cliente hizo la demanda que dentro de la papelería se colocara la frase que ellos utilizan al referirse al centro cultural: "El templo del arte y la cultura". La primera pieza diseñada fue la tarjeta de presentación, que sirve como base para el diseño de las demás piezas.

Tarjeta de presentación



En la tarjeta de presentación se busca destacar el imatipo y usar como elemento de apoyo la figura orgánica que se diseñó previamente.





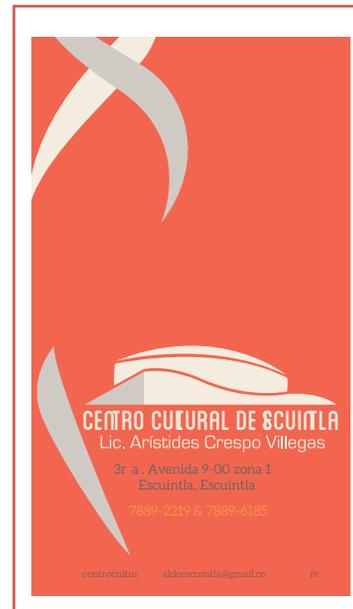
Se diseñó una tarjeta simple, sin formas orgánicas, siendo funcional por su minimalismo pero con falta de movimiento, por eso se descarta



Este diseño es solo a dos colores, con una forma orgánica que genera movimiento, sin embargo el contraste es visualmente muy pesado.



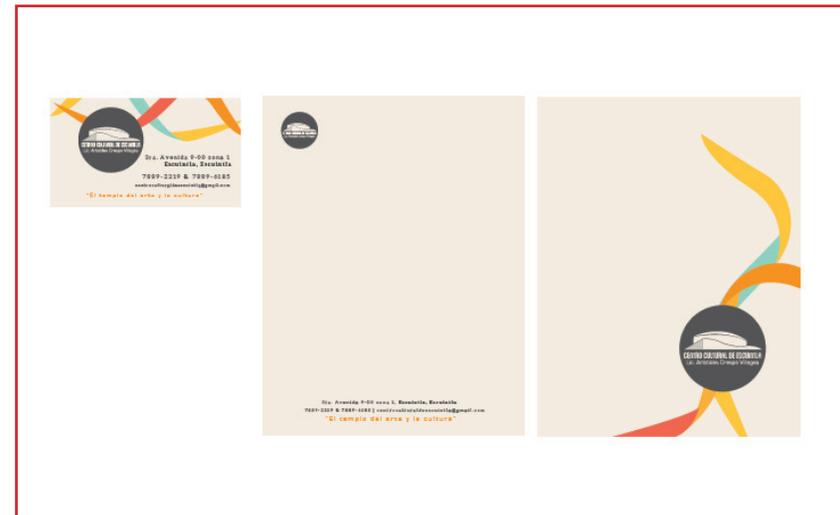
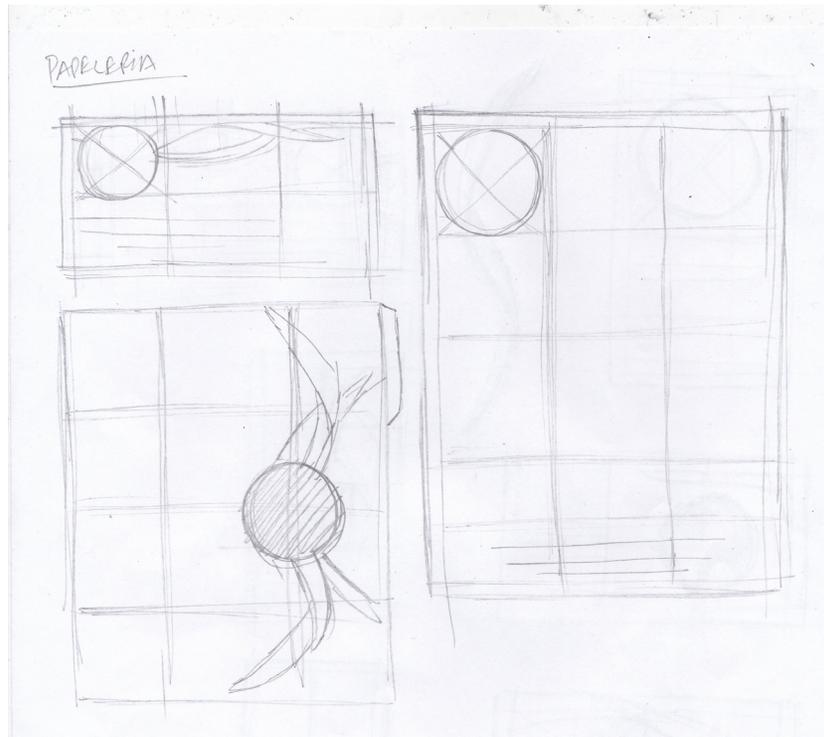
En esta tarjeta ya se varían los colores, haciendo más suave el diseño, con una diagramación simple y sobresaliendo el imalogotipo como elemento principal, jugando con las formas orgánicas de tal manera que generen movimiento.

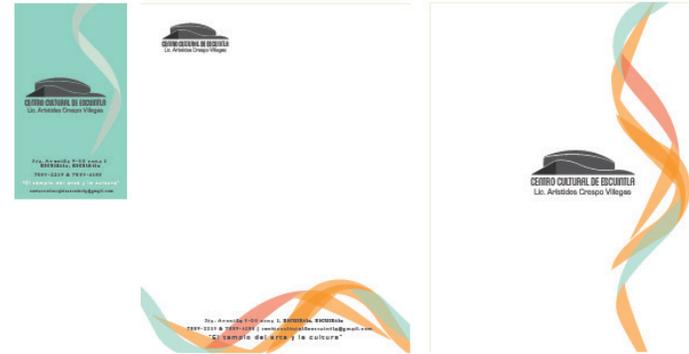
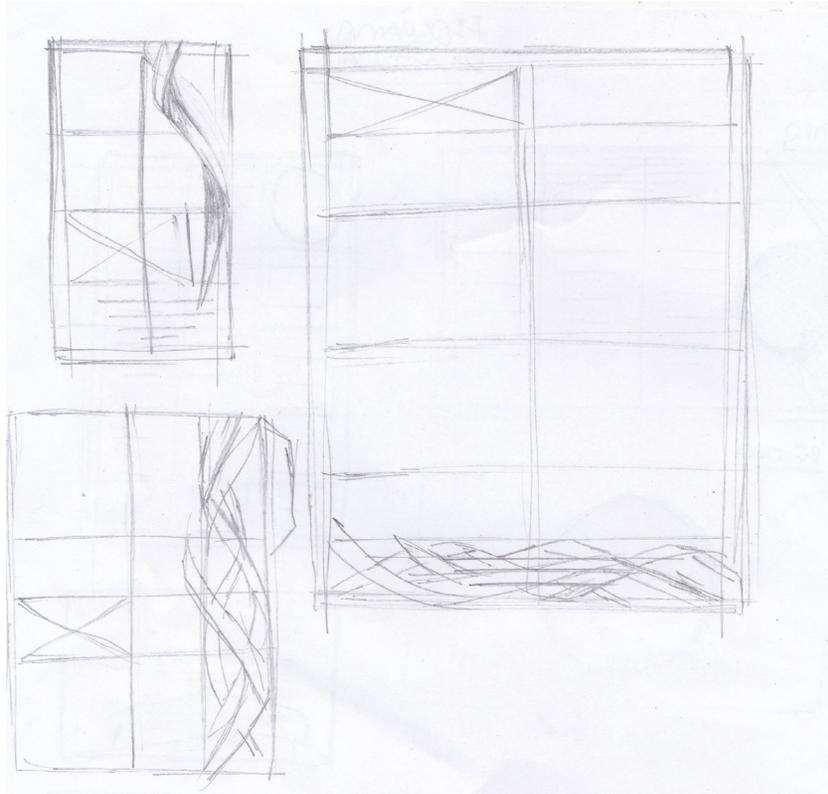


Se eligieron estas propuestas porque funcionaban mejor en cuestión de color, destacando más el imalogotipo y la fluidez que se establece a través del elemento de apoyo, creando un estilo simple y dinámico.

Papelería

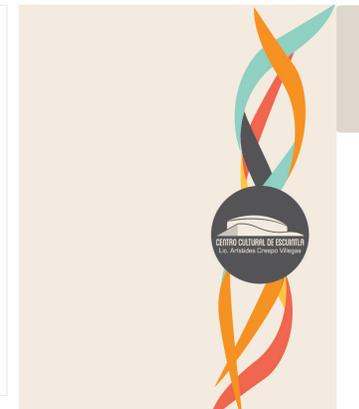
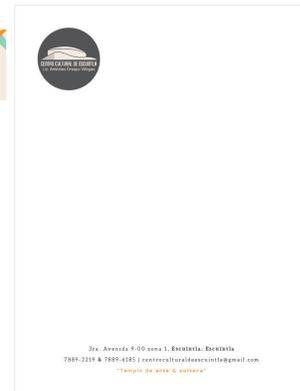
A partir del diseño de las tarjetas de presentación escogidas se diseñaron las demás piezas: hoja membretada y folder.





Se escogió la primera propuesta por presentar colores más solidos y la variedad de estos apelan a las diferentes artes que en este espacio se presentan, agregando más colores y formas orgánicas.

Papeleria



Pines

Se propuso el uso de pines como material promocional con el fin de que la nueva imagen del centro cultural sea constante en la vida cotidiana de los visitantes y sirva de recuerdo del lugar, regalándolos en cada visita al centro.

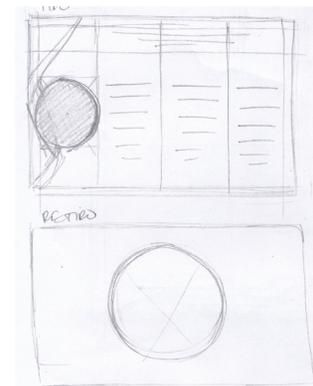
Se hizo dos propuestas de diseño de los pines, las cuales funcionan, ya que se presenta el imago tipo como tal, para que las personas puedan ir familiarizándose con el, el otro diseño juega con la forma del isotipo creando formas gráficas interesantes junto con la frase del Centro Cultural. Los colores se variaron para que las personas tuvieran opciones según sus preferencias.



Programa de actividades

Evidenciando la escasez de información que las personas del municipio reciben del centro cultural acerca de las actividades que en este realizan, según los resultados de las encuestas; se consideró ideal el desarrollo de programas con las actividades mensuales realizadas en el lugar, para que las personas por medio de estos se informen de lo que se realiza.

Teniendo en cuenta la reproducción mensual de las piezas, se optó por diseñarlo a un solo color para que los gastos de impresión fueran bajos y por medio del color diferenciar el mes. Los colores aplicados son los mismos de la paleta de color previamente seleccionada.



-Logotipo derecha, elemento gráfico atrás del mes, plicas separando los datos.

-Logotipo con elemento gráfico atrás, separando columnas con plicas.



Se diagramó a tres columnas para generar un recorrido visual, sin elementos gráficos, considerando el peso visual a causa de la saturación de información en el contenido.

según las actividades del mes

3"

ENERO			Febrero			Marzo			Abril		
FECHA	ACTIVIDAD	HORA	FECHA	ACTIVIDAD	HORA	FECHA	ACTIVIDAD	HORA	FECHA	ACTIVIDAD	HORA
04	Bata cultural	10:00 pm	04	Bata cultural	10:00 pm	04	Bata cultural	10:00 pm	04	Bata cultural	10:00 pm
08	Concurso de Cuentos	01:00 pm	08	Concurso de Cuentos	01:00 pm	08	Concurso de Cuentos	01:00 pm	08	Concurso de Cuentos	01:00 pm
12	Concurso de Escrituras	08:00 pm	12	Concurso de Escrituras	08:00 pm	12	Concurso de Escrituras	08:00 pm	12	Concurso de Escrituras	08:00 pm
15	Concurso de Cuentos	10:00 pm	15	Concurso de Cuentos	10:00 pm	15	Concurso de Cuentos	10:00 pm	15	Concurso de Cuentos	10:00 pm
18	Concurso de Balle	08:00 pm	18	Concurso de Balle	08:00 pm	18	Concurso de Balle	08:00 pm	18	Concurso de Balle	08:00 pm
21	Clases de Música	08:00 pm	21	Clases de Música	08:00 pm	21	Clases de Música	08:00 pm	21	Clases de Música	08:00 pm
24	Clases de Artes	07:00 pm	24	Clases de Artes	07:00 pm	24	Clases de Artes	07:00 pm	24	Clases de Artes	07:00 pm
27	Programa Informativo	08:00 pm	27	Programa Informativo	08:00 pm	27	Programa Informativo	08:00 pm	27	Programa Informativo	08:00 pm
29	Festival de Teatro	18:00 pm	29	Festival de Teatro	18:00 pm	29	Festival de Teatro	18:00 pm	29	Festival de Teatro	18:00 pm
29	Presentación de	13:00 pm	29	Presentación de	13:00 pm	29	Presentación de	13:00 pm	29	Presentación de	13:00 pm
30	Clases de Artes	03:00 pm	30	Clases de Artes	03:00 pm	30	Clases de Artes	03:00 pm	30	Clases de Artes	03:00 pm
31	Clases de Teatro	04:00 pm	31	Clases de Teatro	04:00 pm	31	Clases de Teatro	04:00 pm	31	Clases de Teatro	04:00 pm

“Templo de arte & cultura”

ENERO
Programa 2013

“Templo de arte & cultura”

FEBRERO
Programa 2013

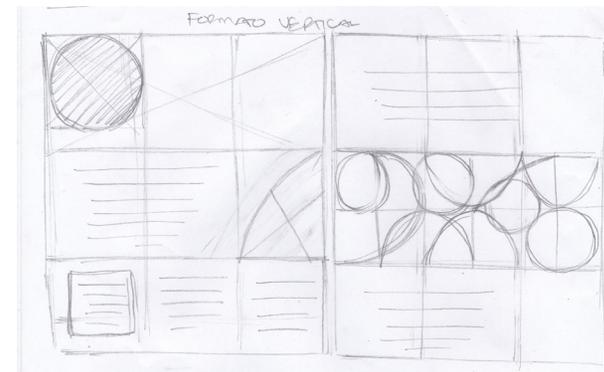
“Templo de arte & cultura”

MARZO
Programa 2013

“Templo de arte & cultura”

MAYO
Programa 2013

Trifoliar



-Trifoliar con orientación horizontal y elementos circulares. Descartado porque sería difícil para las personas llevar el orden de la lectura.



-Trifoliar con orientación vertical y formas orgánicas.

Se diseña el material informativo según la codificación del mensaje, con fotografías que funcionan como descanso visual, con una diagramación formal para generar orden y limpieza, con las formas orgánicas creando movimiento y el uso de color diverso armoniza el diseño.

Flyer

El propósito del flyer es el exponer los espacios del centro cultural por medio de fotografías, presentando la nueva imagen con una composición contemporánea, estos se distribuirán a través de las fan page del Centro en Facebook, con una dimensión de 800 x 1200 pixeles.

Los espacios del Centro Cultural seleccionados para las fotografías, son aquellos en los cuales las personas transitan más al momento de visitar el lugar, con el fin de traer a la mente estos lugares por medio de los flyers.

TEMPLO DE ARTE & CULTURA

CENTRO CULTURAL DE ESCUINTLA
 Lic. Arístides Crespo Villegas
 7a. Av. # 101 zona 1 Escuintla, Escuintla
 7889-2219 & 7889-6385
 centroculturaldeescuintla@gmail.com

GOBIERNO DE GUATEMALA

...sino también se descubrieron los rasgos talentos artísticos escultóricos.

RESEÑA HISTÓRICA
 El lugar donde actualmente se encuentra el Centro Cultural de Escuintla "Lic. Arístides Crespo Villegas" esta bien documentado desde su nacimiento pues desde el año de 1923 a 1945 funcionaron diferentes establecimientos y escuelas del estado, siendo la última La Escuela Para Niños "15 de Septiembre" durante un año de 1944 a 1945. En el año de 1968 un fuerte temporal azota la ciudad de Escuintla dañando varias edificaciones entre estas la famosa "15 de Septiembre" como se le llamaba en aquel entonces, teniendo esto como resultado la caída de una de las paredes en la parte sur.

Por lo que en el año 1995, se desarrolló el edificio a excepción de las muros perimetrales. Cuando inició a la construcción del Centro Cultural de Escuintla, en el año 2001. Por parte del Excmo. Jefe de Ejecución, Lic. Arístides Crespo Villegas y el lanzamiento de FONAPSA y COORDINAR. Por tal razón, el 29 de noviembre del 2001, la Corporación Interamericana por 2004, adquiere el nombre CENTRO CULTURAL DE ESCUINTLA "Lic. Arístides Crespo Villegas" Activo que es ratificado a través del Acuerdo Gubernativo No. 20-2003 del Ministerio de Cultura y Deportes, publicado el 14 de marzo del año 2003.

El día de fundación año 2002, se inaugura el Centro Cultural de Escuintla "Lic. Arístides Crespo Villegas", cuya creación tiene por objeto, que las esculturas, tengan un Centro Cultural en el cual no solo se puedan promover y fomentar el arte por la cultura y el gusto por el arte.

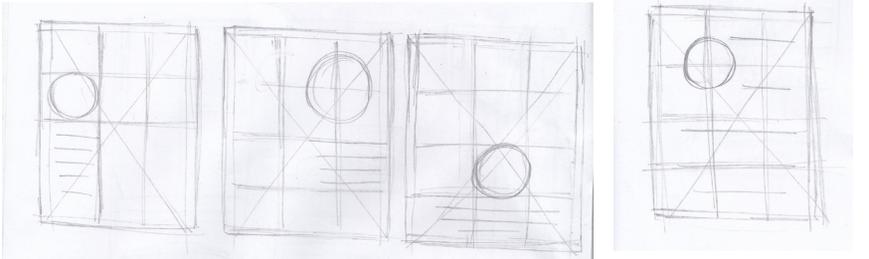
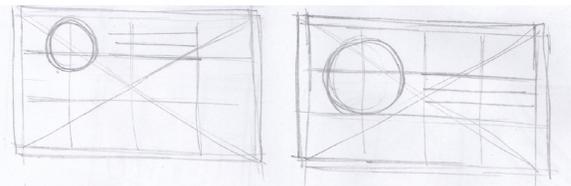
ESCUELA DE ARTES

AUDITÓRIUM

Quisque fragat porta esse sed vehicula. Nunc quis diam et nunc sagitta liberozum sed ut ipsum. Ut ut diam condecoratum, laetitia quam ac, aliquet odio. Praesent in consectetur justo. Aliquamvelit fringilla non nisi et mollis. Sed volutatem egestas justo in pretium. Nulla facilis. Vivamus molestie lectus.

Lovent trisum dolor est amet, consectetur adipiscing elit. Utam vehicula id para eu laetitia. Donec, risum ornare faucibus. Fames egestas ante est amet maas ante congue. Phasellus vel ante lobortis, pulvinar eros ultrices, faucibus enim. Nulla eu velit in lectus tristique tristique vitae sed tortor. Aenean dapibus, mauris ac ultrices faucibus, nunc ipsum pretium ante, ac blandit et lectus eu nulla. Sed tincidunt dui qui tenev rhoncus liberozum.

Quisque fragat porta esse sed vehicula. Nunc quis diam et nunc sagitta liberozum sed ut ipsum. Ut ut diam condecoratum, laetitia quam ac, aliquet odio. Praesent in consectetur justo. Aliquamvelit fringilla non nisi et mollis. Sed volutatem egestas justo in pretium. Nulla facilis. Vivamus molestie lectus sed augue conseqat, fringilla ornare magna pretium. Nam posuere diam metus, vel augue mauris venenatis quis interdum et mollis. Nulla facilis. Vivamus molestie lectus sed augue conseqat, fringilla ornare magna pretium. Nam posuere diam metus, vel augue mauris venenatis quis interdum et mollis.



La diagramación para la distribución de los elementos dentro del flyer es formal, como lo planificado en la codificación del mensaje, generando un orden visual.

El imagotipo monocromático se implementó para generar un mejor contraste con la fotografía, ya que en este caso, lo que destaca son los espacios del lugar, aplicando una tipografía sans serif, con forma alargada apelando al filtro de estilo vintage que se aplicó en la fotografía. La diagramación es formal brindando un orden visual.

Propuesta I



Se seleccionó este espacio, porque es la entrada principal al auditorium, convirtiéndose esta en un área importante en el lugar.



Esta área se encuentra en la parte interna del auditorium, se escogió ya que es un recorrido que las personas tienen al momento de ir al segundo nivel, el cual brinda una escena atractiva con el aporte de luz y sombras.



El techo del auditorium es un área que pasa por desapercibida por muchas personas, ya que es poco usual que dirijan su vista al techo, pero genera un sentido atractivo a través de sus ejes y diseño.



El área de las banderas es fundamental, ya que representa el patriotismo guatemalteco.



Este pasillo lleva al área donde se exponen las fotografías, visualizando los arcos representativos del lugar.



El área externa es importante, ya que las personas pueden pasar un momento de convivencia en este, mostrando la entrada del mercado de artesanías y exponiendo la diversidad de áreas del lugar.

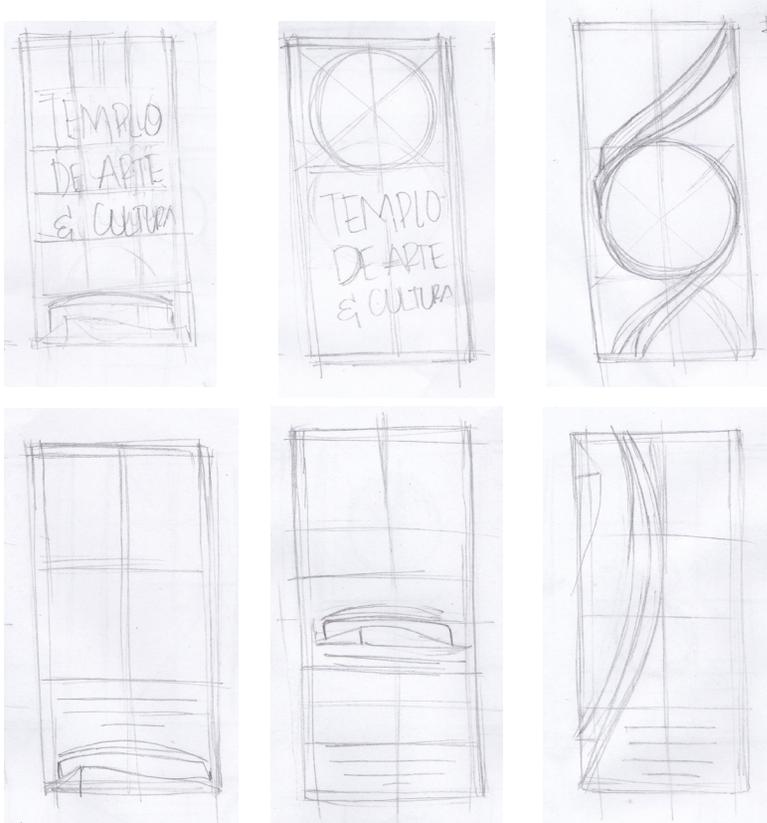
Propuesta II



En estas propuestas el texto armoniza con varios blending modes, siendo el tamaño más grande y variaciones en color y en otras implementación de formas.

Banner

Para promover la nueva imagen del centro cultural y llegar a un público al cual los flyers y mupis no llegan, se optó por la implementación de banners en el municipio de Escuintla, estos estarán ubicados en la rotonda principal para que pueda ser percibida por los conductores y las personas que se muevan por esa vía, con una dimensión de 100 x 300 cms.



Se desarrolló el diseño de estos plasmando principalmente el imago tipo y la frase impuesta por el cliente. Como son piezas que serán vistas instantáneamente se considera el poco uso de elementos, y el uso de colores contrastantes, guiando al espectador a verlos.

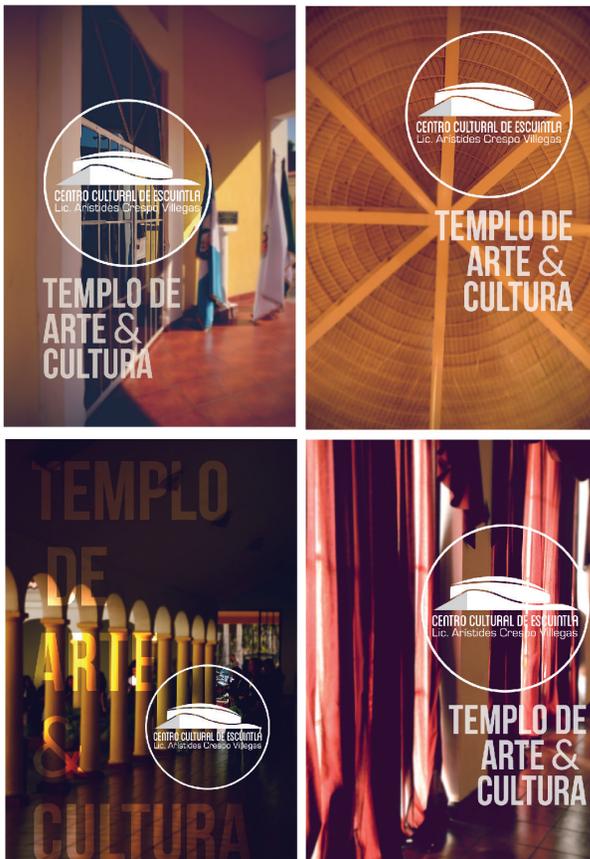


La selección de los dos diferentes banners fue por la composición que se logró en estos: el primero por el uso del imago tipo como elemento de apoyo, destacando la frase, y el segundo por el aprovechamiento del espacio y la aplicación de los dos elementos previamente planificados que son: imago tipo y frase.

El imago tipo se aplicó monocromáticamente para generar un diseño ligero y no tuviera un mayor peso visual. La tipografía es la misma aplicada en el flyer, se planificó utilizar una serif en la codificación del mensaje, pero debido al mejor aprovechamiento del formato, por ser una tipografía alargada y aportar limpieza se consideró más apropiada.

Mupis

El objetivo de los mupis, al igual que el de los flyer es exponer los espacios del centro cultural y su nueva imagen, pero en este caso a un grupo objetivo distinto al cual los flyers no llega. Por ser un medio el cual la vista de espectador es rápida, se utilizó de igual manera la tipografía grande, para que fuera visible y contemporáneo.



Propuesta preliminar del imagotipo



Propuesta preliminar de papelería

Se mejoraron las formas de los elementos gráficos, junto con la diagramación de la tarjeta de presentación y se llegó a esta propuesta preliminar de papelería. Se redujo el número de listones para que fuera un diseño más simple y destacara más el contenido y no los elementos de apoyo, haciendo estos menos circulares gerando más fluidez. Se agregó en la hoja membretada elementos de apoyo para crear una conexión con las demás piezas.



Propuesta preliminar de pines



El cambio que se hizo en la propuesta preliminar de los pines fue en el texto del pin, cambiando el eje curvo por un eje recto para que todos los textos tuvieran una misma conexión y no fuera distinto de los otros.

Propuesta preliminar de programa de actividades

 ENERO PROGRAMA 2015 <small>714, AVENIDA 9-00 ZONA 1 ESCUARIDA, ESCUARIDA 7889-2219 & 7889-6185</small>			 Febrero PROGRAMA 2015 <small>714, AVENIDA 9-00 ZONA 1 ESCUARIDA, ESCUARIDA 7889-2219 & 7889-6185</small>			 Marzo PROGRAMA 2015 <small>714, AVENIDA 9-00 ZONA 1 ESCUARIDA, ESCUARIDA 7889-2219 & 7889-6185</small>			 Abril PROGRAMA 2015 <small>714, AVENIDA 9-00 ZONA 1 ESCUARIDA, ESCUARIDA 7889-2219 & 7889-6185</small>		
FECHA	ACTIVIDAD	HORA	FECHA	ACTIVIDAD	HORA	FECHA	ACTIVIDAD	HORA	FECHA	ACTIVIDAD	HORA
04	Hora cultural Fiesta de cultura y artístico. Estudiantes nivel medio.	10:00 am	04	Hora cultural Fiesta de cultura y artístico. Estudiantes nivel medio.	10:00 am	04	Hora cultural Fiesta de cultura y artístico. Estudiantes nivel medio.	10:00 am	04	Hora cultural Fiesta de cultura y artístico. Estudiantes nivel medio.	10:00 am
08	Concurso de Canto Estudiantes de nivel medio.	06:00 pm	08	Concurso de Canto Estudiantes de nivel medio.	06:00 pm	08	Concurso de Canto Estudiantes de nivel medio.	06:00 pm	08	Concurso de Canto Estudiantes de nivel medio.	06:00 pm
12	Concurso de Declamación Estudiantes de nivel primaria.	08:00 pm	12	Concurso de Declamación Estudiantes de nivel primaria.	08:00 pm	12	Concurso de Declamación Estudiantes de nivel primaria.	08:00 pm	12	Concurso de Declamación Estudiantes de nivel primaria.	08:00 pm
15	Concurso de Oratoria Estudiantes de nivel primaria.	10:00 am	15	Concurso de Oratoria Estudiantes de nivel primaria.	10:00 am	15	Concurso de Oratoria Estudiantes de nivel primaria.	10:00 am	15	Concurso de Oratoria Estudiantes de nivel primaria.	10:00 am
18	Concurso de Baile Estudiantes de nivel medio.	09:00 am	18	Concurso de Baile Estudiantes de nivel medio.	09:00 am	18	Concurso de Baile Estudiantes de nivel medio.	09:00 am	18	Concurso de Baile Estudiantes de nivel medio.	09:00 am
21	Concierto de Marimba Al aire libre. Centro Cultural.	05:00 pm	21	Concierto de Marimba Al aire libre. Centro Cultural.	05:00 pm	21	Concierto de Marimba Al aire libre. Centro Cultural.	05:00 pm	21	Concierto de Marimba Al aire libre. Centro Cultural.	05:00 pm
24	Clases didácticas de Marimba A estudiantes de nivel medio.	07:00 pm	24	Clases didácticas de Marimba A estudiantes de nivel medio.	07:00 pm	24	Clases didácticas de Marimba A estudiantes de nivel medio.	07:00 pm	24	Clases didácticas de Marimba A estudiantes de nivel medio.	07:00 pm
27	Programa televisivo de Marimba Transmisión por Canal 33	08:00 pm	27	Programa televisivo de Marimba Transmisión por Canal 33	08:00 pm	27	Programa televisivo de Marimba Transmisión por Canal 33	08:00 pm	27	Programa televisivo de Marimba Transmisión por Canal 33	08:00 pm
29	Festival de Teatro Concurso de teatro con estudiantes de nivel medio.	10:00 am	29	Festival de Teatro Concurso de teatro con estudiantes de nivel medio.	10:00 am	29	Festival de Teatro Concurso de teatro con estudiantes de nivel medio.	10:00 am	29	Festival de Teatro Concurso de teatro con estudiantes de nivel medio.	10:00 am
29	Premio a la excelencia académica Reconocimiento a los mejores estudiantes de nivel medio.	11:00 am	29	Premio a la excelencia académica Reconocimiento a los mejores estudiantes de nivel medio.	11:00 am	29	Premio a la excelencia académica Reconocimiento a los mejores estudiantes de nivel medio.	11:00 am	29	Premio a la excelencia académica Reconocimiento a los mejores estudiantes de nivel medio.	11:00 am
30	Galardeó Palmera de Jade Reconocimiento por destacamiento en el arte.	03:00 pm	30	Galardeó Palmera de Jade Reconocimiento por destacamiento en el arte.	03:00 pm	30	Galardeó Palmera de Jade Reconocimiento por destacamiento en el arte.	03:00 pm	30	Galardeó Palmera de Jade Reconocimiento por destacamiento en el arte.	03:00 pm
31	Obras de Teatro Obras de teatro del Centro Cultural.	06:00 pm	31	Obras de Teatro Obras de teatro del Centro Cultural.	06:00 pm	31	Obras de Teatro Obras de teatro del Centro Cultural.	06:00 pm	31	Obras de Teatro Obras de teatro del Centro Cultural.	06:00 pm

ENERO
Programa 2015

Templo de
arte & cultura

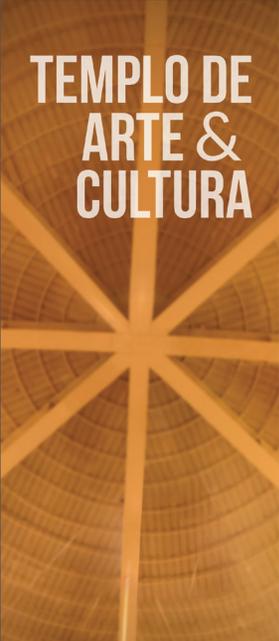
Templo de arte & cultura

Templo de arte & cultura

Templo de arte & cultura

Propuesta preliminar de trifoliar

Al igual que en la papelería los elementos de apoyo orgánicos se disminuyeron en el diseño del trifoliar, generando un respiro en el diseño y reduciendo el peso visual que estos daban en la propuesta anterior.



TEMPLO DE ARTE & CULTURA







CENTRO CULTURAL DE ESCUINTLA
Lic. Aristides Crespo Villegas

3ra. Ave. 9-00 zona 1 Escuintla, Escuintla
7889-2219 & 7889-6185
centroculturaldeescuintla@gmail.com



Gobierno de Guatemala

RESEÑA HISTÓRICA

El lugar donde actualmente se encuentra el Centro Cultural de Escuintla "Lic. Aristides Crespo Villegas", esta lleno de recuerdos para escuintlecos pues desde el año de 1913 a 1945 funcionaron diferentes establecimientos y escuelas del estado, siendo la última La Escuela Para Niñas "15 de Septiembre", durante los años de 1946 a 1978. En el año de 1988 un fuerte temporal azota la ciudad de Escuintla dañando varios edificios, entre estos la famosa "15 de Septiembre", (como se le llamaba en aquel entonces), teniendo esto como resultado la caída de una de las paredes en la parte sur.

Por lo que en el año 1995, se demolió el edificio a excepción de los muros perimetrales. Dando inicio a la construcción del Centro Cultural de Escuintla, en el año 2001. Por gestión del Diputado por Escuintla, Lic. Aristides Crespo Villegas y el funcionamiento de FONAPAZ y COREDJUR. Por tal razón, el 29 de noviembre del 2001; la Corporación Municipal, por 2001, aprueba el nombre CENTRO CULTURAL DE ESCUINTLA "Lic. Aristides Crespo Villegas". Mismo que es ratificado a través del Acuerdo Gubernativo No. 157-2003 del Ministerio de Cultura y Deportes, publicado el 31 de marzo del año 2003.

El 01 de junio del año 2002, se ignaura el Centro Cultural de Escuintla "Lic. Aristides Crespo Villegas", cuya creación tiene por objeto, que los escuintlecos, tengan un Centro Cultura.

ESCUELA DE ARTES



El lugar donde actualmente se encuentra el Centro Cultural de Escuintla "Lic. Aristides Crespo Villegas", esta lleno de recuerdos para escuintlecos pues desde el año de 1913 a 1945 funcionaron, diferentes establecimientos y escuelas del estado, siendo la última La Escuela Para Niñas "15 de Septiembre", durante los años de 1946 a 1978. En el año de 1988 un fuerte temporal azota la ciudad de Escuintla dañando varios edificios, entre estos la famosa "15 de Septiembre", (como se le llamaba en aquel entonces), teniendo esto como resultado la caída de una de las paredes en la parte sur.

Quisque feugiat porta elit sed vehicula. Nunc quis diam et nunc sagittis bibendum sed ut massa.

AUDITÓRIUM

Ut ut diam condimentum, iaculis quam ac, aliquet odio. Praesent in consectetur justo. Suspendisse fringilla non nisi ut malesuada. Sed vulputate euismod justo in pretium. Nulla facilisi. Vivamus molestie lectus.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam vehicula id purus eu iaculis. Donec rutrum ornare faucibus. Fusce egestas ante sit amet massa auctor congue. Phasellus vel enim interdum, pulvinar eros ultrices, faucibus enim. Nulla eu velit in lectus finibus tristique vitae sed tortor. Aenean dapibus, mauris ac ultrices faucibus, nunc ipsum portitor ante, at blandit ex lectus eu nulla. Sed tincidunt dui eget lorem rhoncus bibendum.

Quisque feugiat porta elit sed vehicula. Nunc quis diam et nunc sagittis bibendum sed ut massa. Ut ut diam condimentum, iaculis quam ac, aliquet odio. Praesent in consectetur justo. Suspendisse fringilla non nisi ut malesuada. Sed vulputate euismod justo in pretium. Nulla facilisi. Vivamus molestie lectus sed augue consequat, feugiat accumsan ligula pretium. Nam posere diam metus, vel iaculis mauris venenatis quis. Interdum et malesuada.

Nulla facilisi. Vivamus molestie lectus sed augue consequat, feugiat accumsan ligula pretium. Nam posere diam metus, vel iaculis mauris venenatis quis. Interdum et malesuada.

Propuesta preliminar de flyers

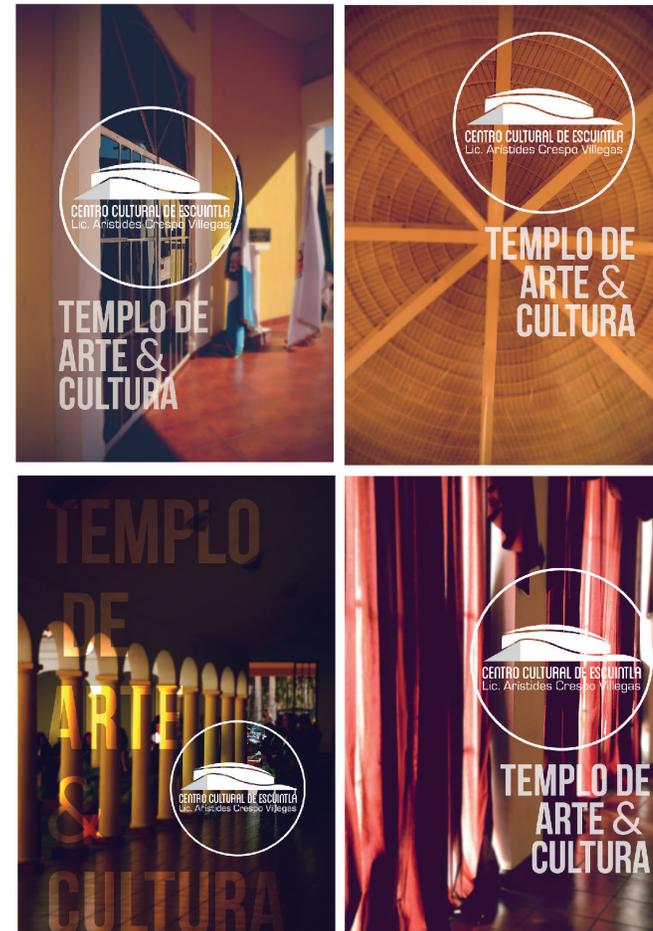
Para la propuesta preliminar se escogieron fotografías de ambas propuestas según su mejor funcionalidad, en color, diagramación, espacio, haciendo cambios como la eliminación de comillas y cortar partes de las fotografías innecesarias.



Propuesta preliminar de banners



Propuesta preliminar de mupis



VALIDACIÓN

El fin de la validación de la propuesta preliminar, es el evaluar los elementos de diseño dentro de las piezas y su funcionalidad bajo la temática de arte y cultura, influenciados mediante el concepto de diseño y en respuesta al grupo objetivo, para constatar que las piezas se aplican eficiente y efectivamente cubriendo la necesidad del Centro Cultural y cumpliendo los objetivos de diseño.

Para ello, se estructurarán tres instrumentos de validación, dirigidos a diseñadores gráficos, expertos en el tema y el grupo objetivo al cual va dirigido el proyecto. Para verificar si el proyecto cumplía con el objetivo y la necesidad del lugar, se procedió a pasar el instrumento de expertos a cuatro trabajadores del Centro Cultural, ya que ellos conocen mejor el lugar y la necesidad.

El instrumento de grupo objetivo se realizó con 33 jóvenes de 13 a 19 años del municipio de Escuintla, estudiantes de nivel medio y diversificado, en el área pública y privada, para verificar si las piezas son de su interés.

De igual manera, la validación de diseñadores gráficos se realizó con 6 diseñadores gráficos evaluando la correcta implementación de los elementos de diseño y la utilidad de las piezas propuestas acorde a lo propuesto en la codificación del mensaje, funcional, expresiva y tecnológicamente, aportando su experiencia profesional.

Posterior a este proceso, se tabularon los resultados en porcentajes, para una mejor comprensión, siendo esta más precisa. Partiendo de esto, se realizó un análisis general por elemento de diseño integrando las respuestas de los tres grupos validados, para evaluar los cambios necesarios, sugeridos por los mismos para la realización de una mejor propuesta.

RESULTADOS GENERALES ●●●●●●●●●●●●●●●●●●

Isotipo

El 100% de los diseñadores gráficos afirmó que las formas del isotipo son fluidas, todos los expertos percibieron dinamismo en el mismo al igual que el 74.2% del grupo objetivo. En cuanto al color aplicado todos los diseñadores lo encontraron versátil y la mayoría del grupo objetivo y expertos percibieron lo percibieron como un color neutro. El 100% de los diseñadores gráficos afirmaron que el isotipo propuesta cumple con el objetivo del proyecto, ya que es formal, simple, apoya movimiento y representa al Centro Cultural.

Imagotipo

La mayoría del grupo objetivo y los expertos consideraron la tipografía elegante, por otro lado, el 50% de los diseñadores indicaron que las

formas de la tipografía aplicada contrasta con el isotipo y el 33.3% respondieron que sus formas son similares a las del isotipo.

La mitad de los expertos percibió los colores como tropicales y la otra mitad opinaron que son templados, sin embargo, la mayoría del grupo objetivo respondieron que son tropicales y al 100% de los diseñadores gráficos les transmitió calidez.

En cuanto al círculo del imagotipo, el 66.7% de los diseñadores gráficos coincidieron en que este elemento complementa el isotipo, considerando la mayoría como una mejor propuesta con el uso de este. La mayoría del grupo objetivo y expertos opinaron que el círculo le aporta al imagotipo dinamismo.

Papelería

En cuanto a los colores aplicados en las piezas de la papelería, el 66.7% de los diseñadores gráficos los asociaron con el tema de cultura, sin embargo, la mayoría del grupo objetivo con el arte, al igual que la mitad de los expertos, asociándolos la otra mitad con cultura.

El 83.3% de los diseñadores indicaron que la tipografía aplicada produce equilibrio en el diseño. El tipo de letra utilizada, para la mayoría del grupo objetivo y el 100% de los expertos la encuentran fácil de leer.

Para el 83.3% de los diseñadores gráficos las formas orgánicas aportan movimiento al diseño, al igual que a la mayoría del grupo objetivo,

sin embargo, el 100% de los expertos indicaron que les transmitió dinamismo.

El 93.5% del grupo objetivo y el 100% de los expertos consideró que el espacio de cada pieza es el adecuado para su uso. Todos los expertos y diseñadores gráficos el aporte de estas piezas cumplen con el objetivo y la necesidad del proyecto, ya que cumplen, su función visual, transmitiendo cultura y arte.

Pines

El 48.4% del grupo objetivo indicaron que los colores utilizados son joviales, al igual que el 75% de los expertos, sin embargo, el 83.3% de los diseñadores gráficos indicaron que connotan jovialidad y el 16.7% afirmaron la connotación de formalidad.

Todos los diseñadores gráficos opinaron que la tipografía produce equilibrio dentro del diseño de los pines, siendo para el 83.9% del grupo objetivo y 75% de los expertos fácil de leer. El tamaño de imagotipo en los pines la mayoría del grupo objetivo y expertos lo encontraron con un tamaño adecuado.

El 80.6% del grupo objetivo afirmó que si les interesaría tener uno de los pines propuestos, por los colores y sus formas. El 83.3% de los diseñadores gráficos indicaron que este material si cumple con el objetivo de promocionar la nueva imagen del Centro, al igual el 75% de los expertos.

Programa de actividades

Para diferenciar el mes de cada programa según el color, el 75% de los expertos consideraron que si funciona, al igual que el 90.3% del grupo objetivo y el 100% de los diseñadores,

La lectura del texto para el 100% de los expertos y el 90.3% del grupo objetivo es ordenada, sin embargo, el 16.7% de los diseñadores indicaron que crea desorden visual. El tipo de letra aplicada en el material para el 100% de los diseñadores connota simpleza, al igual que a todos los expertos y el 93.5% del grupo objetivo.

Todos los expertos coincidieron con que este material es adecuado para dar a conocer las actividades del Centro, de igual manera el 100% de los diseñadores, por otro lado, el 90.3% del grupo objetivo indicaron que es útil esta pieza para enterarse de las actividades del lugar.

Trifoliar

El uso de fotografía, todos los expertos coinciden que aporta dinamismo al material, al igual que el 96.8% del grupo objetivo, por otro lado, el 80% de los diseñadores afirman que aporta armonía y el porcentaje restante lo encuentran como un descanso dentro del diseño.

Al 67.7% del grupo objetivo los colores utilizados les transmitieron vida, al igual que al 75% de los expertos, el grupo restantes los asociaron con formalidad, sin embargo, el 66.7% de los diseñadores indicaron que crean armonía dentro del diseño.

Según los resultados, el 66.7% de los diseñadores coincidieron que las formas orgánicas crean generan dinamismo en el diseño, transmitiendo lo mismo al 77.4% del grupo objetivo y a todos los expertos.

Para todos los expertos y al 93.5% del grupo objetivo la lectura del contenido la encontraron fácil. El 87.1% del grupo objetivo les resulto atractivo el leer un trifoliar como el propuesto, indicando el 100% de los expertos como un material que cumple con el objetivo informativo del proyecto.

Flyer

Afirmando el 100% de los expertos acerca que los lugares fotografiados del Centro son los principales del lugar, el 67.7% del grupo objetivo, reconoció cada uno de estos.

Todos los expertos indicaron que el imago tipo en este material se entendía con facilidad, al igual que el 80.6% del grupo objetivo.

La tipografía aplicada, el 75% de los expertos y el 74.2% del grupo objetivo la consideran moderna, sin embargo, el 100% de los diseñadores indican que es contemporánea.

Todos los expertos indican que la distribución de los elementos en el diseño es ordenada, sin embargo, el 19.4% del grupo objetivo opina lo contrario, por otro lado, el 83.3% de los diseñadores, afirman que genera orden.

Al 87.1% del grupo objetivo le llama la atención el material, opinando el 100% de los expertos que esta pieza cumple con el objetivo de dar a conocer el Centro, al igual que el 100% de los diseñadores.

Banner

Para el 83.3% de los diseñadores los colores en el diseño crean una composición armoniosa, transmitiendo al 51.6% del grupo objetivo y al 75% de los expertos vida.

El logotipo se ve con claridad para el 96.8% del grupo objetivo y para todos los expertos; el 100% de los diseñadores consideran que la tipografía es legible a larga distancia, siendo para todos los expertos y el 96.8% del grupo objetivo fácil de leer.

El banner para el 86.7% del grupo objetivo les despierta la atención por los colores, opinando el 100% de los expertos que el material cumple con el objetivo de promocionar la nueva imagen del Centro, al igual que todos los diseñadores.

Mupis

Todos los expertos afirmaron que si se reconocían los espacios del Centro Cultura en las fotografías, al igual que 80.6% del grupo objetivo.

Para el 66.7% de los diseñadores es suficiente la información que contiene el material, opinando lo contrario el 33.3%.

A la percepción del 71% del grupo objetivo y el 100% de los expertos, el imagotipo en el mupi resalta más que los demás elementos en el diseño, considerando el tipo de letra fácil de leer para todos los expertos y el 83.9% del grupo objetivo, por otro lado, el 60% de los diseñadores indican que la tipografía es visible pero confusa.

Para el 83.3% de los diseñadores este material opta para el cumplimiento del objetivo del proyecto, coincidiendo el 100% de los expertos con la misma opinión.

CAMBIOS DE LAS PROPUESTAS PRELIMINARES

Papelería

Los cambios sugeridos que se tomaron en cuenta sugeridos por los diseñadores fue la alineación del logotipo con el texto en la hoja membretada, y la igualdad del interlineado del texto en la tarjeta de presentación.



Programa de actividades

Uno de los diseñadores sugirió el alinear el texto de las “actividades” a la derecha o izquierda para un mejor recorrido visual; se realizó el cambio y se optó por dejar este cambio ya que le brinda más orden y una lectura más simple.

Antes

FECHA	ACTIVIDAD	HORA
04	Hora cultural Festival de cultura y artístico. Estudiantes nivel medio.	10:00 am
08	Concurso de Canto Estudiantes de nivel medio.	06:00 pm
12	Concurso de Declamación Estudiantes de nivel medio.	08:00 pm
15	Concurso de Oratoria Estudiantes de nivel primaria	10:00 am
18	Concurso de Baile Estudiantes de nivel medio.	09:00 am
21	Concierto de Marimba Al aire libre, Centro Cultural.	05:00 pm
24	Clases didácticas de Marimba A estudiantes de nivel medio.	07:00 pm
27	Programa televisivo de Marimba Transmitido por Canal 33	08:00 pm
29	Festival de Teatro Concurso de teatro con estudiantes de nivel medio.	10:00 am
29	Premio a la excelencia académica Reconocimiento a los mejores estudiantes de nivel medio.	11:00 am
30	Galarón Palmers de Jade Reconocimiento por destacamiento en el arte.	03:00 pm
31	Obras de Teatro Grupo de teatro del Centro Cultural.	06:00 pm

Templo de arte & cultura

Después

FECHA	ACTIVIDAD	HORA
04	Hora cultural Festival de cultura y artístico. Estudiantes nivel medio.	10:00 am
08	Concurso de Canto Estudiantes de nivel medio.	06:00 pm
12	Concurso de Declamación Estudiantes de nivel primaria	08:00 pm
15	Concurso de Oratoria Estudiantes de nivel primaria	10:00 am
18	Concurso de Baile Estudiantes de nivel medio.	09:00 am
21	Concierto de Marimba Al aire libre, Centro Cultural.	05:00 pm
24	Clases didácticas de Marimba A estudiantes de nivel medio.	07:00 pm
27	Programa televisivo de Marimba Transmitido por Canal 33	08:00 pm
29	Festival de Teatro Concurso de teatro con estudiantes de nivel medio.	10:00 am
29	Premio a la excelencia académica Reconocimiento a los mejores estudiantes de nivel medio.	11:00 am
30	Galarón Palmers de Jade Reconocimiento por destacamiento en el arte.	03:00 pm
31	Obras de Teatro Grupo de teatro del Centro Cultural.	04:00 pm

Templo de arte & cultura

Flyer

El cambio sugerido por unas de las diseñadoras fue el implementar el uso de colores que se encontraran dentro de la paleta de color impuesta para el Centro, por lo tanto, se optó por el color beige, ya que es un color neutro y contrasta bien con los fondos de la fotografía, logrando resaltar dentro del diseño.

Antes



Después



Mupis

Se tomó en cuenta la sugerencia y se implementó la dirección del lugar, para que los espectadores supieran la ubicación del mismo.



Gestión de la implementación de diseño

PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

En cada comunidad es importante tener un espacio en el cual se puedan llevar a cabo diferentes expresiones artísticas y culturales para la formación de las personas, tales como: teatro, pintura, música, oratoria, etc.

El Centro Cultural de Escuintla es un espacio donde se desarrollan programas de cultura, en los cuales las personas exhiben sus habilidades artísticas, y al mismo tiempo, es un punto de encuentro social, en el cual las personas se enriquecen culturalmente.

Apelando a la importancia del mismo, es necesario tener una estrategia de comunicación para que la población lo identifique a través de una imagen visual y esté posicionado en la mente de cada habitante como primera opción para sus eventos artísticos y culturales, de la cual, el Centro Cultural de Escuintla carece.

El Centro va dirigido a estudiantes entre 13 a 19 años del municipio de Escuintla, que cursan nivel medio y diversificado en institutos y colegios. Los jóvenes participan anualmente en actividades que el Centro promueve.

Según los resultados obtenidos a través de los instrumentos realizados a estos jóvenes, la mayor parte de tiempo libre la invierten en las redes sociales, seguido de salir con sus amigos. Méndez (2013) indica que en

esta etapa descubren y forman valores, principios políticos, religiosos y sociales.

En base a lo anterior se desarrolló un concepto bajo el cual se elaboró el proyecto ayudando a cubrir las necesidades de comunicación del Centro y llegué de manera efectiva al grupo objetivo.

La frase conceptual con la cual se elaboró el proyecto es “movimiento que inspira transformación”, el concepto refleja los tres elementos fundamentales que son: arte y cultura, el grupo objetivo y el espacio en sí del Centro Cultural. El “movimiento” representa el estilo arquitectónico barroco bajo el cual está construido el Centro, siendo este conocido por su dinamismo y como el “arte en movimiento” a través de sus curvas.

El arte y la cultura surge a través de la inspiración, la cual fluye a los jóvenes y son motivados a transformar una simple hoja en algo artístico. El movimiento se representa en formas orgánicas y desenfoques. La inspiración se da a través de figuras fluidas, espacios abiertos y colores lumínicos. Y por último, la transformación se refleja a través de cambios de ejes rectos y curvos, grosores delgados y gruesos.

Posterior a esto, se presenta la propuesta gráfica que consta de la identidad visual del Centro Cultural, creando una imagen adecuada para el grupo objetivo que consta del imatipo, papelería, trifoliar informativo y un programa de actividades.

IMAGOTIPO

La imagen que se le da al Centro Cultural a través del imagotipo es juvenil, elegante y dinámico. El cual comunica al grupo objetivo que es un espacio contemporáneo por simpleza y solides que tiene a través de los ejes curvos que crean movimiento, los colores lumínicos y neutros que atraen y transmiten arte y cultura, basándose en el concepto de arte, que es la expresión a través de formas, movimiento y sonidos (The Free Dictionary, 2007).

El uso del círculo en el imagotipo se aplicó ya que funciona cuando el imagotipo será posicionado sobre fotografías, texturas, etc. Logrando presencia e identificándose mejor visualmente, aportando jovialidad y determinándole un espacio. El uso de imagotipo sin círculo se utilizará para casos menos complejos visualmente.

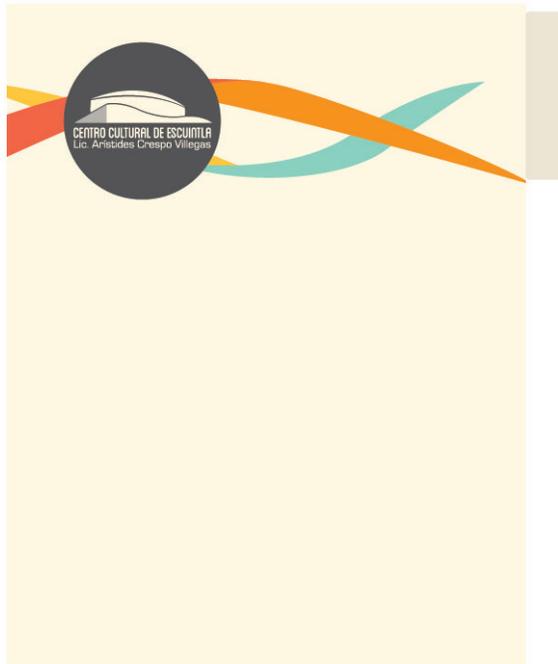
Por su simpleza, el imagotipo es memorable, ayudando a posicionarse fácilmente en la mente de las personas, representando a través de sus formas la estructura del edificio, siendo este diferente al de otros centros culturales, lo cual aporta a que el grupo objetivo lo identifique en lugar de confundirlo.



PAPELERÍA

Por medio de la papelería se refuerza la imagen del Centro, haciendo que a través de las figuras orgánicas y los diversos colores, transmita vida, arte, juventud, aplicando el imagotipo de color neutro, creando un balance en la composición y guardando la elegancia y formalidad que un centro cultural tiene que transmitir utilizando una tipografía contemporánea y elegante, equilibrando sus ejes rectos con los ejes curvos de los demás elementos.

Aplicando en cada un de las piezas el imagotipo de manera que resalte, guardando el espacio correspondiente a la utilidad de cada pieza. En las piezas de la papelería se logró la misma línea gráfica a través de los elementos gráficos y colores, aplicando todos proporcionalmente a la utilidad de la pieza, como en la hoja membretada la importancia es el espacio para escribir, el diseño es mínimo, logrando un espacio definido a través de la pleca que separa la información con el espacio para el contenido.



Folder



Hoja membretada



Tarjeta de presentación

PROGRAMA DE ACTIVIDADES ●●●●●●●●●●

Para que las personas estén constantemente informadas de las actividades que se desarrollan en el Centro Cultural, se diseñaron programas con la actividades con el fin de ser accesibles para el grupo objetivo con un tamaño versátil que permita llevarlo en el bolsillo y así tenerlas presente.

Presentadas de manera simple y ordenada, creando a través de la diagramación un recorrido visual ameno para el lector, guardando la imagen a través de los colores, tipografía e imago tipo. Realizados a una tinta para el beneficio de los gastos de reproducción por ser mensuales. El diseño es a tiro y retiro, en la parte externa se encuentra el isotipo con el nombre y el slogan del Centro, para que al momento de abrirlo y cerrarlo, los lectores puedan apreciarlo independientemente a la información.



TRIFOLIAR

Reforzando la comunicación entre el Centro Cultural y el grupo objetivo así como con los demás habitantes del municipio, se diseñó un trifoliar informativo, el cual sea atractivo para los lectores, exhibiendo los espacios del Centro a través de fotografías, generando una composición dinámica a través de las figuras orgánicas y colores. Guardando limpieza y elegancia por medio de las tipografías y diagramación.



Se desarrolló una estrategia gráfica que de a conocer la nueva imagen del Centro Cultural de Escuintla a través de los medios con los cuales el grupo objetivo tiene constantemente interactividad, por lo cual, se diseñaron flyers que serán distribuidos en Facebook, apelando a los resultados de las encuestas realizadas al grupo objetivo, de ser la red social más utilizada.

La distribución de mupis serán ubicado en el centro comercial más popular del municipio, Pradera Escuintla. Aprovechando las instalaciones que este tiene y el equipo necesario para la reproducción de estos, apelando a través de este medio a la segunda actividad que más realizan los jóvenes en su tiempo libre según resultados de encuestas.

PINES ●●●●●●●●●●

Para promover la nueva imagen del centro cultural se diseñó pines con el imagotipo y el slogan jugando con el isotipo para que las personas se vayan familiarizando con el nuevo diseño y sirvan como recuerdo de la visita al centro cultural y tener presente su imagen. Los colores se contrastaron para que crear un diseño juvenil y armonioso, llamando la atención por lo moderno y el juego de colores en la tipografía haciendo siempre énfasis en las palabras “arte” y “cultura”.



FLYERS

Las fotografías muestran los lugares principales del Centro, para que las personas conozcan a través de este material el lugar, como la parte interna de la cúpula del auditorium, el área interna donde se aprecian las cortinas, el corredor externo y la entrada al auditorium; con un filtro vintage en las fotografías, y manejando el imagotipo como punto focal, haciendo que toda la imagen, menos lo que encierra el imagotipo, tenga un efecto de desenfoque logrando así que este destaque y permitiendo que el contenido sea más fácil de leer. La fuente que se utilizó fue Bebas, ya que es una tipografía moderna y que le da un estilo juvenil al diseño, logrando con todos estos elementos una composición, simple, moderna y jovial.



BANNERS

La función de este material promocional, es llegar a un público diferente al de los demás materiales, posicionándolos en el redondel principal de Escuintla con la finalidad que los espectadores con vehículos logren visualizarlos y los que se conducen por esa vía.

Ya que los banner son piezas visibles en tiempos cortos, se implementó el contenido suficiente para que el poco tiempo que el espectador lo mire, pueda alcanzar ver todo: imago tipo y frase.

Se aplicaron colores que contrastaran y llamaran la atención del espectador, creando a través de estos armonía y jovialidad en el diseño. Escogiendo una tipografía que fuera legible a largas distancias y fácil de leer. El imago tipo se colocó al igual que en los flyers monocromático, con solamente el contorno del círculo, para disminuir el peso visual del diseño.



PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

PR: ESPECIFICACIONES TÉCNICA

Tarjeta de presentación:

Medidas: 3.5" x 2"
Tipo de impresión: Litografía
Soporte: Lino Crema 220g.
Cantidad: 1000

Hoja membretada:

Medidas: 8.5" x 11"
Tipo de impresión: Litografía
Soporte: Vellum Ivory 90g.
Cantidad: 500

Folder:

Medidas: 19" x 24"
Tipo de impresión: Litografía
Soporte: Opalina.
Cantidad: 300

Pines:

Medidas: 2.5" x 2.5"
Tipo de impresión: Digital
Cantidad: 200

Programa de actividades:

Medidas: 3.5" x 10"
Tipo de impresión: Litografía
Soporte: Vellum Ivory 180g.
Cantidad: 500

Trifoliar:

Medidas: 11" x 8.5"
Tipo de impresión: Litografía
Soporte: Vellum Ivory 180g.
Cantidad: 2000

Banner:

Medidas: 0.80 x 3.00mt.
Tipo de impresión: digital
Cantidad: 6

Mupis:

Medidas: 0.76 x 1.80mts.
Tipo de impresión: digital
Cantidad: 4

Para la reproducción de la papelería, se escogió manejar el sistema de impresión litográfica, ya que es más conveniente por ser tiraje grande su precio es menor.

Se optó por la Imprenta Kars , ya que ofrece una buena calidad de impresión con el precio más bajo de los lugares cotizados, incluyendo el papel, ubicado en 2a. Avenida 3-29 “B” zona 1, Escuintla.

Carta de aprobación

Estimado Carlos Urías:

A continuación se presenta las especificaciones a partir de las artes el número de ejemplares ideales para un tiraje de reproducción, además del papel en el que las piezas deben ser impresas para que la imagen del Centro Cultural de Escuintla se refleje adecuadamente.

Se solicita la impresión de los materiales listados en el cuadro inferior.

Pieza	Cantidad	Tamaño	Soporte	Color	Precio
Tarjeta de presentación	1,000	3.5 x 2 “	Lino Crema 220g.	Full color	Q825.00
Hoja Membretada	500	8.5 x 11”	Vellum Ivory 90g.	Full color	Q950.00
Trifoliar	2,000	8.5” x 11”	Lino Crema 180g.	Full color	Q2,975
Programa de actividades	500	4.2 x 11”	Lino Crema 180g.	Una tinta	Q475
Folder	300	19 x 24”	Texcote	Full color	Q1,350.00
				Total	Q6,575.00

Se sugiere utilizar cada documento como se especifica en la presente para evitar cualquier inconveniente al momento de su reproducción.

Se adjunta un CD el cual contiene los artes finales. Para el uso de estos archivos se requiere el programa Adobe Illustrator CS6 o superior a esta versión.

El CD se distribuye de la siguiente manera:



A continuación se presentan los datos de contacto del diseñador encargado de la realización de los artes finales para la reproducción de las siguientes piezas.

Se sugiere utilizar cada documento como se especifica en el presente documento para evitar cualquier inconveniente al momento de su reproducción.

Área Informativa:

Nombre del proyecto: Proyecto visual Centro Cultura de Escuintla

Nombre: Maria Renée Martinez

Teléfono: 5996-9668

Correo electrónico: pequema15@gmail.com

Persona que realiza la ficha: Maria Renée Martinez

Fecha inicio de proyecto: 14 de enero del 2015

Fecha de finalización: 8 de mayo del 2015

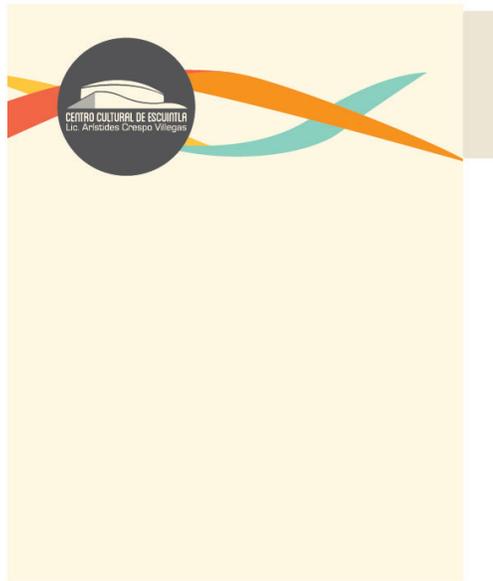
Atentamente,

Maria Renée Martinez

Diseñadora Gráfica

Tarjeta de presentación, hoja membretada, folder, trifoliar y programa de actividades.

Presentación gráfica de las piezas a imprimir.



Trifoliar

RESEÑA HISTÓRICA

El lugar donde actualmente se encuentra el Centro Cultural de Escuintla "Lic. Aristides Crespo Villegas", esta lleno de recuerdos para escuintlecos pues desde el año de 1913 a 1945 funcionaron diferentes establecimientos y escuelas del estado, siendo la última La Escuela Para Niñas "15 de Septiembre", durante los años de 1946 a 1978. En el año de 1988 un fuerte temporal azota la ciudad de Escuintla dañando varias edificaciones, entre estas la famosa "15 de Septiembre", (como se le llamaba en aquel entonces), teniendo esto como resultado la caída de una de las paredes en la parte sur.

Por lo que en el año 1995, se demolió el edificio a excepción de los muros perimetrales. Dando inicio a la construcción del Centro Cultural de Escuintla, en el año 2001. Por gestión del Diputado por Escuintla, Lic. Aristides Crespo Villegas y el funcionamiento de FONAPAZ y COREDUR. Por tal razón, el 29 de noviembre del 2001; la Corporación Municipal, por 2001, aprueba el nombre CENTRO CULTURAL DE ESCUINTLA "Lic. Aristides Crespo Villegas". Mismo que es ratificado a través del Acuerdo Gubernativo No. 157-2003 del Ministerio de Cultura y Deportes, publicado el 31 de marzo del año 2003.

El 01 de junio del año 2002, se ignaura el Centro Cultural de Escuintla "Lic. Aristides Crespo Villegas", cuya creación tiene por objeto, que los escuintlecos, tengan un Centro Cultural.

ESCUELA DE ARTES



El lugar donde actualmente se encuentra el Centro Cultural de Escuintla "Lic. Aristides Crespo Villegas", esta lleno de recuerdos para escuintlecos pues desde el año de 1913 a 1945 funcionaron, diferentes establecimientos y escuelas del estado, siendo la última La Escuela Para Niñas "15 de Septiembre", durante los años de 1946 a 1978. En el año de 1988 un fuerte temporal azota la ciudad de Escuintla dañando varios edificios, entre estos la famosa "15 de Septiembre", (como se le llamaba en aquel entonces), teniendo esto como resultado la caída de una de las paredes en la parte sur.

Quisque feugiat porta elit sed vehicula. Nunc quis diam et nunc sagittis bibendum sed ut massa.

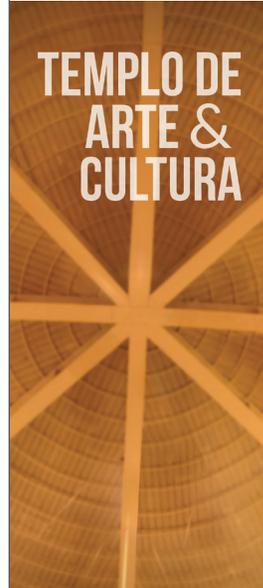
AUDITÓRIUM

Ut ut diam condimentum, iaculis quam ac, aliquet odio. Praesent in consectetur justo. Suspendisse fringilla non nisi ut malesuada. Sed vulputate euismod justo in pretium. Nulla facilisi. Vivamus molestie lectus.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam vehicula id purus eu iaculis. Donec rutrum ornare faucibus. Fusce egestas ante sit amet massa auctor congue. Phasellus vel enim interdum, pulvinar eros ultrices, faucibus enim. Nulla eu velit in lectus finibus tristique vitae sed tortor. Aenean dapibus, mauris ac ultricies faucibus, nunc ipsum porttitor ante, at blandit ex lectus eu nulla. Sed tincidunt dui eget lorem rhoncus bibendum.

Quisque feugiat porta elit sed vehicula. Nunc quis diam et nunc sagittis bibendum sed ut massa. Ut ut diam condimentum, iaculis quam ac, aliquet odio. Praesent in consectetur justo. Suspendisse fringilla non nisi ut malesuada. Sed vulputate euismod justo in pretium. Nulla facilisi. Vivamus molestie lectus sed augue consequat, feugiat accumsan ligula pretium. Nam posere diam metus, vel iaculis mauris venenatis qui. Interdum et malesuada.

Nulla facilisi. Vivamus molestie lectus sed augue consequat, feugiat accumsan ligula pretium. Nam posere diam metus, vel iaculis mauris venenatis qui. Interdum et malesuada.



TEMPLO DE ARTE & CULTURA



CENTRO CULTURAL DE ESCUINTLA
Lic. Aristides Crespo Villegas

3ra. Ave. 9-00 zona 1 Escuintla, Escuintla
7889-2219 & 7889-4185
centroculturaldeescuintla@gmail.com



Gobierno de Guatemala



Programa de actividades



ENERO

PROGRAMA 2015



ENERO

Programa 2015

Templo de arte & cultura



Febrero

PROGRAMA 2015



FEBRERO

Programa 2015

Templo de arte & cultura



Marzo

PROGRAMA 2015



MARZO

Programa 2015

Templo de arte & cultura



Abril

PROGRAMA 2015



MAYO

Programa 2015

Templo de arte & cultura

Se escogió como centro de impresión Anuncia Publicidad para la impresión de los pines, ya que ofrece el más bajo costo por la reproducción de 200 pines.

Carta de aprobación

Estimado (proveedor):

Se solicita la impresión de los materiales listados en el cuadro inferior.

Pieza	Cantidad	Tamaño	Color	Unidad	Total
Pines	200	2.2"	Full color	Q5.00	Q1,000.00
				Total	Q1,000.00

Se sugiere utilizar cada documento como se especifica en la presente para evitar cualquier inconveniente al momento de su reproducción.

Al tener algún inconveniente o duda, comunicarse al siguiente número con:

Maria Renée Martinez: 5996-9668

Se adjunta un CD el cual contiene los artes finales. Para el uso de estos archivos se requiere el programa Adobe Illustrator CS6 o superior a esta versión.

El CD se distribuye de la siguiente manera:



A continuación se presentan los datos de contacto del diseñador encargado de la realización de los artes finales para la reproducción de las siguientes piezas.

Se sugiere utilizar cada documento como se especifica en el presente documento para evitar cualquier inconveniente al momento de su reproducción.

Área Informativa:

Nombre del proyecto: Proyecto visual Centro Cultura de Escuintla

Nombre: Maria Renée Martinez

Teléfono: 5996-9668

Correo electrónico: pequema15@gmail.com

Persona que realiza la ficha: Maria Renée Martinez

Fecha inicio de proyecto: 14 de enero del 2015

Fecha de finalización: 8 de mayo del 2015

Atentamente,

Maria Renée Martinez

Diseñadora Gráfica

Pines

Presentación gráfica de las piezas a imprimir.



Para la impresión de los banners y mupis, el Centro Comercial Pradera Escuintla consta de su propio proveedor, la cual es encargada de la impresión e instalación de los mismos.

Carta de aprobación

Estimada Carol Pérez:

Se solicita la impresión de los materiales listados en el cuadro inferior.

Pieza	Cantidad	Tamaño	Color	Unidad	Total
Banner	6	0.80 x 3.00mts.	Full color	Q800.00	Q4,800.00
Mupis	4	0.76 x 1.18 mts	Full Color	Q1500.00	Q6,000.00
				Total	Q10,800.00

Se sugiere utilizar cada documento como se especifica en la presente para evitar cualquier inconveniente al momento de su reproducción.

Al tener algún inconveniente o duda, comunicarse al siguiente número con:

Maria Renée Martínez: 5996-9668

Se adjunta un CD el cual contiene los artes finales. Para el uso de estos archivos se requiere el programa Adobe Indesign CS6 o superior a esta versión.

El CD se distribuye de la siguiente manera:



A continuación se presentan los datos de contacto del diseñador encargado de la realización de los artes finales para la reproducción de las siguientes piezas.

Se sugiere utilizar cada documento como se especifica en el presente documento para evitar cualquier inconveniente al momento de su reproducción.

Área Informativa:

Nombre del proyecto: Proyecto visual Centro Cultura de Escuintla

Nombre: Maria Renée Martínez

Teléfono: 5996-9668

Correo electrónico: pequema15@gmail.com

Persona que realiza la ficha: Maria Renée Martínez

Fecha inicio de proyecto: 14 de enero del 2015

Fecha de finalización: 8 de mayo del 2015

Atentamente,

Maria Renée Martínez
Diseñadora Gráfica

Banners

Presentación gráfica de las piezas a imprimir.



Mupis



CONCLUSIONES

- Se concluye que el material realizado para el Centro Cultural de Escuintla cumple con los objetivos propuestos al crear una imagen visual con la cual la población escuintleca lo identifique.

Tras el proceso de validación se percibió la aceptación de la nueva imagen por el grupo objetivo y el cliente, ya que por medio de colores tropicales y el dinamismo creado a través de las formas orgánicas se creó una imagen juvenil, manteniendo la formalidad que un espacio como el Centro Cultural necesita reflejar por medio de las tipografías, las diagramaciones y el color neutro que aporta equilibrio al diseño, alcanzando las expectativas de comunicación visual al crear una imagen adecuada para el grupo objetivo.

- El material publicitario y promocional logró transmitir claramente la nueva imagen y los espacios del Centro al distribuirlo y reproducirlo en lugares donde el grupo objetivo frecuenta, posicionándose a través de flyers, mupis, banners y pines en las mentes del grupo objetivo y los habitantes del municipio.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda tener establecido el objetivo del material gráfico que se diseñará, para así poder mantener una idea clara y funcional de éstos. Establecer bases firmes del diseño y razones por las cuales cada elemento es aplicado, para su mayor credibilidad y funcionalidad.
- Realizar una investigación del grupo objetivo con la finalidad de conocerlo y así para poder tomar en cuenta estos datos a la hora de diseñar y que el material de comunicación se efectivo.
- El proceso de validación es importante, ya que permite aportar sugerencias desde otro punto de vista y mejorar así el diseño mismo.
- En materiales publicitarios, analizar que medio es mas viable para el grupo objetivo, para que no sea en vana su reproducción y pueda llegar a ellos.

REFERENCIAS

(A)

- Arte en España. (2006). Arquitectura Barroca. 2014, de Arte en España Sitio web: <http://www.arteespana.com/arquitecturabarroca.htm>

(B)

- Blog de fotografía artística y publicitaria. (s.f.). La importancia del color en publicidad. 2015, de Yo también tengo un camarón Sitio web: <https://yotambientengouncamaron.wordpress.com/analisis-fotografico/la-importancia-del-color-en-fotografia/>

(C)

- Centro cultural de alto hospicio. (2008). Concepto de Centro Cultural. 2015, de Cultura de hospicio Sitio web: <https://culturadehospicio.wordpress.com/2008/08/05/concepto-de-centro-cultural/>
- Centro Cultural de España en Guatemala. (2012). Información. 2015, de Centro Cultural de España en Guatemala Sitio web: <http://www.cceguatemala.org/>

- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2008). Concepto de Centro Cultural. 2014, de Cultura de Hospicio Sitio web: <https://culturadehospicio.wordpress.com/2008/08/05/concepto-de-centro-cultural/>

- Cruz, M. (2015). El significado de los colores y la Psicología del color. 2015, de Publicidad Pixel Sitio web: <http://www.publicidad-pixel.com/significado-de-los-colores/>

(D)

- De Sá, D. (2014). ¿Cuáles son las bellas artes?. 2014, de Uncomo Sitio web: <http://educacion.uncomo.com/articulo/cuales-son-las-7-bellas-artes-24355.html>
- Diferencia Entre. (2010). Publicidad vs Promoción. 2015, de Diferencia Entre Sitio web: <http://www.diferenciaentre.net/diferencia-entre-publicidad-y-promocion/>

(E)

- Emanuel, S. (2001). Las artes y la cultura. 2015, de Universidad Nacional Autónoma de México Sitio web: <http://plasticas.dgenp.unam.mx/inicio/introduccion/artes-y-cultura>

(F)

- Fotonostra. (2013). Diseño Publicitario. 2013, de Fotonostra Sitio web: <http://www.fotonostra.com/grafico/publicitario.htm>
- Fotonostra. (2013). Publicidad Exterior. 2014, de Fotonostra Sitio web: <http://www.fotonostra.com/grafico/vallaspublicitarias.htm>

(G)

- Grupo Graphic. (2011). Qué es la publicidad exterior. 2015, de Grupo Graphic Sitio web: <http://www.grupographic.com/blog-de-publicidad-marketing-murcia/blog/publicidad/que-es-la-publicidad-exterior/>

(H)

- Herrero, J. (2002). ¿Qué es la cultura?. 2014, de Galanet Sitio web: <http://www.galanet.eu/dossier/fichiers/Cultura%20-%20Definicion%26%23769%3Bn%20y%20caracteri%26%23769%3Bsticas.pdf>

(K)

- Kailep. (2008). Tipos de publicidad exterior. 2015, de Kailep Design Sitio web: <https://kailepdesign.wordpress.com/2008/01/15/tipos-de-publicidad-exterior/>

(M)

- Madirolas, E. (2010). Connotaciones psicológicas del color en el marketing . 2015, de Desarrollo multimedia Sitio web: <http://www.desarrollomultimedia.es/articulos/colores.html>
- Méndez, A. (2013). Sentir bien. 2015, de Euroresidentes Sitio web: <http://sentir-bien.euroresidentes.com/2012/08/cada-etapa-del-desarrollo-humano.html>

- Moreno, L. (2013). Qué es la identidad visual corporativa y por qué la necesita tu marca. 2015, de Dircomtomía Sitio web: <http://dircomtomia.com/2013/03/28/que-es-la-identidad-visual-corporativa-y-por-que-la-necesita-tu-marca/>

(S)

- Sosa Dias. (s.f.). Fly Banners. 2015, de Sosa Dias Sitio web: <http://www.publicidadybanderas.com/blog/product/fly-banners/>

(T)

- The Free Dictionary. (2007). Arte. 2015, de The Free Dictionary Sitio web: <http://es.thefreedictionary.com/arte>
- Torres, E. (2013). Centro Cultural de Escuintla. junio 30, 2013, de Ministerio de Cultura y Deporte Sitio web: <http://mcd.gob.gt/>
- Torres, E. (2013). Conservatorios Regionales y Nacionales de Música. junio 27, 2013, de Ministerio de Cultura y Deporte Sitio web: <http://mcd.gob.gt/>
- Torres, E. (2013). Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. junio 27, 2013, de Ministerio de Cultura y Deporte Sitio web: <http://mcd.gob.gt/>

Anexos

- 01** Instrumentos para grupo objetivo
- 02** Resultados de instrumentos para grupo objetivo
- 03** Instrumento de validación para Diseñadores Gráficos
- 04** Resultados de instrumento de validación para Diseñadores Gráficos
- 05** Instrumento de validación para expertos
- 06** Resultados de instrumentos de validación para expertos
- 07** Instrumento de validación para grupo objetivo
- 08** Resultados de instrumento de validación para grupo objetivo
- 09** Cotizaciones

01 INSTRUMENTOS PARA GRUPO OBJETIVO

Disponible en:

https://docs.google.com/forms/d/18VDzOWUGlOH6ionw79AFznBoEDFqKKt1ZhZfgwt9bZM/viewform?usp=send_form

ENCUESTA

Hola, agradezco tu colaboración en la siguiente encuesta. Tu opinión es importante, ya que las respuestas servirán para la elaboración de la imagen visual del Centro Cultural de Escuintla.

Instrucciones: Elige la respuesta que consideres correcta.

Género:

- a. Masculino b. Femenino

Edad:

1. ¿En que zona del municipio de Escuintla vives?

2. El establecimiento donde estudias es...

- a. Público b. Privado

3. ¿Qué grado estas cursando?

- a. Básico d. Perito Contador
b. Bachillerato e. Magisterio
c. Técnico Otro -----

4. ¿Qué haces en tu tiempos libres? (elegir 1 o máximo 3)

- a. Deporte
b. Salir con amigos
c. Arte (música, pintura, literatura, poesía, etc.)
d. Leer
e. Navegar en las redes sociales

5. Elige tres tipos de arte que te llaman más la atención

- a. Baile
b. Pintura
c. Ninguno
d. Música
e. Literatura
f. Poesía
g. Oratoria
h. Ninguno
Otro -----

6. ¿Elige los tipos de arte en los que quisieras desarrollarte?

- a. Baile
b. Pintura
c. Ninguno
d. Música
e. Literatura
f. Poesía
g. Oratoria
h. Ninguno
Otro -----

7. ¿Conoces el Centro Cultural de Escuintla "Lic. Arístides Crespo Villegas"?

Si ----- No -----

8. ¿Con qué frecuencia visitas el Centro Cultural?

- a. Una vez al mes
b. Dos veces al mes
c. Tres o más veces al mes
d. Nunca lo he visitado

9. ¿Qué actividades conoces del Centro Cultural de Escuintla?

c) Radio

10. ¿Has participado en alguna de estas actividades? (Si tu respuesta fue No, ve a la pregunta 11)

Si _____ No _____

11. ¿Cómo has participado en estas actividades?

- a. Espectador
- b. Participante

12. No has participado en la actividades del Centro Cultural de Escuintla ¿Por qué?

- a. Porque no te llaman la atención
- b. Porque no te has enterado de estas
- c. Porque se me dificulta por: _____

13. ¿Conoces el mercado de artesanía del Centro Cultural y has comprado en el?

- a. Sí, pero no he comprado
- b. Sí, si he comprado
- c. No lo conozco

14. ¿De qué manera prefieres que te den información?

- a) forma escrita
- b) por medio de imágenes
- c) por medio de audios

15. ¿En cuál de estos medios pasas más tiempo?

- a) televisión
- b) Internet

16. Numera de 0 a 4 las siguiente redes sociales según la frecuencia en que uses cada una, siendo 0 la menos frecuente y 4 la más frecuente.

- a. Twitter
- b. Facebook
- c. Pinterest
- d. Instagram

17. ¿Qué material impreso es más atractivo de leer para ti?

- a) un trifoliar
- b) un afiche
- c) Valla publicitaria

18. ¿Qué tipo de letra es más juvenil?

a.
JUVENIL

b.
Juvenil

c.
Juvenil

19. En un texto, ¿qué tipo de letra prefieres leer?

a.
El concepto de Herrero acerca de la cultura se refiere más que todo al comportamiento del ser humano en un grupo social y los patrones que este sigue formando así sus culturales a través de culturas personales.

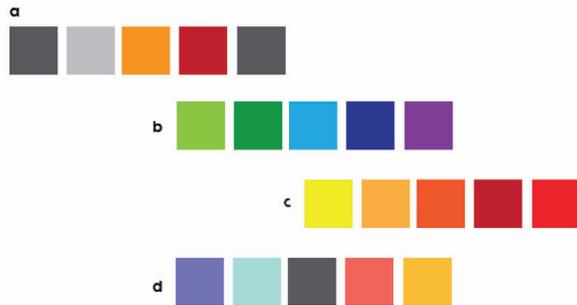
b.
El concepto de Herrero acerca de la cultura se refiere más que todo al comportamiento del ser humano en un grupo social y los patrones que este sigue formando así sus culturales a través de culturas personales.

c.
El concepto de Herrero acerca de la cultura se refiere más que todo al comportamiento del ser humano en un grupo social y los patrones que este sigue formando así sus culturales a través de culturas personales.

20. ¿Cómo prefieres las imágenes?



21. ¿Qué colores asocias más con la cultura y el arte?



02 RESULTADOS DE INSTRUMENTOS PARA GRUPO OBJETIVO

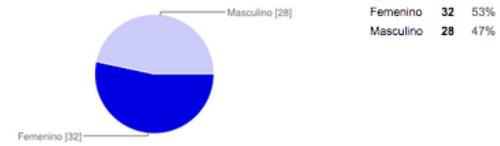
Editar este formulario

60 respuestas

[Ver todas las respuestas](#) [Publicar análisis](#)

Resumen

Género



Edad

17 años	
27	
14 años	
19	
17	
18	
15	
..	

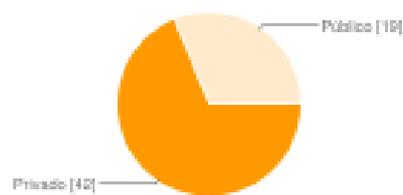
1. ¿En qué zona del municipio de Escuintla vives?

escuintla zona1	
zona 3	
zona 3, col. El Recreo	
zona 4	
zona 3	
Cañaveral.	
zona 2	
..	

1. ¿En qué zona del municipio de Escuintla vives?

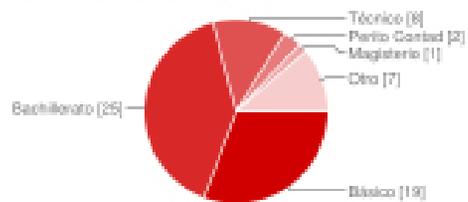
zona 3
Cafavera.
zona 2
3
en colonia rosalinda
2
1

2. El establecimiento donde estudias es...



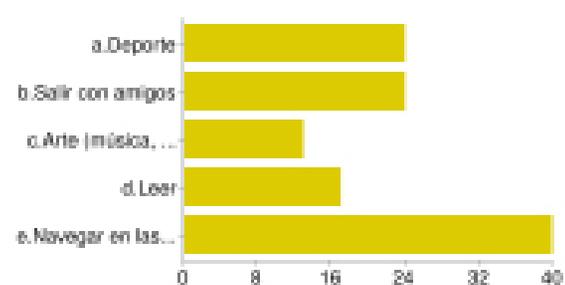
Privado	42	68.8%
Público	19	31.1%

3. ¿Qué grado estás cursando?



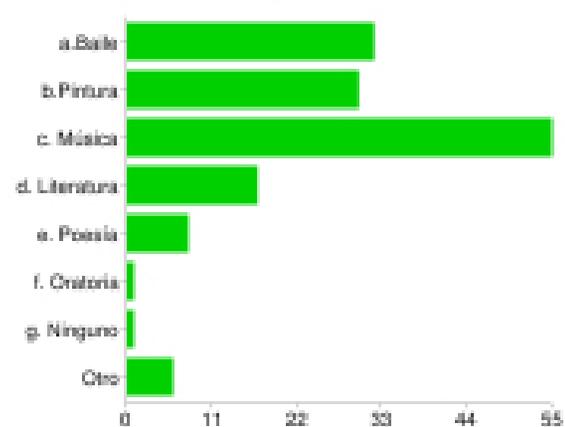
Básico	19	30.6%
Bachillerato	25	40.3%
Técnico	8	12.8%
Perito Contador	2	3.2%
Magisterio	1	1.6%
Otro	7	11.2%

4. ¿Qué haces en tu tiempos libres?



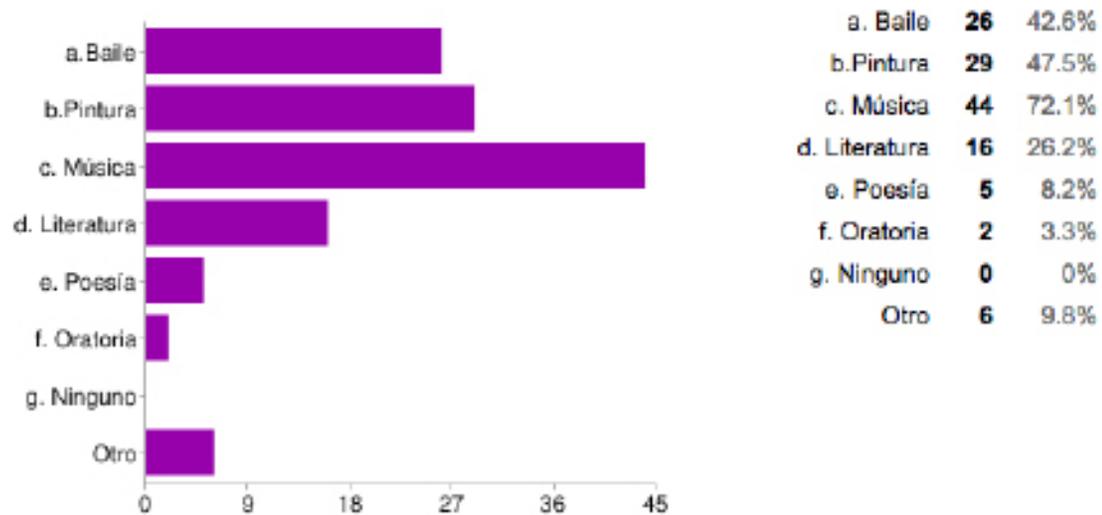
a. Deporte	24	38.3%
b. Salir con amigos	24	38.3%
c. Arte (música, pintura, literatura, poesía, etc.)	13	21.3%
d. Leer	17	27.8%
e. Navegar en las redes sociales	40	65.6%

5. Elige tres tipos de arte que te llaman más la atención

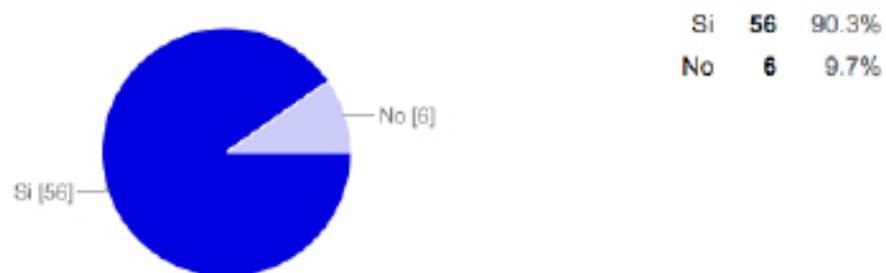


a. Baile	32	51.6%
b. Pintura	30	48.4%
c. Música	55	88.7%
d. Literatura	17	27.4%
e. Poesía	8	12.9%
f. Oratoria	1	1.6%
g. Ninguno	1	1.6%
Otro	8	9.7%

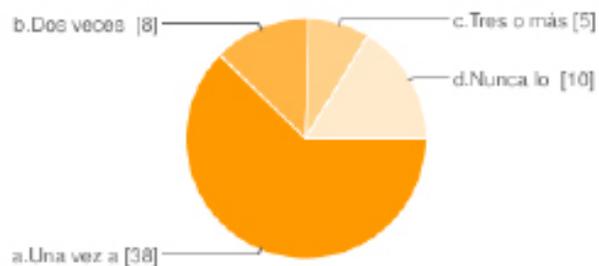
6. Elige los tipos de arte en los que quisieras desarrollarte



7. ¿Conoces el Centro Cultural de Escuintla "Lic. Aristides Crespo Villegas"?



8. ¿Con qué frecuencia visitas el Centro Cultural?



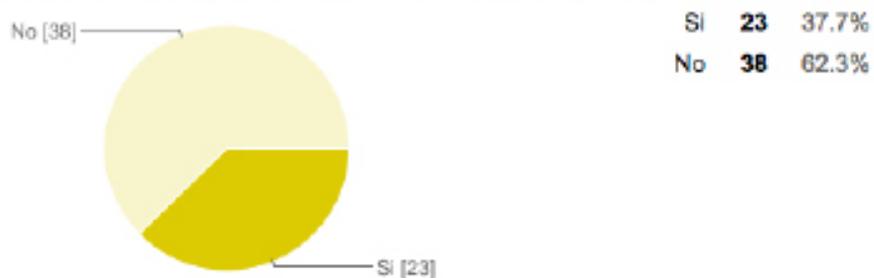
a. Una vez al mes	38	62.3%
b. Dos veces al mes	8	13.1%
c. Tres o más veces al mes	5	8.2%
d. Nunca lo he visitado	10	16.4%

9. Escoge las actividades que conoces del Centro Cultural de Escuintla



Concursos (Oratoria, declamación, canción, baile)	31	50%
Conciertos de marimba	18	29%
Clases de marimba	18	29%
Concurso de obra de teatro	30	48.4%
Certamen Nacional de Literatura y Poesía	5	8.1%
Premio a la excelencia académica	8	12.9%
Galardón Palmer de Jade	3	4.8%
No conozco ninguna	10	16.1%

10. ¿Has participado en alguna de estas actividades? (Si tu respuesta fue SI, ve a la pregunta 12)



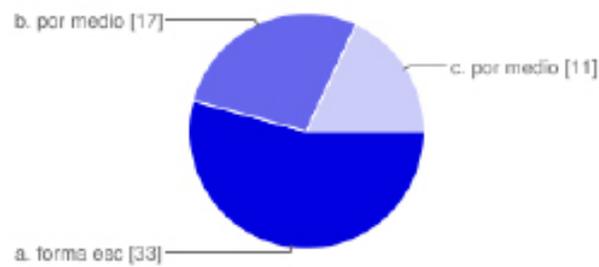
11. No has participado en la actividades del Centro Cultural de Escuintla ¿Por qué?



12. ¿Conoces el mercado de artesanía del Centro Cultural y has comprado en el?

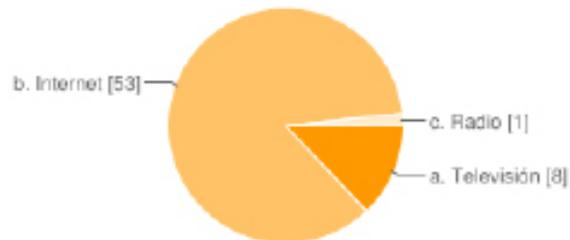


13. ¿De qué manera se te facilita más entender información?



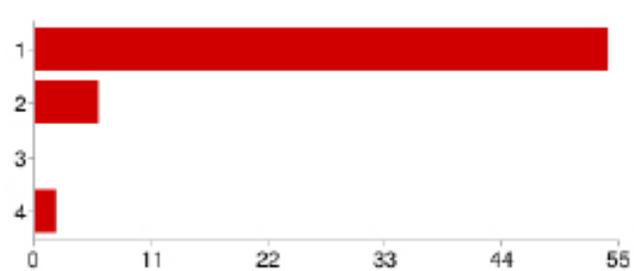
a. forma escrita	33	54.1%
b. por medio de imágenes	17	27.9%
c. por medio de audios	11	18%

14. ¿En cuál de estos medios pasas más tiempo?

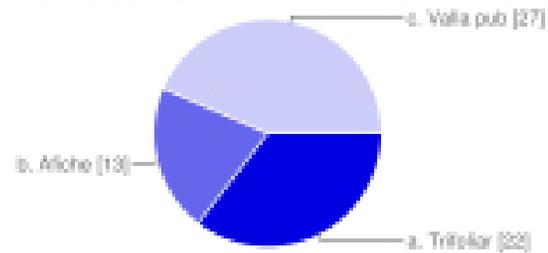


a. Televisión	8	12.9%
b. Internet	53	85.5%
c. Radio	1	1.6%

Pinterest [15. ¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?]

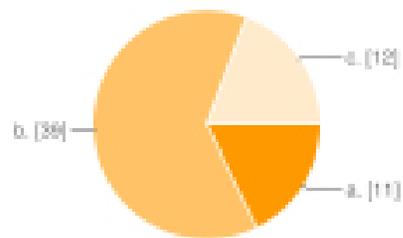


16. ¿Qué material impreso es más atractivo de leer para ti?



a. Trifoliar	22	35.5%
b. Afiche	13	21%
c. Valla publicitaria	27	43.5%

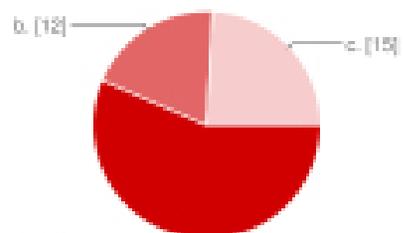
17. ¿Qué tipo de letra es más juvenil?



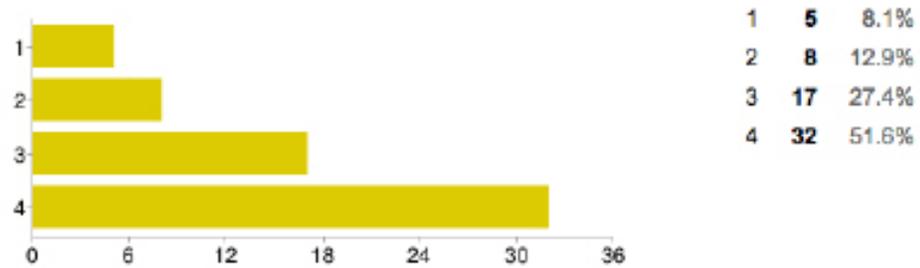
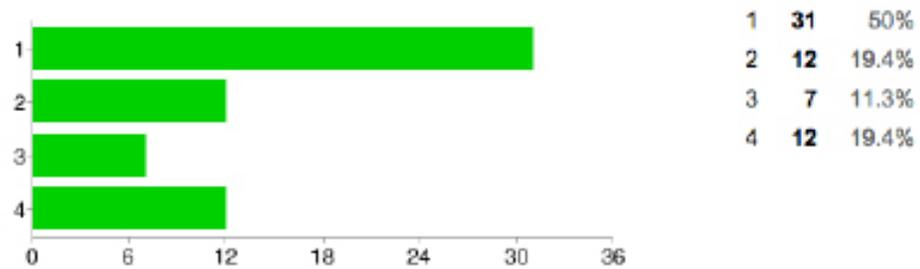
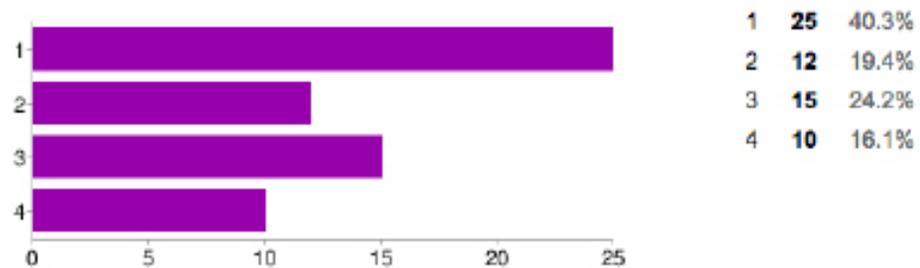
a.	11	17.7%
b.	38	62.8%
c.	12	19.4%

[Image]

18. ¿Con qué letra se te facilita más leer el texto?



a.	35	58.5%
b.	12	19.4%
c.	15	24.2%

Facebook [15. ¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?]**Twitter [15. ¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?]****Instagram [15. ¿Con qué frecuencia utilizas las redes sociales?]**

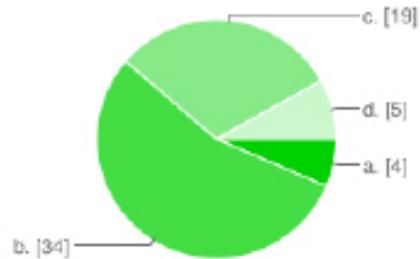
19. ¿Cómo prefieres las imágenes?



a. Fotografía	48	77.4%
b. Ilustración	14	22.6%

[Image]

20. ¿Qué colores asocias más con la cultura y el arte?



a.	4	6.5%
b.	34	54.8%
c.	19	30.6%
d.	5	8.1%

[Image]

Gracias.!

03 INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN PARA DISEÑADORES GRÁFICOS

Disponible en:

https://docs.google.com/forms/d/1EoTpOZMrwGS0Y3vKAgDDAVHE2pN_7Ww2miaJL-iBoQI/viewform?usp=send_form

VALIDACIÓN / GRUPO OBJETIVO

Buen día, agradezco tu colaboración en la validación del siguiente proyecto elaborado en la Universidad Rafael Landívar al Centro Cultural de Escuintla "Lic. Aristides Crespo Villegas".

El siguiente material es una nueva propuesta para la imagen visual del Centro, material publicitario y promocional de la nueva imagen, los cuáles van dirigidos a jóvenes de 13 a 19 años de edad que estudian en nivel medio de centros públicos y privados del departamento de Escuintla.

Elija a continuación a respuesta que considere correspondiente.

Género:

Edad:

Municipio dónde vive:

Logotipo

1. Los colores del logotipo son:

- a. Tropicales
- b. Fríos
- c. Templados

2. Consideras que el tipo de letra transmite:

- a. Movimiento
- b. Rigidez
- c. Elegancia

3. El círculo hace que el logotipo:

- a. Se vea desordenado
- b. Se vea dinámico
- c. Se ordenado

4. La forma de la imagen es:

- a. Rígida
- b. Dinámica
- c. Confusa

5. Consideras que el color de la imagen es:

- a. Cálido
- b. Neutro
- c. Frío

Papelería

6. Los diferentes colores los asocias con:

- a. Cultura
- b. Arte
- c. Ciencia

7. El tipo de letra es:

- a. Fácil de leer
- b. No se entiende
- c. Difícil de leer

8. Las formas curvas te transmiten:

- a. Dinamismo
- b. Rigidez
- c. Movimiento

9. El espacio de cada pieza es:

- a. Adecuado para su uso
- b. Recargado, le falta espacio
- c. Inadecuado, sobra espacio

Pines

10. Los colores te transmiten:

- a. Juventud
- b. Formalidad
- c. Aburrimiento

11. El logotipo en los pines:

- a. Es muy pequeño
- b. Es confuso
- c. Tiene un tamaño adecuado

12. El tipo de letra es:

- a. Difícil de leer
- b. No se entiende
- c. Fácil de leer

13. ¿Te gustaría tener uno de estos pines?

- a. Sí
 - b. No
- ¿Por qué?

Programa de actividades**14. ¿Consideras que el color diferencia los meses?**

- a. Sí
 - b. No
- ¿Por qué?

15. La lectura de la tipografía es:

- a. Ordenada
- b. Confusa
- c. Desordenada

16. El tipo de letra es:

- a. Simple
- b. Pesada
- c. Cargada

17. ¿Crees que este material es útil para enterarse de las actividades del centro cultural?

- a. Sí
 - b. No
- ¿Por qué?

Trifoliar**18. El uso de fotografía en el trifoliar:**

- a. Lo hace dinámico
- b. Lo hace confuso
- c. Lo hace aburrido

19. Los colores utilizados te transmiten:

- a. Tristeza
- b. Vida
- c. Seriedad

20. Las figuras curvas te transmiten:

- a. Dinamismo
- b. Rigidez
- c. Formalidad

21. La lectura del contenido es:

- a. Ordenada
- b. Confusa
- c. Desordenada

22. ¿Te gustaría leer un trifoliar así?

- a. Sí
 - b. No
- ¿Por qué?

Flyer**23. ¿Reconoces los lugares que se muestran en las fotografías?**

- a. Sí
 - b. No
- ¿Por qué?

24. El logotipo en la imagen:

- a. Es confuso
- b. No se entiende
- c. Sí se entiende

25. La tipografía la consideras:

- a. moderna
- b. Anticuada
- c. Formal

26. Los elementos en el diseño:

- a. Se ven ordenados
- b. Se ven confusos
- c. Se ven desordenados

27. ¿Te llama la atención este material?

- a. Si
 - b. No
- ¿Por qué?

Banner

28. Los colores del banner transmiten:

- a. Vida
- b. Seriedad
- c. Diversión

29. El logotipo:

- a. Se ve con claridad
- b. Es confuso
- c. No se entiende

30. El tipo de letra:

- a. Se lee fácilmente
- b. No se lee fácilmente
- c. No se entiende

31. ¿Te llama la atención el banner?

- a. Si
 - b. No
- ¿Por qué?

Mupis

32. ¿Se entienden que las fotografías son del Centro Cultural de Escuintla?

- a. Si
 - b. No
- ¿Por qué?

33. El logotipo en la imagen:

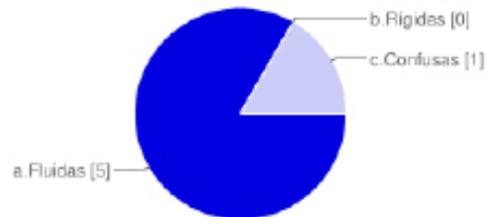
- a. Se destaca más que los demás elementos
- b. Se pierde entre los elementos
- c. Es confuso de visualizarlo

34. El tipo de letra:

- a. No se entiende
- b. Es difícil de leer
- c. Es fácil de leer

04 RESULTADOS DE INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN PARA DISEÑADORES GRÁFICOS

1. Las formas del isotipo son:



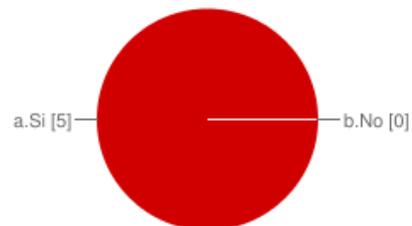
a. Fluidas	5	83.3%
b. Rígidas	0	0%
c. Confusas	1	16.7%

2. ¿Considera que el color del isotipo es versátil?



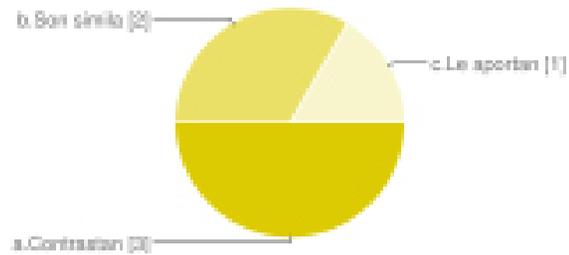
a. Si	6	100%
b. No	0	0%

3. ¿El isotipo cumple con el objetivo del proyecto?



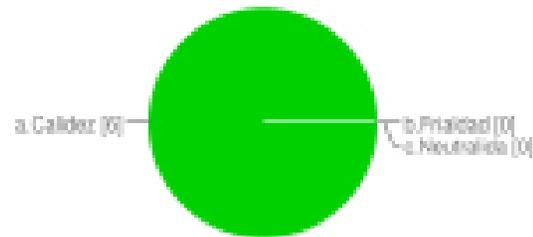
a. Si	5	100%
b. No	0	0%

4. Las formas de la tipografía:



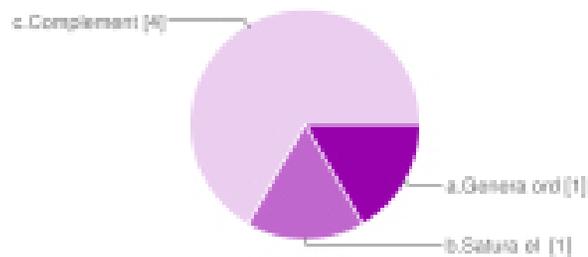
a. Contrastan con la forma del isotipo	3	50%
b. Son similares a las del isotipo	2	33.3%
c. Le aportan inestabilidad el isotipo	1	16.7%

5. Los colores del imagotipo connotan:



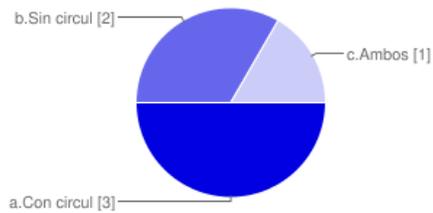
a. Calidez	6	100%
b. Frieza	0	0%
c. Neutralidad	0	0%

6. El uso del círculo en el imagotipo:



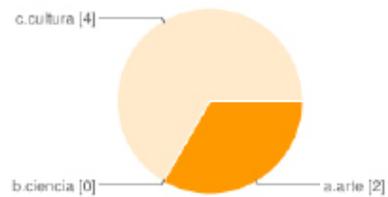
a. Genera orden	1	16.7%
b. Saturar el imagotipo	1	16.7%
c. Complementa el isotipo	4	66.7%

7. ¿Cómo considera mejor el imagotipo?



a. Con círculo	3	50%
b. Sin círculo	2	33.3%
c. Ambos	1	16.7%

8. Los colores aplicados en la papelería los asocia con:



a. arte	2	33.3%
b. ciencia	0	0%
c. cultura	4	66.7%

9. La tipografía produce en el diseño:



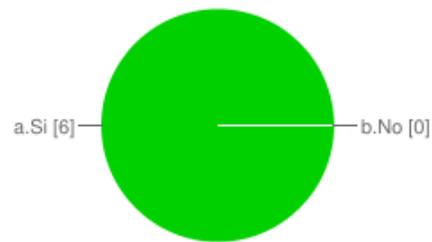
a. Equilibrio	5	83.3%
b. Inestabilidad	0	0%
c. Desorden	1	16.7%

10. Las formas orgánicas generan:



a. Rigidez	0	0%
b. Movimiento	5	83.3%
c. Dinamismo	1	16.7%

11. ¿Considera que esta pieza cumple con el objetivo del proyecto?



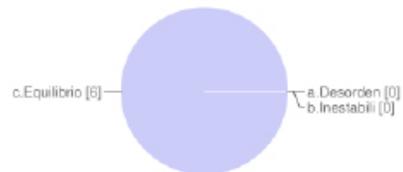
a. Si	6	100%
b. No	0	0%

12. Los colores en los pines connotan:



a. Jovialidad	5	83.3%
b. Tristeza	0	0%
c. Formalidad	1	16.7%

13. La tipografía por su forma produce:



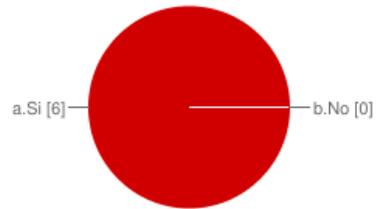
a. Desorden	0	0%
b. Inestabilidad	0	0%
c. Equilibrio	6	100%

14. ¿Considera adecuada este material para promocionar la nueva imagen del Centro Cultural de Escuintla?



a. Si	5	83.3%
b. No	1	16.7%

15. ¿Considera que el uso del color permite diferenciar los meses?



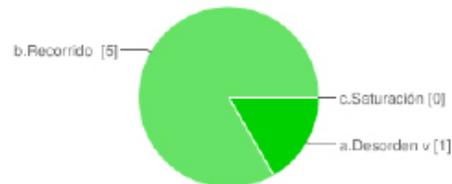
a. Si	6	100%
b. No	0	0%

16. La tipografía connota:



a. Simpleza	6	100%
b. Desorden	0	0%
c. Saturación	0	0%

17. La diagramación crea:



a. Desorden visual	1	16.7%
b. Recorrido visual	5	83.3%
c. Saturación visual	0	0%

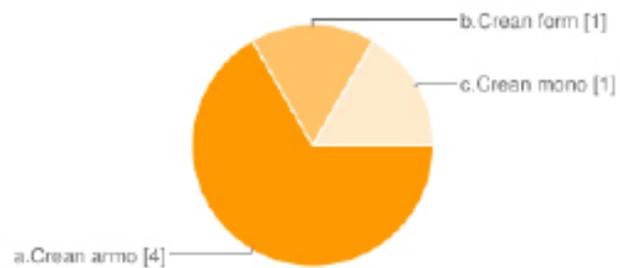
18. ¿Los programas de actividades cumplen con el objetivo del proyecto?



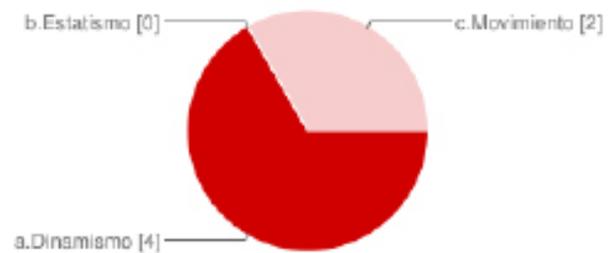
a. Si	6	100%
b. No	0	0%

19. La fotografía en el tipografía, aporta en el contenido:

a. Armonía	4	80%
b. Descanso	1	20%
c. Desorden	0	0%

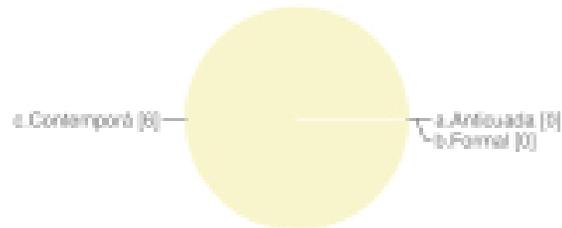
20. Los colores en el diseño:

a. Crean armonía	4	66.7%
b. Crean formalidad	1	16.7%
c. Crean monotonía	1	16.7%

21. Las formas orgánicas generan en el diseño:

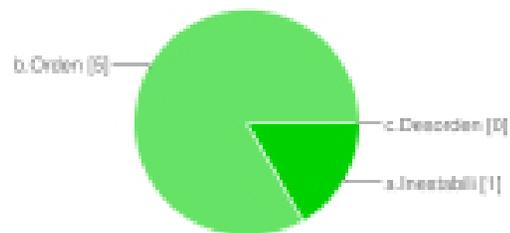
a. Dinamismo	4	66.7%
b. Estatismo	0	0%
c. Movimiento	2	33.3%

22. La tipografía aplicada en los flyers es:



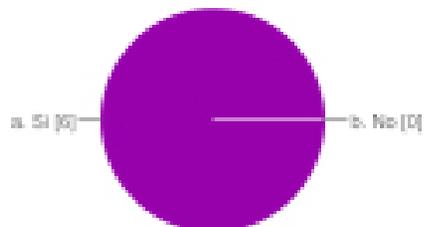
a. Anticuada	0	0%
b. Formal	0	0%
c. Contemporánea	6	100%

23. La diagramación genera:

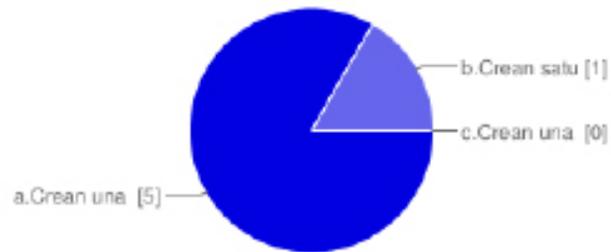


a. Inestabilidad	1	16.7%
b. Orden	5	83.3%
c. Desorden	0	0%

24. ¿Considera que este es el material adecuado para promocionar la nueva imagen del Centro Cultural de Escuintla?



a. Si	6	100%
b. No	0	0%

25. Los colores en los banner:

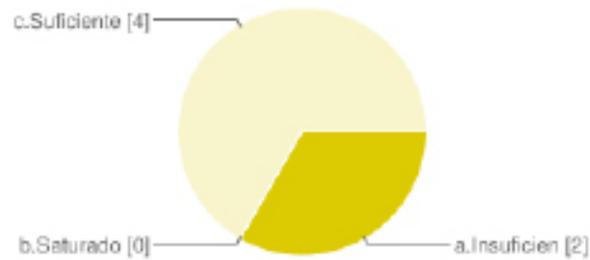
a. Crean una composición armoniosa	5	83.3%
b. Crean saturación visual	1	16.7%
c. Crean una composición aburrida	0	0%

26. Considera que la tipografía es:

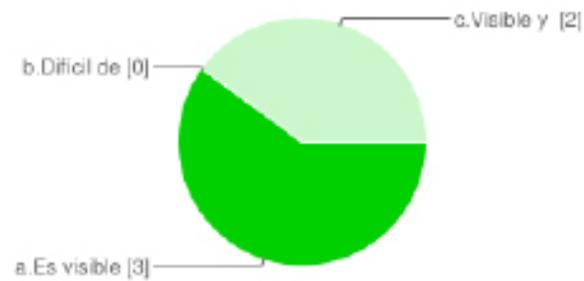
a. Legible a larga distancia	6	100%
b. Es legible pero confusa	0	0%
c. Es difícil de leer a distancia larga	0	0%

27. ¿Cree que este material es ideal para cumplir con el objetivo del proyecto?

a. Si	6	100%
b. No	0	0%

28. El contenido de este material es:

a. Insuficiente	2	33.3%
b. Saturado	0	0%
c. Suficiente	4	66.7%

29. La tipografía de los mupis:

a. Es visible pero confusa	3	60%
b. Difícil de leer y anticuada	0	0%
c. Visible y contemporánea	2	40%

30. ¿Considera que este es el material adecuado para cumplir con el objetivo del proyecto?

a. Si	5	83.3%
b. No	1	16.7%

Nombre:

Diana Garcia

Licda. Alejandra Vásquez

zully

Andrea Carolina Aguilar

Lic.Dulce María Baños

Sergio Durini

Email:

ac.design27@gmail.com

sdurini@gmail.com

zullyarios@yahoo.com

alejandrav26@gmail.com

urldianag@gmail.com

dulce.banos25@gmail.com

05 INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN PARA EXPERTOS EN EL TEMA

Disponible en:

https://docs.google.com/forms/d/1Of8CfC6vXJsIZMUM8dHDoCsgVb46GDe1DuxDxbM57n0/viewform?usp=send_form

VALIDACIÓN/ EXPERTOS

Buen día, agradezco su colaboración en la validación del siguiente proyecto elaborado en la Universidad Rafael Landívar al Centro Cultural de Escuintla "Lic. Aristides Crespo Villegas".

El siguiente material es una nueva propuesta para la imagen visual del Centro, material publicitario y promocional de la nueva imagen, los cuáles van dirigidos a jóvenes de 13 a 19 años de edad que estudian en nivel medio de centros públicos y privados del departamento de Escuintla.

Elija a continuación a respuesta que considere correspondiente.

Nombre:
Cargo:

Logotipo

1. Los colores del logotipo son:

- a. Tropicales
- b. Fríos
- c. Templados

2. Considera que el tipo de letra transmite:

- a. Movimiento
- b. Rigidez
- c. Elegancia

3. El círculo hace que el logotipo:

- a. Se vea desordenado
- b. Se vea dinámico
- c. Se ordenado

4. La forma de la imagen es:

- a. Rígida
- b. Dinámica
- c. Confusa

5. Considera que el color de la imagen es:

- a. Cálido
- b. Neutro
- c. Frío

Papelería

6. Los diferentes colores los asocia con:

- a. Cultura
- b. Arte
- c. Ciencia

7. El tipo de letra es:

- a. Fácil de leer
- b. No se entiende
- c. Difícil de leer

8. Las formas curvas transmiten:

- a. Dinamismo
- b. Rigidez
- c. Movimiento

9. El espacio de cada pieza es:

- a. Adecuado para su uso
- b. Recargado, le falta espacio
- c. Inadecuado, sobra espacio

Pines

10. Los colores transmite:

- a. Juventud
- b. Formalidad
- c. Aburrimento

11. El logotipo en los pines:

- a. Es muy pequeño
- b. Es confuso
- c. Tiene un tamaño adecuado

12. El tipo de letra es:

- a. Difícil de leer
- b. No se entiende
- c. Fácil de leer

Programa de actividades

13. ¿Considera que el color diferencia los meses?

- a. Sí
 - b. No
- ¿Por qué?

14. La lectura de la tipografía es:

- a. Ordenada
- b. Confusa
- c. Desordenada

15. El tipo de letra es:

- a. Simple
- b. Pesada
- c. Cargada

Trifoliar

16. El uso de fotografía en el trifoliar:

- a. Lo hace dinámico
- b. Lo hace confuso
- c. Lo hace aburrido

17. Los colores utilizados transmiten:

- a. Tristeza
- b. Vida
- c. Seriedad

18. Las figuras curvas transmiten:

- a. Dinamismo
- b. Rigidez
- c. Formalidad

19. La lectura del contenido es:

- a. Ordenada
- b. Confusa
- c. Desordenada

Flyer

20. Considera que los lugares fotografiados son?

- a. Principales del lugar
- b. No son relevantes
- c. No se entienden

21. El logotipo en la imagen:

- a. Es confuso
- b. No se entiende
- c. Sí se entiende

22. La tipografía la considera:

- a. moderna
- b. Anticuada
- c. Formal

23. Los elementos en el diseño:

- a. Se ven ordenados
- b. Se ven confusos
- c. Se ven desordenados

Banner

24. Los colores del banner transmiten:

- a. Vida
- b. Seriedad
- c. Diversión

25. El logotipo:

- a. Se ve con claridad
- b. Es confuso
- c. No se entiende

26. El tipo de letra:

- a. Se lee fácilmente
- b. No se lee fácilmente
- c. No se entiende

Mupis

27. ¿Se entienden que las fotografías son del Centro Cultural de Escuintla?

- a. Si
 - b. No
- ¿Por qué?

28. El logotipo en la imagen:

- a. Se destaca más que los demás elementos
- b. Se pierde entro los elementos
- c. Es confuso de visualizarlo

29. El tipo de letra:

- a. No se entiende
- b. Es difícil de leer
- c. Es fácil de leer

30. El tipo de letra:

- a. No se entiende
- b. Es difícil de leer
- c. Es fácil de leer

06 RESULTADOS DE INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN PARA EXPERTOS EN EL TEMA

Nombre:

Arnoldo Hernández Díaz

Emmanuel

Johnatan Polanco

Alva Consuelo López

Cargo:

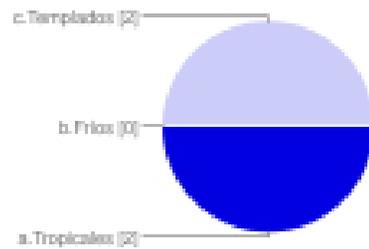
administrador

Secretaria de Coordinación

Subcoordinador Técnico Artístico Centro Cultural Escuintla.

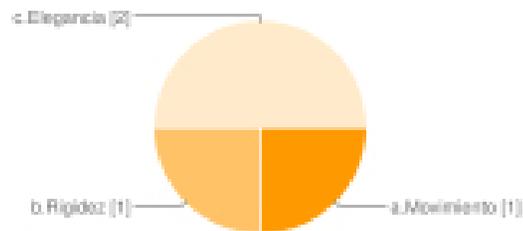
Director Tecnico Artístico

1. Los colores del logotipo son:



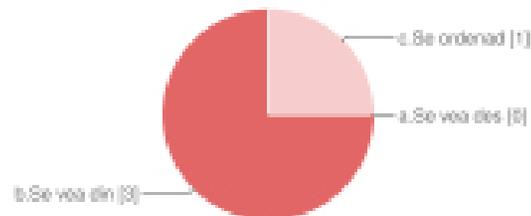
a. Tropicales	2	50%
b. Frías	0	0%
c. Templados	2	50%

2. Considera que el tipo de letra transmite:



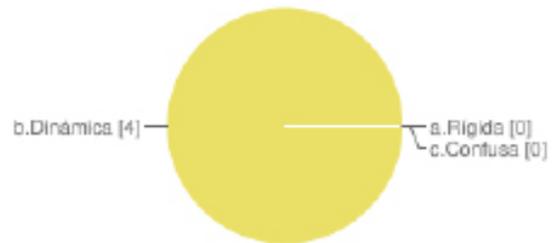
a. Movimiento	1	25%
b. Rigidez	1	25%
c. Elegancia	2	50%

3. El círculo hace que el logotipo:



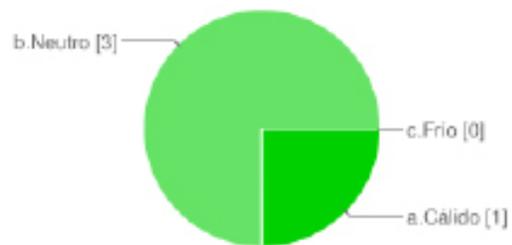
a. Se vea desordenado	0	0%
b. Se vea dinámico	3	75%
c. Se vea ordenado	1	25%

4. La forma de la imagen es:



a. Rígida	0	0%
b. Dinámica	4	100%
c. Confusa	0	0%

5. Considera que el color de la imagen es:



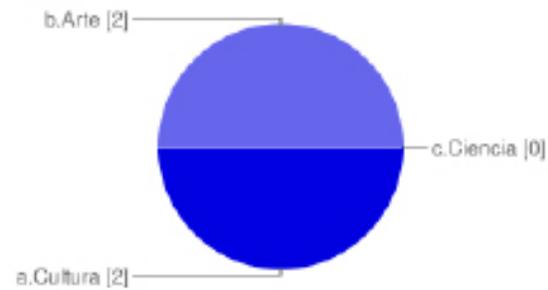
a. Cálido	1	25%
b. Neutro	3	75%
c. Frío	0	0%

6. ¿Considera que el logotipo cumple con el objetivo del Centro?



Sí	4	100%
No	0	0%

7. Los diferentes colores los asocia con:



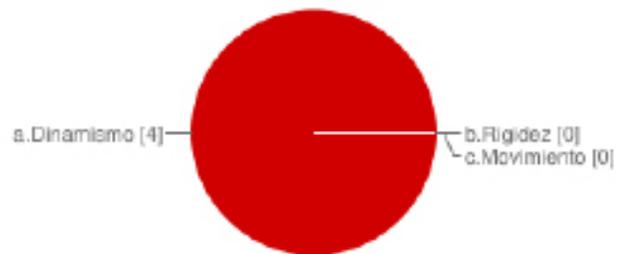
a. Cultura	2	50%
b. Arte	2	50%
c. Ciencia	0	0%

8. El tipo de letra es:



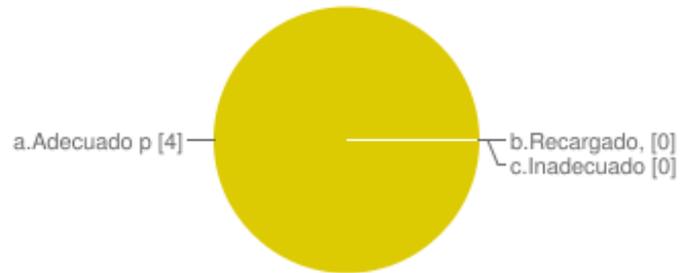
a. Fácil de leer	4	100%
b. No se entiende	0	0%
c. Difícil de leer	0	0%

9. Las formas curvas transmiten:



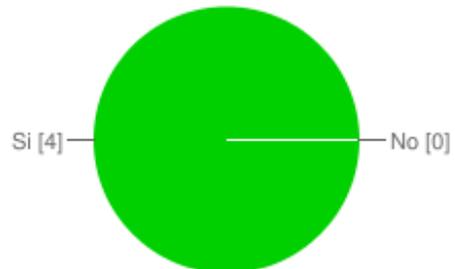
a. Dinamismo	4	100%
b. Rigidez	0	0%
c. Movimiento	0	0%

10. El espacio de cada pieza es:



a. Adecuado para su uso	4	100%
b. Recargado, le falta espacio	0	0%
c. Inadecuado, sobra espacio	0	0%

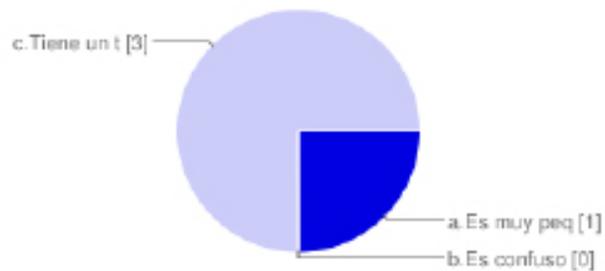
11. ¿Las piezas de este material cumplen con la necesidad del Centro Cultural?



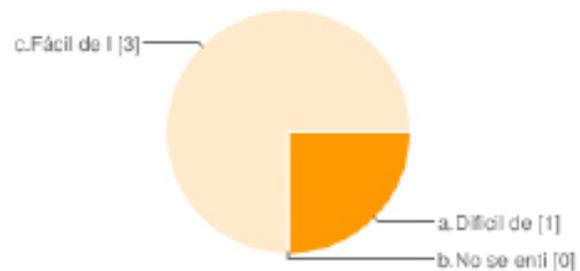
Si	4	100%
No	0	0%

12. Los colores transmite:

a. Juventud	3	75%
b. Formalidad	1	25%
c. Aburrimiento	0	0%

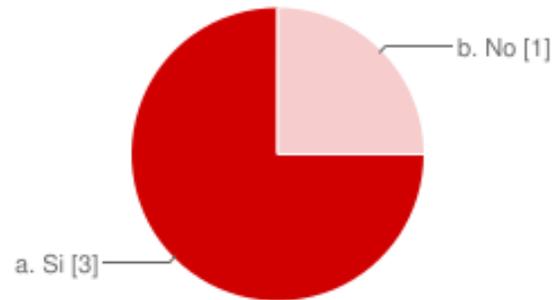
13. El logotipo en los pines:

a. Es muy pequeño	1	25%
b. Es confuso	0	0%
c. Tiene un tamaño adecuado	3	75%

14. El tipo de letra es:

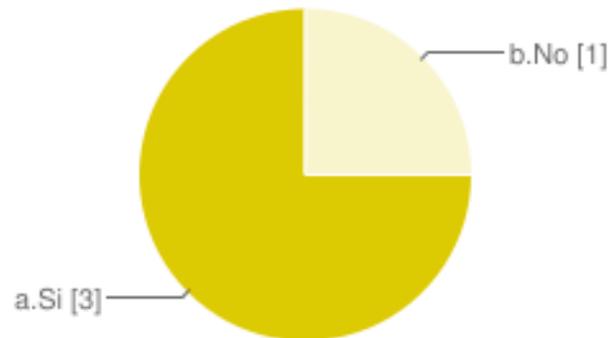
a. Difícil de leer	1	25%
b. No se entiende	0	0%
c. Fácil de leer	3	75%

15. ¿Considera que esta pieza cumple con el objetivo del Centro?



a. Si **3** 75%
b. No **1** 25%

16. ¿Considera que el color diferencia los meses?



a. Si **3** 75%
b. No **1** 25%

17. La lectura del contenido es:



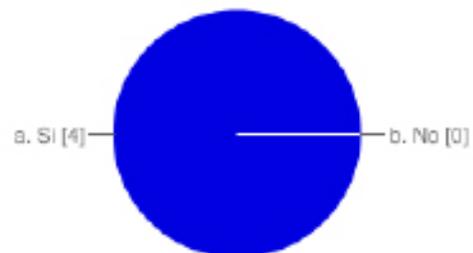
a. Ordenada	4	100%
b. Confusa	0	0%
c. Desordenada	0	0%

18. El tipo de letra es:



a. Simple	4	100%
b. Pesada	0	0%
c. Cargada	0	0%

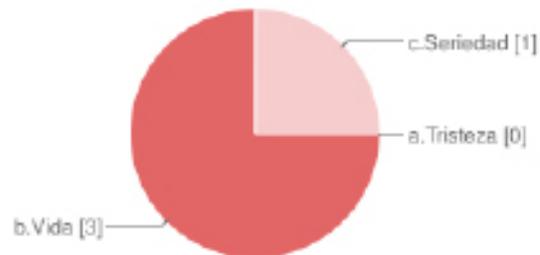
19. ¿Cree que esta pieza cumple con la necesidad del Centro de dar a conocer las actividades?



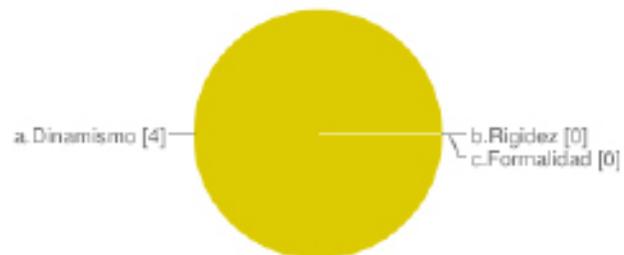
a. Si	4	100%
b. No	0	0%

20. El uso de fotografía en el trifoldar:

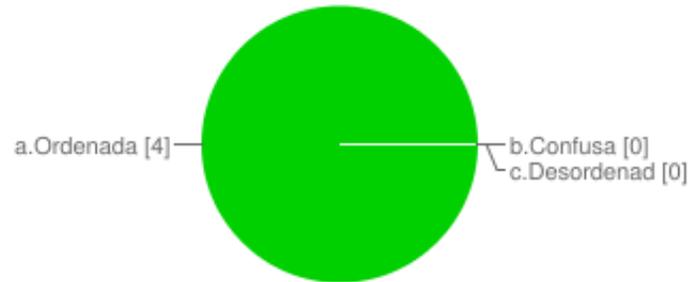
a. Lo hace dinámico	4	100%
b. Lo hace confuso	0	0%
c. Lo hace aburrido	0	0%

21. Los colores utilizados transmiten:

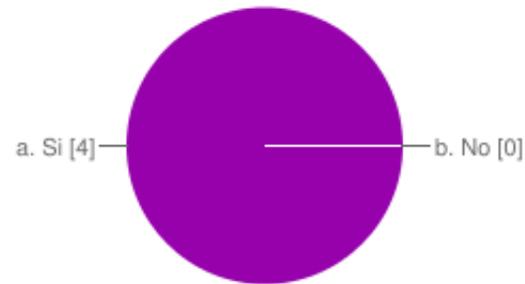
a. Tristeza	0	0%
b. Vida	3	75%
c. Seriedad	1	25%

22. Las figuras curvas transmiten:

a. Dinamismo	4	100%
b. Rigidez	0	0%
c. Formalidad	0	0%

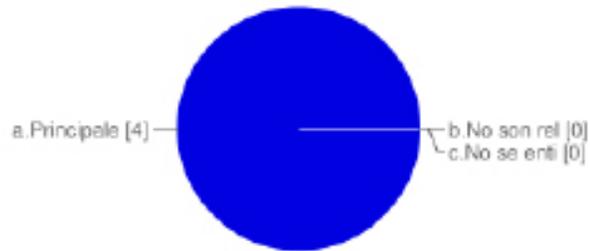
23. La lectura del contenido es:

a. Ordenada	4	100%
b. Confusa	0	0%
c. Desordenada	0	0%

24. ¿Considera que el trifoliar cumple con el objetivo de informar a las personas del Centro?

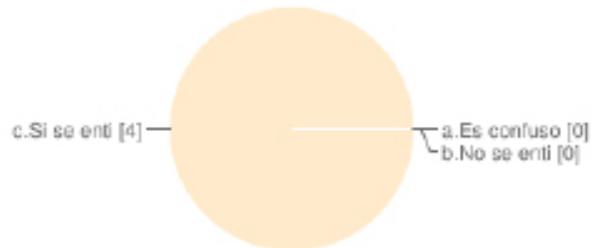
a. Si	4	100%
b. No	0	0%

25. Considera que los lugares fotografiados son?



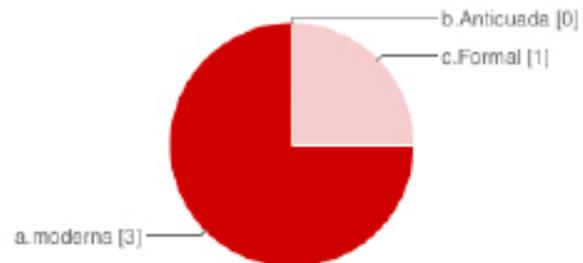
a. Principales del lugar	4	100%
b. No son relevantes	0	0%
c. No se entienden	0	0%

26. El logotipo en la imagen:

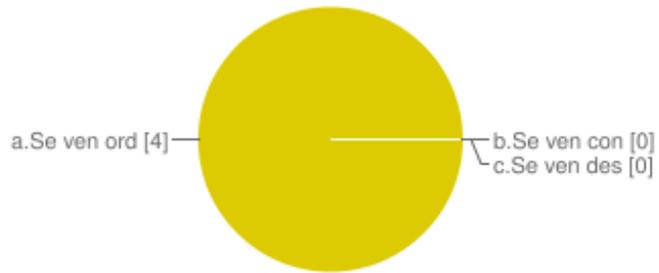


a. Es confuso	0	0%
b. No se entiende	0	0%
c. Si se entiende	4	100%

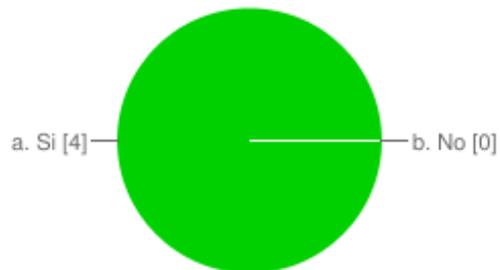
27. La tipografía la considera:



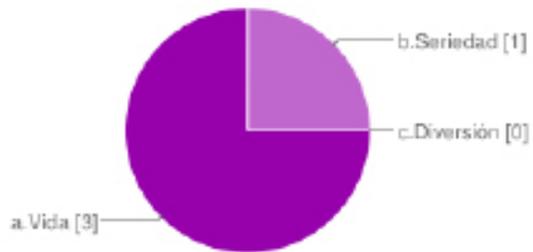
a. moderna	3	75%
b. Anticuada	0	0%
c. Formal	1	25%

28. Los elementos en el diseño:

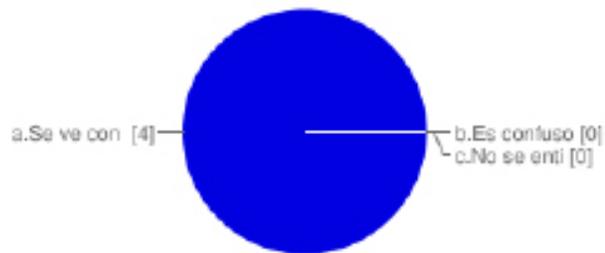
a. Se ven ordenados	4	100%
b. Se ven confusos	0	0%
c. Se ven desordenados	0	0%

29. ¿Cree usted que este material cumple con el objetivo de dar a conocer el Centro?

a. Si	4	100%
b. No	0	0%

30. Los colores del banner transmiten:

a. Vida	3	75%
b. Seriedad	1	25%
c. Diversión	0	0%

31. El logotipo:

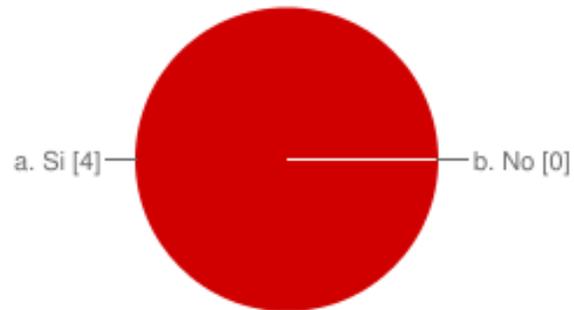
a. Se ve con claridad	4	100%
b. Es confuso	0	0%
c. No se entiende	0	0%

32. El tipo de letra:

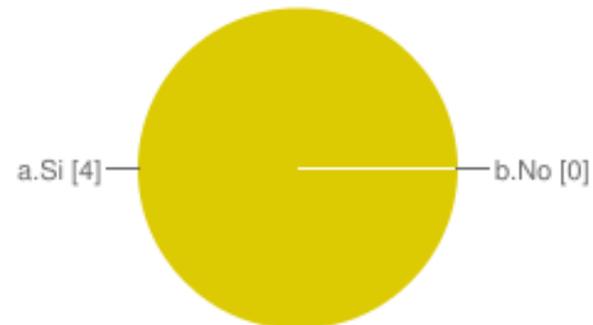
a. Se lee fácilmente	4	100%
b. No se lee fácilmente	0	0%
c. No se entiende	0	0%

33. ¿Este material cumple con el objetivo de promocionar el Centro?

a. Si **4** 100%
b. No **0** 0%

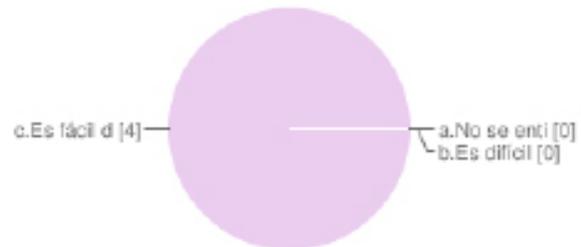
**34. ¿Se entienden que las fotografías son del Centro Cultural de Escuintla?**

a. Si **4** 100%
b. No **0** 0%

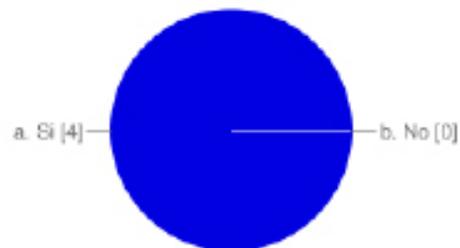


35. El logotipo en la imagen:

a. Se destaca más que los demás elementos	4	100%
b. Se pierde entre los elementos	0	0%
c. Es confuso de visualizarlo	0	0%

36. El tipo de letra:

a. No se entiende	0	0%
b. Es difícil de leer	0	0%
c. Es fácil de leer	4	100%

37. ¿Este materia cumple con la necesidad de dar a conocer la nueva imagen del Centro?

a. Si	4	100%
b. No	0	0%

07 INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN PARA GRUPO OBJETIVO

Disponible en:

https://docs.google.com/forms/d/1thq2kXBez49Mbml0gL5mqSukLwS3RhPksexZtrZ_pg/viewform?usp=send_form

VALIDACIÓN / GRUPO OBJETIVO

Buen día, agradezco tu colaboración en la validación del siguiente proyecto elaborado en la Universidad Rafael Landívar al Centro Cultural de Escuintla "Lic. Arístides Crespo Villegas".

El siguiente material es una nueva propuesta para la imagen visual del Centro, material publicitario y promocional de la nueva imagen, los cuáles van dirigidos a jóvenes de 13 a 19 años de edad que estudian en nivel medio de centros públicos y privados del departamento de Escuintla.

Elija a continuación a respuesta que considere correspondiente.

Género:

Edad:

Municipio dónde vive:

Logotipo

1. Los colores del logotipo son:

- a. Tropicales
- b. Fríos
- c. Templados

2. Consideras que el tipo de letra transmite:

- a. Movimiento
- b. Rigidez
- c. Elegancia

3. El círculo hace que el logotipo:

- a. Se vea desordenado
- b. Se vea dinámico
- c. Se ordenado

4. La forma de la imagen es:

- a. Rígida
- b. Dinámica
- c. Confusa

5. Consideras que el color de la imagen es:

- a. Cálido
- b. Neutro
- c. Frío

Papelería

6. Los diferentes colores los asocias con:

- a. Cultura
- b. Arte
- c. Ciencia

7. El tipo de letra es:

- a. Fácil de leer
- b. No se entiende
- c. Difícil de leer

8. Las formas curvas te transmiten:

- a. Dinamismo
- b. Rigidez
- c. Movimiento

9. El espacio de cada pieza es:

- a. Adecuado para su uso
- b. Recargado, le falta espacio
- c. Inadecuado, sobra espacio

Pines

10. Los colores te transmiten:

- a. Juventud
- b. Formalidad
- c. Aburrimiento

11. El logotipo en los pines:

- a. Es muy pequeño
- b. Es confuso
- c. Tiene un tamaño adecuado

12. El tipo de letra es:

- a. Difícil de leer
- b. No se entiende
- c. Fácil de leer

13. ¿Te gustaría tener uno de estos pines?

- a. Sí
 - b. No
- ¿Por qué?

Programa de actividades

14. ¿Consideras que el color diferencia los meses?

- a. Sí
 - b. No
- ¿Por qué?

15. La lectura de la tipografía es:

- a. Ordenada
- b. Confusa
- c. Desordenada

16. El tipo de letra es:

- a. Simple
- b. Pesada
- c. Cargada

17. ¿Crees que este material es útil para enterarse de las actividades del centro cultural?

- a. Sí
 - b. No
- ¿Por qué?

Trifoliar

18. El uso de fotografía en el trifoliar:

- a. Lo hace dinámico
- b. Lo hace confuso
- c. Lo hace aburrido

19. Los colores utilizados te transmiten:

- a. Tristeza
- b. Vida
- c. Seriedad

20. Las figuras curvas te transmiten:

- a. Dinamismo
- b. Rigidez
- c. Formalidad

21. La lectura del contenido es:

- a. Ordenada
- b. Confusa
- c. Desordenada

22. ¿Te gustaría leer un trifoliar así?

- a. Sí
 - b. No
- ¿Por qué?

Flyer

23. ¿Reconoces los lugares que se muestran en las fotografías?

- a. Sí
 - b. No
- ¿Por qué?

24. El logotipo en la imagen:

- a. Es confuso
- b. No se entiende
- c. Sí se entiende

25. La tipografía la consideras:

- a. moderna
- b. Anticuada
- c. Formal

26. Los elementos en el diseño:

- a. Se ven ordenados
- b. Se ven confusos
- c. Se ven desordenados

27. ¿Te llama la atención este material?

- a. Si
 - b. No
- ¿Por qué?

Banner

28. Los colores del banner transmiten:

- a. Vida
- b. Seriedad
- c. Diversión

29. El logotipo:

- a. Se ve con claridad
- b. Es confuso
- c. No se entiende

30. El tipo de letra:

- a. Se lee fácilmente
- b. No se lee fácilmente
- c. No se entiende

31. ¿Te llama la atención el banner?

- a. Si
 - b. No
- ¿Por qué?

Mupis

32. ¿Se entienden que las fotografías son del Centro Cultural de Escuintla?

- a. Si
 - b. No
- ¿Por qué?

33. El logotipo en la imagen:

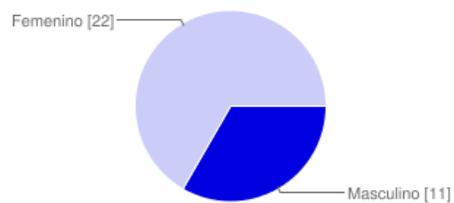
- a. Se destaca más que los demás elementos
- b. Se pierde entre los elementos
- c. Es confuso de visualizarlo

34. El tipo de letra:

- a. No se entiende
- b. Es difícil de leer
- c. Es fácil de leer

08 RESULTADOS DE INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN PARA GRUPO OBJETIVO

Género:



Masculino 11 33.3%
Femenino 22 66.7%

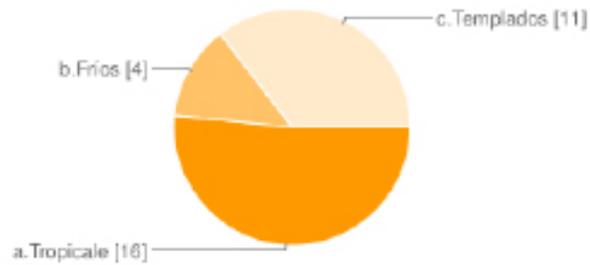
Edad:

16
23
25
19
17
18
15

Municipio dónde vives:

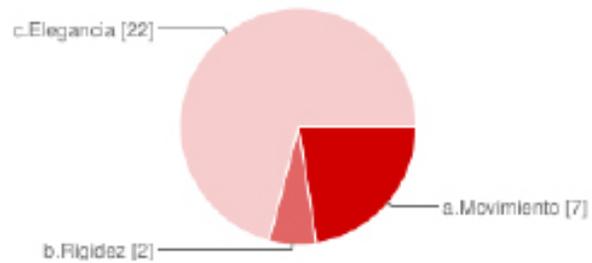
escuintla
escuintla.
escuitnla
Guatemala
escuintla
Escuintla
Ciudad de Guatemala

1. Los colores del logotipo son:



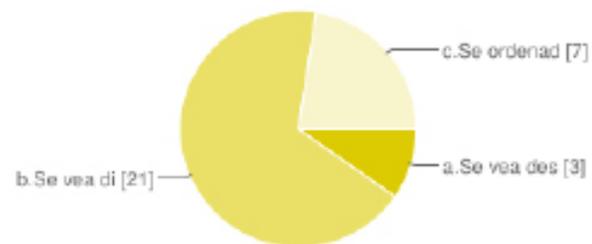
a. Tropicales	16	51.6%
b. Fríos	4	12.9%
c. Templados	11	35.5%

2. Consideras que el tipo de letra transmite:



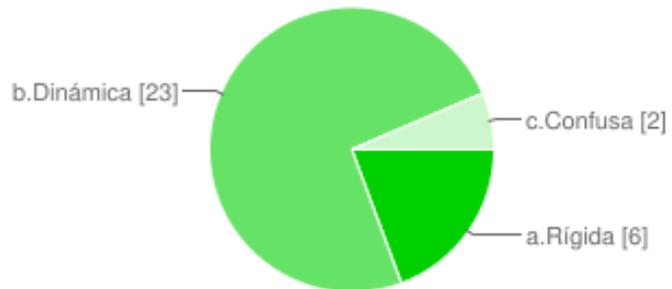
a. Movimiento	7	22.6%
b. Rigidez	2	6.5%
c. Elegancia	22	71%

3. El círculo hace que el logotipo:



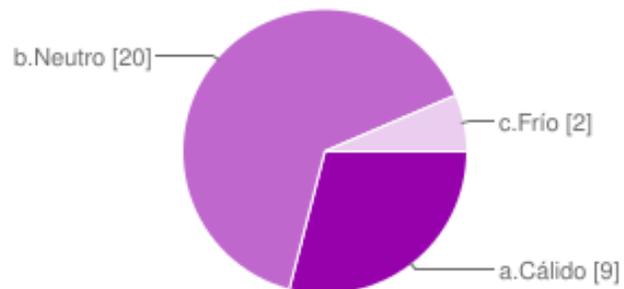
a. Se vea desordenado	3	9.7%
b. Se vea dinámico	21	67.7%
c. Se vea ordenado	7	22.6%

4. La forma de la imagen es:



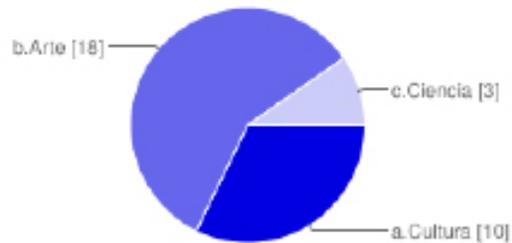
a. Rígida	6	19.4%
b. Dinámica	23	74.2%
c. Confusa	2	6.5%

5. Consideras que el color de la imagen es:



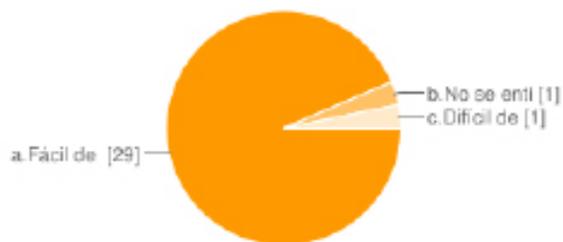
a. Cálido	9	29%
b. Neutro	20	64.5%
c. Frío	2	6.5%

6. Los diferentes colores los asocias con:



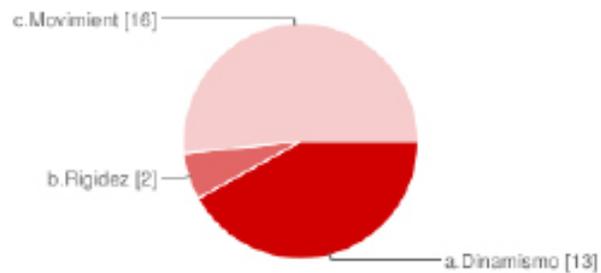
a. Cultura	10	32.3%
b. Arte	18	58.1%
c. Ciencia	3	9.7%

7. El tipo de letra es:



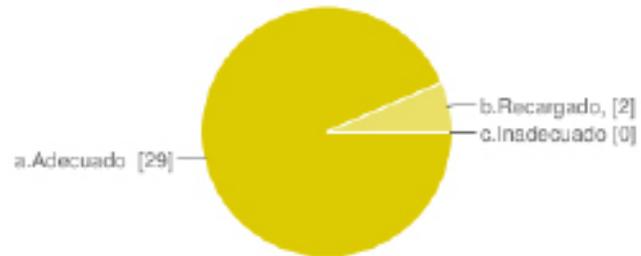
a. Fácil de leer	29	93.5%
b. No se entiende	1	3.2%
c. Difícil de leer	1	3.2%

8. Las formas curvas te transmiten:



a. Dinamismo	13	41.9%
b. Rigidez	2	6.5%
c. Movimiento	16	51.6%

9. El espacio de cada pieza es:

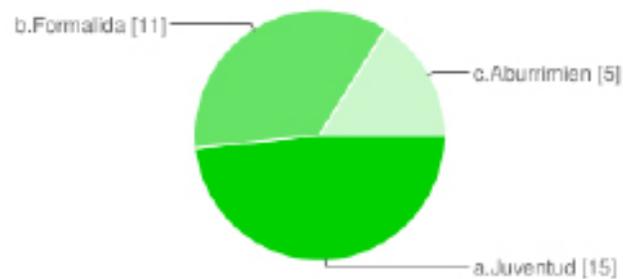


a. Adecuado para su uso	29	93.5%
b. Recargado, le falta espacio	2	6.5%
c. Inadecuado, sobra espacio	0	0%

Pines

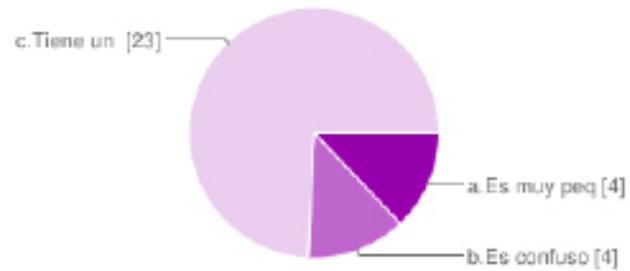
[Image]

10. Los colores te transmiten:



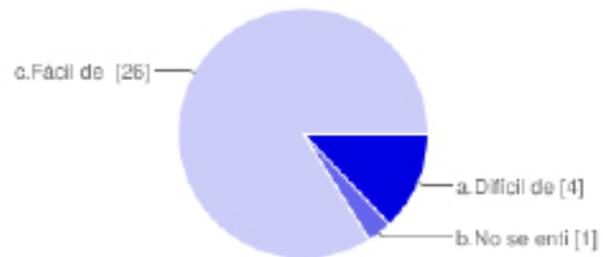
a. Juventud	15	48.4%
b. Formalidad	11	35.5%
c. Aburrimiento	5	16.1%

11. El logotipo en los pines:



a. Es muy pequeño	4	12.9%
b. Es confuso	4	12.9%
c. Tiene un tamaño adecuado	23	74.2%

12. El tipo de letra es:



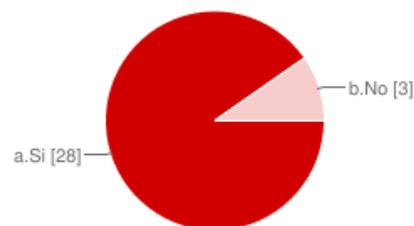
a. Difícil de leer	4	12.9%
b. No se entiende	1	3.2%
c. Fácil de leer	26	83.9%

13. ¿Te gustaría tener uno de estos pines?



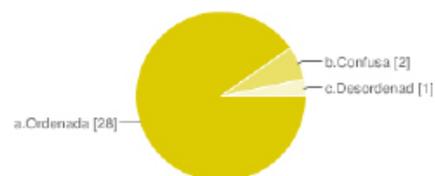
a. Si	25	80.6%
b. No	6	19.4%

14. ¿Consideras que el color diferencia los meses?



a. Si	28	90.3%
b. No	3	9.7%

15. La lectura de la tipografía es:



a. Ordenada	28	90.3%
b. Confusa	2	6.5%
c. Desordenada	1	3.2%

16. El tipo de letra es:



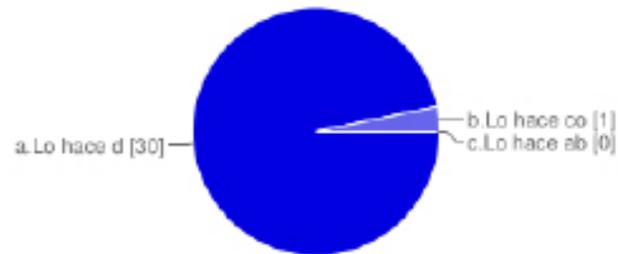
a. Simple	29	93.5%
b. Pesada	0	0%
c. Cargada	2	6.5%

17. ¿Crees que este material es útil para enterarse de las actividades del centro cultural?



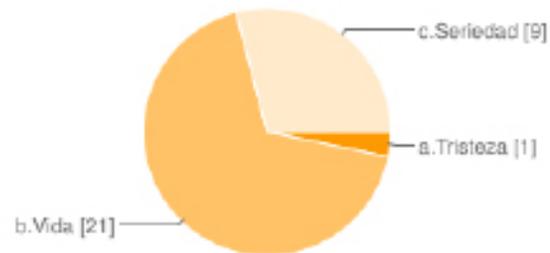
a. Si	28	90.3%
b. No	3	9.7%

18. El uso de fotografía en el trifoliar:



a. Lo hace dinámico	30	96.8%
b. Lo hace confuso	1	3.2%
c. Lo hace aburrido	0	0%

19. Los colores utilizados te transmiten:

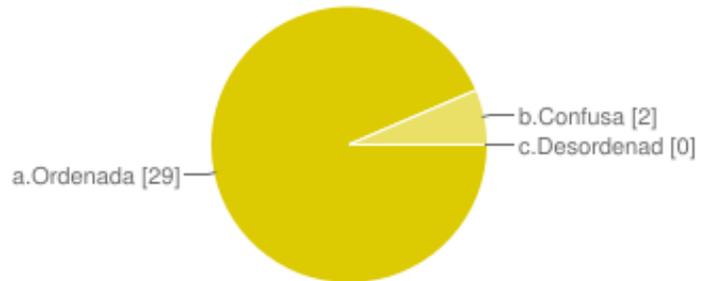


a. Tristeza	1	3.2%
b. Vida	21	67.7%
c. Seriedad	9	29%

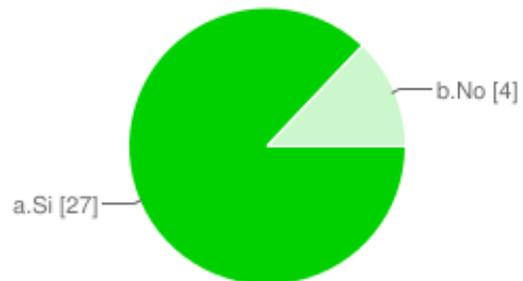
20. Las figuras curvas te transmiten:



a. Dinamismo	24	77.4%
b. Rigidez	4	12.9%
c. Formalidad	3	9.7%

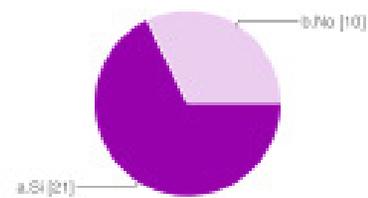
21. La lectura del contenido es:

a. Ordenada	29	93.5%
b. Confusa	2	6.5%
c. Desordenada	0	0%

22. ¿Te gustaría leer un trifoliar así?

a. Si	27	87.1%
b. No	4	12.9%

23. ¿Reconoces los lugares que se muestran en las fotografías?



a. Si	21	67.7%
b. No	10	32.3%

Porque es el centro cultural y he entrado en algunas ocasiones

No los he visto antes

Porque estubo al centro cultural

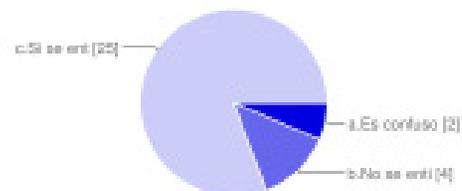
porque he pasado por ai

nuca he visitado el lugar...

Son parte de las instalaciones

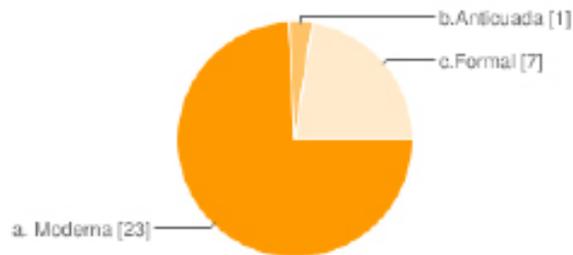
No los he visto

24. El logotipo en la imagen:



a. Es confuso	2	8.6%
b. No se entiende	4	12.0%
c. Si se entiende	25	80.6%

25. La tipografía la consideras:



a. Moderna	23	74.2%
b. Anticuada	1	3.2%
c. Formal	7	22.6%

26. Los elementos en el diseño:

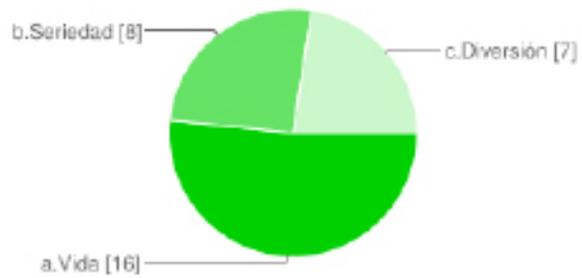


a. Se ven ordenados	24	77.4%
b. Se ven confusos	6	19.4%
c. Se ven desordenados	1	3.2%

27. ¿Te llama la atención este material?



a. Si	27	87.1%
b. No	4	12.9%

28. Los colores del banner transmiten:

a. Vida	16	51.6%
b. Seriedad	8	25.8%
c. Diversión	7	22.6%

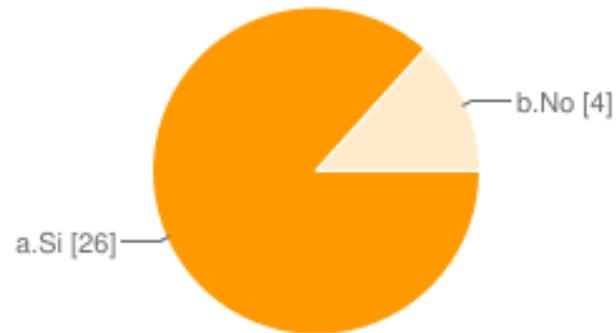
29. El logotipo:

a. Se ve con claridad	30	96.8%
b. Es confuso	1	3.2%
c. No se entiende	0	0%

30. El tipo de letra:

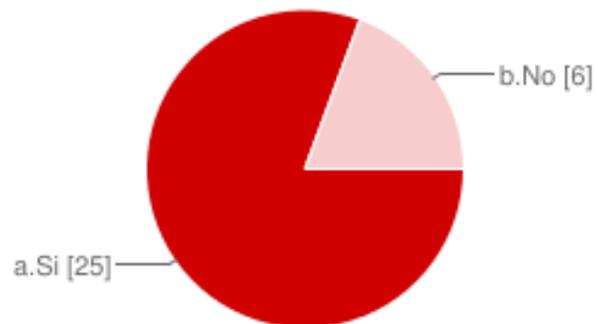
a. Se lee fácilmente	30	96.8%
b. No se lee fácilmente	1	3.2%
c. No se entiende	0	0%

31. ¿Te llama la atención el banner?



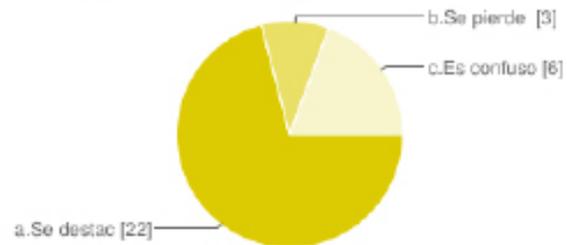
a. Si	26	86.7%
b. No	4	13.3%

32. ¿Se entienden que las fotografías son del Centro Cultural de Escuintla?



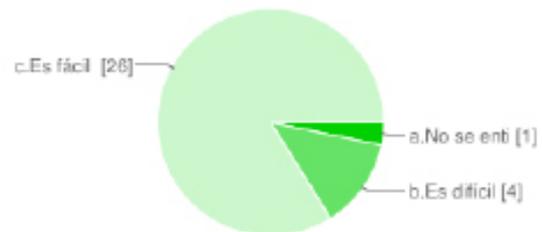
a. Si	25	80.6%
b. No	6	19.4%

33. El logotipo en la imagen:



a. Se destaca más que los demás elementos	22	71%
b. Se pierde entre los elementos	3	9.7%
c. Es confuso de visualizarlo	6	19.4%

34. El tipo de letra:



a. No se entiende	1	3.2%
b. Es difícil de leer	4	12.9%
c. Es fácil de leer	26	83.9%

09 COTIZACIONES

IMPRESA KAR'S

Pieza	Cantidad	Tamaño	Soporte	Color	Precio
Tarjeta de presentación	1,000	3.5 x 2 "	Lino Crema 220g.	Full color	Q825.00
Hoja Membretada	500	8.5 x 11"	Vellum Ivory 90g.	Full color	Q950.00
Trifoliar	2,000	8.5" x 11"	Lino Crema 180g.	Full color	Q2,975
Programa de actividades	500	4.2 x 11"	Lino Crema 180g.	Una tinta	Q475
Folder	300	19 x 24"	Texcote	Full color	Q1,350.00
				Total	Q6,575.00

• Tarjeta de presentación 1000 / full color = ₡ 825
 • Hoja membretada 500 / full color = ₡ 950
 • Programa de actividades 500 (una tinta) tipo y retiro = 475
 • Trifoliar 2000 / full color (tipo y retiro) = 2,975
 300 folders - pl tamaño estándar full color = 1,350

APUY

IMPRESA Y SERIGRAFIA

3a. Avenida 1-182 Zona 1, Escuintla.
Tels.: 7889-6584 • 7889-0927

"La Puntualidad y Calidad nos Caracterizan"...

FACTURAS, ESQUELAS, RECIBOS, TICKETS, VOLANTES Y SELLOS DE HULE • ENTREGA EN 24 HORAS.

Encuadernación de Tesis, Protocolos, Corresponsales, Impresión de Facturas, Proformas, Vales, Recibos, Tickets, Diplomas, Tarjetas para toda Ocasión, Fabricación de Sellos de Hule, Banderas Nacionales, Empresariales y Escolares, Serigrafía de Monogramas y Playeras, Camisas Polo Bordadas.

Impresosapuy@yahoo.com

Juan Antonio Apuy Ochoa

f Impresos Apuy

DIA	MES	AÑO
12	NOV	2015

MEJORAMOS CUALQUIER COTIZACION

Nombre: Maria Rene Martinez
 Dirección: Escuintla
 Teléfonos: 59969668

APUY
 IMPRESA Y SERIGRAFIA
 ESCUINTLA - TEL. 7889-0927

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR
1000	tarjetas de presentación full color, lino crema	0 900.00
500	programas de actividades una tinta, duplex	
500	1/2 corta, Papel lino crema	425.00
	papel membretado x/1 corta Papel lino crema a full color	0 1,200.00
100	folios tamaño carta manila una tinta	0 250.00
2000	duplex x/corta full color duplex	0 4,000.00
	50% de Anticipo	
PROFORMA Nº 01213		TOTAL Q 6,775.00

TIEMPO DE ENTREGA: 8 días hábiles a partir de la fecha de confirmación.

COTIZACIÓN DE PINES

ANUNCIA PUBLICIDAD

Pieza	Cantidad	Tamaño	Color	Unidad	Total
Pines	200	2.2"	Full color	Q5.00	Q1,000.00
				Total	Q1,000.00

COLOR DIGITAL

Pieza	Cantidad	Tamaño	Color	Unidad	Total
Pines	200	2.2"	Full color	Q7.00	Q1,400.00
				Total	Q1,040.00

COTIZACIÓN DE BANNERS Y MUPIS



PRADERA ESCUINTLA

PraderaMedia
Be Simple, Be Different, Be WOW!

BANNERS DE PARQUEO

Medida:
0.80 X 3.00 MTS.

Ubicación:
Parqueo

Icons: A row of five small icons representing different banner types: a grid, a vertical banner, a horizontal banner, a curved banner, and a banner with a car icon.

PRECIO: Q. 800.00 c/u

SHOPPERS

Medida:
0.76 X 1.18 MTS.

Ubicación:
Interior C.C.

Icons: A row of five small icons representing different shopper types: a grid, a vertical shopper, a horizontal shopper, a curved shopper, and a shopper with a cart icon.

PRECIO: Q. 1,500.00 c/u