

VRL
03
T849



DATE UNA VUELTA POR LOS MUSEOS

Tú eres parte de este tesoro cultural...ven a descubrirlo.



MUSEOS
DE GUATEMALA

TESIS PRESENTADA AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
POR LUCIA ALEJANDRA SANABRIA LIMA PREVIO A OPTAR EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA.

Guatemala, Abril 2004



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono: (502) 279 7979 ext. 2428
Fax: (502) 279 7979 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016
rgailan@url.edu.gt

Reg. No. Arq. 12-2004

Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a
los nueve días del mes de marzo de dos mil cuatro.

Con base al dictamen rendido por el asesor Lic. Clint Pérez y el resultado de la Defensa de Tesis, denominada: "Date una vuelta por los museos: Tú eres parte de este tesoro cultural... ven a descubrirlo", presentado por la estudiante Lucía Alejandra Sanabria Lima, previo a su Graduación Profesional de Diseñadora Gráfica en el Grado Académico de Licenciada, se autoriza la impresión de dicha Tesis.

Lic. Leizer Kachler
DIRECTOR DE CARRERA



Lic. Antonio Gaitán Dávila
SECRETARIO



/SPG
Cc: archivo



Guatemala, 20 de agosto de 2,003



Licenciado
Antonio Gaitán
Secretario de la Facultad de
Arquitectura y Diseño
URL
presente

Estimado Lic. Gaitán:

Por medio de la presente, deseo hacer de su conocimiento que he revisado el informe final de la tesis titulada "Date una vuelta por los museos: tú eres parte de este tesoro cultural... ven a descubrirlo", presentada por la estudiante **Lucía Alejandra Sanabria Lima**, carné 48203-93.

Es de mi criterio que esta tesis cumple con los requisitos de investigación y propuestas profesionales de diseño considerados y estipulados por la Facultad de Arquitectura, por lo que puede ser sometida a las evaluaciones reglamentadas por la Facultad de Arquitectura y Diseño, previas a optar a título de Diseñadora Grafica en el grado académico de Licenciatura.

La srta. Sanabria completó las partes correspondientes al informe de tesis en esta fecha por lo que se extiende la misma como constancia a fin de poder hacer los trámites necesarios para entregar papelería requerida y modificar su permanencia de tesis a lo largo del semestre

Sin otro particular me suscribo de usted, agradeciendo su atención

Atentamente,


Lic. D.G. Clint A. Pérez
Asesor

Prueba superada! felicitaciones



AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR



Lic. Gonzalo de Villa, S.J.
Licda. Guillermina Herrera
Dr. René Pointevin
Arq. Carlos Haeussler Cordon
Lic. Luis Estuardo Quan Mack

RECTOR
VICERRECTORA GENERAL
VICERRECTOR ACADÉMICO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO
SECRETARIO GENERAL

AUTORIDADES FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

Arq. Sergio Tulio Castañeda
Arq. Byron Estuardo Rodríguez González
Lic. Manuel Antonio Gaitán Dávila
Arq. Karín Lucrecia Grajeda Godínez
Lic. Leizer Kachler Solares
D.I. Hernán Ovidio Morales Calderón

DECANO
VICEDECANO
SECRETARIO
DIRECTORA DEPTO. DE ARQUITECTURA
DIRECTOR DEPTO. DISEÑO GRÁFICO
DIRECTOR DEPTO. DISEÑO INDUSTRIAL

TERNA QUE PRACTICÓ LA DEFENSA PRIVADA DE TESIS

Licda. Ericka Grajeda
Licda. Ana Lucía García
Lic. Alejandro Azurdia



	Pág.
I PARTE INVESTIGATIVA	
1. Introducción	08
2. Planteamiento del Problema	11
3. Objetivos de Investigación	15
4. Metodología	
4.1 Sujetos de Estudio	18
4.2 Objetos de Estudio	19
4.3 Instrumentos	20
4.4 Procedimiento	21
5. Marco de Referencia	22
6. Antecedentes de Diseño	39
7. Descripción e Interpretación de Resultados	47
6. Conclusiones y Recomendaciones	66
II DESARROLLO DE LA PROPUESTA GRAFICA	
1. Presentación de Necesidades	71
2. Objetivos de la Propuesta	74
3. Fundamento teórico de la propuesta	76
4.1 Definición del Grupo Objetivo	89
4.1 Perfil Demográfico	90
4.2 Perfil Psicográfico	90
5. Conceptualización	91



6. Contenidos del Material Gráfico	94
6.1 Personalidad de la información	95
7. Medios a utilizar y Formas de distribución	96
8. Bocetaje	100
9. Propuesta Preliminar de Diseño	118
10. Validación Técnica de la Propuesta	125
11. Propuesta Final	129
12. Producción y Reproducción	142
13. Conclusiones y recomendaciones	144

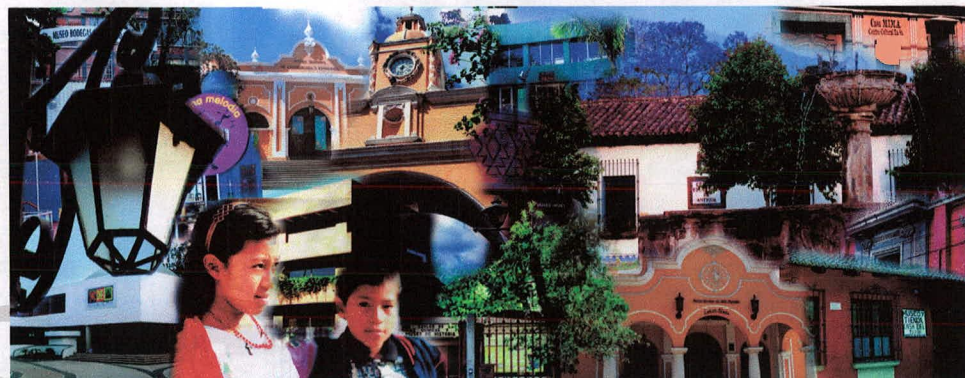
III PARTE

1. Bibliografía	149
2. Anexos	152



MUSEOS

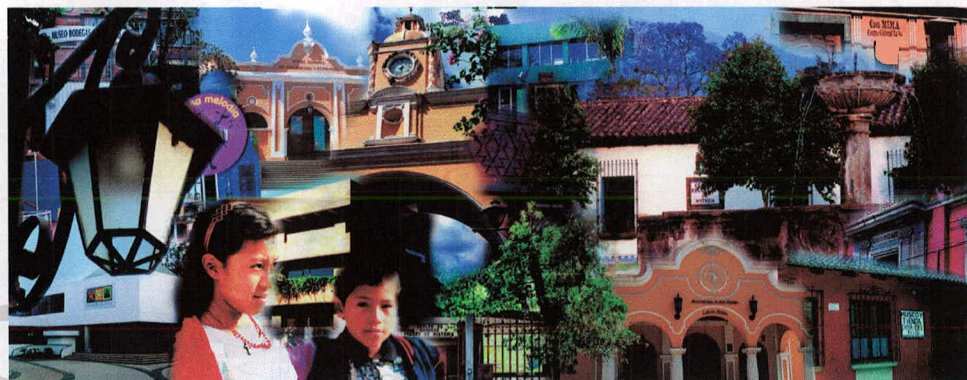
DE GUATEMALA



INTRODUCCIÓN

MUSEOS

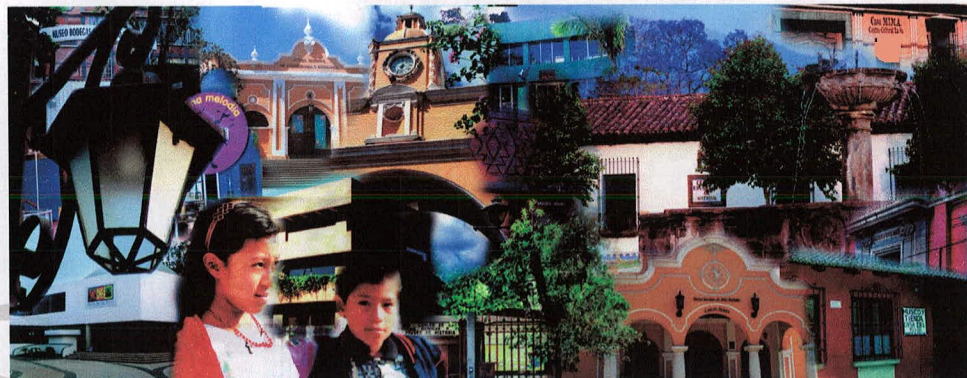
DE GUATEMALA



I PARTE INVESTIGATIVA

MUSEOS

DE GUATEMALA



INTRODUCCIÓN

MUSEOS

1. INTRODUCCIÓN

DE GUATEMALA

Comunicar generación tras generación las experiencias de todo tipo que vive la humanidad es algo inevitable y de igual forma importante para la preservación de las distintas culturas.

Un museo recopila y conserva cuidadosamente cada pieza que el hombre deja para mostrarla a otros y compartir con ellos un poco de ese interminable viaje a través del tiempo.

Pero los eventos que suceden a través del tiempo no son sólo para entretenernos viéndolos pasar frente a nuestros ojos, a través de ellos el ser humano se conoce a sí mismo, encuentra sus raíces y la explicación del mundo que le rodea, esa es la razón por la que los museos cobran gran importancia. Los Museos hacen posible la preservación de un patrimonio cultural de valor incalculable y es por ello que deben ser apoyados.

En el presente estudio, se encuentra un sencillo recorrido por la realidad de los museos guatemaltecos que pretende evidenciar las condiciones y necesidades de los mismos y proponer un apoyo de tipo profesional desde el punto de vista del Diseño Gráfico.

Uno de los principales aspectos encontrados es el poco interés que las personas muestran por visitar los museos, en Guatemala, los museos constituyen un apoyo académico elemental para las escuelas públicas nacionales y en determinados casos, un atractivo punto turístico para los extranjeros que se interesan en conocer las raíces de este colorido país.

Cada museo realiza esfuerzos individuales por subsistir con bajos presupuestos anuales, lo cual no les deja muchas alternativas. Con el surgimiento formal reciente de la Asociación de Museos de Guatemala, los museos han encontrado un soporte para solucionar ciertos problemas elementales. El bajo interés de los guatemaltecos por visitar los museos es un denominador común encontrado a través de este estudio y colaborar a reducirlo es uno de los objetivos iniciales de la esta Asociación.

Asimismo es indudable que el fomentar en la población dicho interés, generaría un considerable crecimiento a nivel cultural e incluso colaboraría con la identidad nacional. Es por eso que se considera de gran valor el aporte del diseño gráfico para promover los museos del país en colaboración con la Asociación de Museos de Guatemala.



Como ya se mencionó, la Asociación de Museos de Guatemala, inició sus labores recientemente. Para que figure como una entidad respetada por sus asociados y por todos los guatemaltecos, es necesario empezar por proyectar una imagen profesional, seria y responsable, sin dejar por fuera que debe ser abierta y amigable a todo el que quiera acercarse ya sea para colaborar o para beneficiarse de ella. Lo anterior indica que el proyecto de diseño gráfico dará inicio en la creación de la imagen de la institución para luego expandir el proyecto hacia segundos y terceros beneficiarios que en este caso serán los museos y sus visitantes respectivamente.

Si se toma en cuenta que en todo el territorio nacional hay al rededor de 45 museos de diferentes tipos y que todos y cada uno de ellos merecen igual valor e importancia, es fácil darse cuenta que la labor de la Asociación de Museos de Guatemala será árdua y que no será sencillo abarcarlos a todos en un primer intento.

Es por eso que en el presenta trabajo, se plantea el plan piloto que geográficamente cubre sólo la región central del país, que es en donde se localiza el 65% del total de museos de Guatemala. Este proyecto persigue tener continuidad para abarcar

así a todas las regiones y abrir un canal de comunicación entre los museos a través de la Asociación y hacia los posibles visitantes que somos todos los guatemaltecos.

El aporte del diseño gráfico a este proyecto se limitará a establecer y desarrollar el plan piloto antes mencionado, sugiriendo a partir de ello, la secuencia que se debería seguir. Si eludimos los fines prácticos del mismo, nos damos cuenta que el diseño gráfico puede llegar tan lejos como se quiera en relación al apoyo que puede ofrecer a un proyecto como éste y es por eso que se hace indispensable delimitar la cobertura que dará.

Está usted invitado entonces a descubrir un aspecto fantástico de la cultura guatemalteca que está encerrado tras las paredes de muchos edificios de este país esperando para dar la bienvenida a todo aquel que quiera visitarle: Los Museos de Guatemala.



MUSEOS

DE GUATEMALA



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

MUSEOS
DE GUATEMALA

El hombre mismo ha generado su desarrollo y el de su mundo por una razón sencilla, por un sentimiento individual que todos hemos experimentando en algún momento: La Curiosidad. La curiosidad hizo que Adán y Eva mordieran la manzana, que un día el hombre descubriera lo que origina el frote de dos piedras o lo útil que puede ser una rueda.

Pero eso no es nada, los que no estuvimos ahí también sentimos curiosidad por saber cómo se les ocurrieron esas cosas, cómo era que ellos vivían, cómo es que la humanidad ha evolucionado tanto, de las fogatas al aire libre, al horno microondas digital. Por otro lado, el hombre busca la admiración y el reconocimiento por sus logros, muestra a su familia y amigos las cosas que hace, le gusta ser escuchado y ovacionado, si no de frente a un público, bajo el orgullo de un diploma guardado en una gaveta, sintiendo la satisfacción de lo que dichas manifestaciones representan: El Reconocimiento de otros.

Así es como uniendo ambas características. La curiosidad y la necesidad del hombre por el reconocimiento de otros, surgen los MUSEOS, una excelente forma de mostrar al mundo los logros de unos y satisfacer así la curiosidad de otros.

Por el año 1,176 A.C. los babilonios exhibían sus trofeos de guerra para que los contemplaran todos los pueblos. Más adelante los griegos, ofrecían en los peristilos de los templos una variedad de obras de arte para la simple consideración del público. El primer museo con tal nombre, aparece en Alejandría en el año 285 A.C. como consecuencia del movimiento cultural de la época de Alejandro, que dirigía Aristóteles. Era un centro de estudio dedicado a las Matemáticas, Filosofía, Poesía y Medicina en las que había salas de reunión, observatorios, laboratorios, parques zoológicos y jardines botánicos.

Pasando por los romanos que exponían al público sus botines de guerra, la Edad media en que se presentaba en iglesias y monasterios la obra artística de la época y El Renacimiento en que los grandes magnates y príncipes abrían las puertas de sus palacios a los jóvenes artistas para que se inspirasen con sus colecciones de bellos objetos de la Antigüedad Clásica, llegamos a la Edad Moderna y Contemporánea en que a partir del siglo XVIII, grandes colecciones privadas fueron vendidas o donadas a distintos países europeos como Francia, Inglaterra, España y Austria, cuyos gobiernos abrieron museos públicos para la exposición de dichas obras.



MUSEOS

DE GUATEMALA

A partir de entonces se ha abierto alrededor del mundo una enorme cantidad de museos que tratan de reunir todo lo referente a la evolución del hombre, el progreso de la Ciencia y su aplicación a la vida moderna.

En nuestro país hay alrededor de 45 museos de diversos tipos, el primero fue abierto en 1796 por miembros de la Real Expedición científica y Se llamó "Gabinete de la Historia Natural", conservaba en su interior objetos de mineralogía, botánica, zoología y arqueología. A la fecha la diversidad de tópicos expuestos en nuestros museos, engloban la historia de nuestro país y de nuestra gente, ofrecen basto conocimiento sobre nuestras raíces y el desarrollo cultural que hemos experimentado a lo largo del tiempo, los museos de Guatemala merecen ser visitados y los guatemaltecos poseen en ellos un inimaginable patrimonio que ha sido levemente explotado y que se constituye en una inagotable fuente de educación de tipo no formal. Esto no significa la suspensión radical de las aulas, ni una sustitución de la educación de tipo formal, más sí implica un agregado cualitativo, los museos educan mediante la visita a sus exhibiciones e incluso ofrecen actividades que representan educación formal.

Existen en Guatemala diversos grupos de personas entusiastas, entidades públicas y privadas con el afán de promover nuestros museos, tanto a nivel local como para los turistas extranjeros que encuentran en los museos una evidencia clara de por qué Guatemala es como es.

Sin embargo, la actividad y divulgación de los museos no ha sido suficiente como para que todo un pueblo cuente con ellos como una amena distracción de fin de semana, como un medio de culturización o como un excelente lugar para la investigación, por lo que no logra cumplir uno de sus objetivos de educación que es identificar a una sociedad con sus raíces culturales.

En adición a esto, los museos de Guatemala no se han quedado fuera de los problemas económicos que el país atraviesa por lo que los recursos con los que cuentan cuando son privados, provienen de las pocas empresas que se preocupan por el desarrollo cultural de Guatemala y cuando son públicos no son precisamente una de las prioridades dentro de los asuntos que aquejan a toda una población.



Los museos son una buena forma de promover nuestra identidad con Guatemala, las circunstancias que este país atraviesa ameritan la integración de los ciudadanos dentro de un grupo homogéneo que proviene de las mismas raíces, vive las mismas situaciones y va hacia un mismo futuro, por todo ello debe sentirse identificado y valorar la cultura a la que pertenece.

Un diseñador gráfico, posee una fuerte formación académica en materia de comunicación, su función es transmitir mensajes a través de lo que diseña y en este sentido, el diseño gráfico puede colaborar a esta problemática, encontrando una forma de comunicar a los guatemaltecos que existe un gran tesoro cultural que les pertenece y que está ahí disponible para ellos en el momento en que decidan acercarse. Para hacer una propuesta relevante es necesario analizar cada uno de los elementos que componen la situación actual de los museos de Guatemala.

Los museos de este país necesitan más apoyo, guardan grandes secretos de nuestra evolución, conservan nuestras tradiciones entre otros muchos datos de los guatemaltecos y son un legado para generaciones de siglos posteriores. Para dar forma a un proyecto que colabore con los Museos de

Guatemala desde el punto de vista del Diseño Gráfico, es indispensable conocer ciertos datos como los siguientes:

- En general, ¿Cuál es la situación actual de los
- museos de Guatemala?
- ¿Qué hacen para darse a conocer los museos
- de Guatemala?
- ¿Cuentan los museos de Guatemala con algún
- tipo de apoyo profesional en Diseño Gráfico?
- ¿Es viable utilizar el Diseño Gráfico como una
- herramienta para incrementar el interés de los guatemaltecos por los museos de Guatemala?



MUSEOS

DE GUATEMALA



OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

3. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

MUSEOS DE GUATEMALA

Describir la situación general de los museos de Guatemala actualmente, en cuanto a sus condiciones físicas y de infraestructura administrativa.

Establecer qué hacen los museos de Guatemala para darse a conocer.

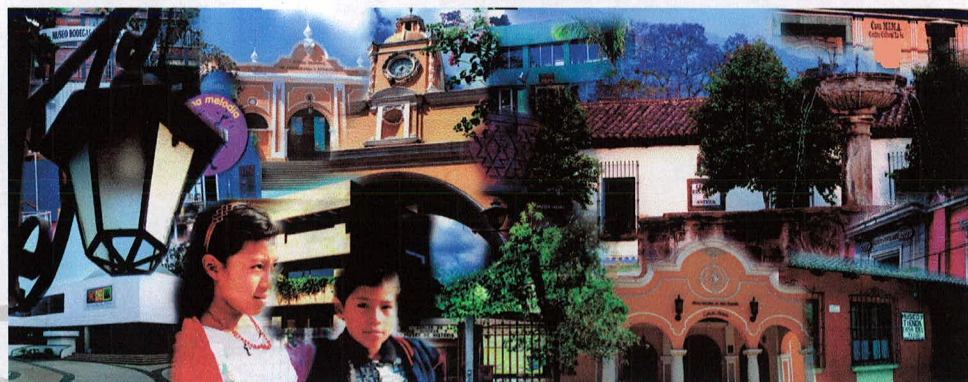
Determinar si los Museos de Guatemala cuentan con apoyo profesional en Diseño Gráfico.

Determinar una manera en la que el Diseño Gráfico propicie el incremento del interés de los guatemaltecos por los museos de su país.



MUSEOS

DE GUATEMALA



METODOLOGÍA

4. METODOLOGÍA

MUSEOS

DE GUATEMALA

4.1 SUJETOS DE ESTUDIO

Roberto Andreu

Museólogo nacido en México y actualmente director de Casa Museo Internacional de Movimiento Artístico (CASA M.I.M.A.). Cuenta con Maestría en Museología y ha asesorado al respecto a buen número de directores de Museos de Guatemala.

José Mario Maza

Arquitecto nacido en Guatemala y actualmente precursor de la formación de una Asociación de Museos de Guatemala, es organizador de materiales de dicha asociación, ha investigado la situación actual de los museos de Guatemala y desarrollado investigaciones para nuevos museos.

Silvia Bolaños

Tesorera de la recién iniciada Asociación de Museos de Guatemala por lo que conoce las bases sobre las cuales se está iniciando dicha asociación.

Marlene Girón

Asistente de Dirección del Museo de los Niños, por lo que conoce el manejo de los museos de tipo privado.

Gladis Barrios

Directora de MUSAC y presidenta de la Asociación

de Museos de Guatemala de reciente formación. Conoce el manejo de museos universitarios y es precursora de la Asociación que preside.

Lucía Prado

Coordinadora del Museo de Historia Nacional en el cual aún se encuentran piezas y restos que pertenecieron al primer museo de Guatemala por lo que conoce la historia del mismo.

Rosa María Flores

Directora del Instituto de Antropología e Historia (IDAEH), fue coordinadora de museos y conoce las características esenciales de los museos del interior de la república.

Miguel Álvarez

Cronista de la Nación e Historiador es actualmente Director del Museo Nacional de Historia por lo que conoce el manejo de museos públicos.

No se incluyó a diseñadores gráficos puesto que no ha habido involucramiento de estos profesionales en proyectos para museos y el valor de los directores de museos como clientes que conocen sus necesidades, se consideró de alto valor para determinar la forma que el Diseño Gráfico puede aportar un proyecto que incremente el interés del público.



4.2 OBJETOS DE ESTUDIO

Museo del Príncipe Maya, Cobán

Para conocer la situación real de los museos en el contexto de la región nororiente de Guatemala.

Museo del Trapiche, San Jerónimo, Baja Verapaz

Para conocer la situación real de uno de los museos de sitio de la región nororiente del país.

Museo del Traje Antiguo, Antigua Guatemala

Para conocer la situación real de los museos orientados a transmitir la cultura artesanal propia de Guatemala

Museo Lacustre Atitlán, Panajachel

Para conocer la situación un museo pequeño de tipo privado del occidente de Guatemala.

Museo Bodegas de Principio de Siglo, Guatemala

Para conocer la situación real de los museos impulsados por las empresas privadas de Guatemala.

Museo de Historia Natural

de la Universidad de San Carlos

Para conocer las características de un museo de tipo universitario.

Museo de los Niños

Para conocer las características de un museo de tipo privado, orientado especialmente a la didáctica con enfoque en interactividad infantil.

Museo Nacional de Historia

Para conocer la características de un museo que pertenece al Estado, el cual tiene un recorte total de presupuesto para el presente año.

Asociación de Amigos de Museos (en MUSAC)

Quienes realizan actividades a favor de los museos de Guatemala, como foros, proyectos investigativos, conferencias, etc..

Colegio de Señoritas El Sagrado Corazón

el cual es privado y cuenta con estudiantes de familias del nivel socioeconómico medio.

Colegio Americano

El cual es también un colegio privado pero sus estudiantes pertenecen a un nivel socioeconómico alto.

Escuela Pública Justo Rufino Barrios

Institución del estado cuyos estudiantes pertenecen al nivel socioeconómico bajo.



Departamento de Asuntos Culturales
de la Universidad Rafael Landívar,
El cual es una dependencia universitaria que vela por
el interés de tipo cultural de los estudiantes y personal
universitario.

Trifoliar y separador del museo Casa M.I.M.A.,
El cual es un material realizado con presupuesto
considerable, pero sin asesoría de profesionales del
diseño. Y el separador que es un material poco
común en los museos.

Trifoliar y folleto-sobre del Museo Lacustre
Material que fue desarrollado por una agencia de
publicidad como donación al museo.

Trifoliales del Museo Ixchel
Para evaluar diseños que han sido desarrollados con
aceptable presupuesto y por profesionales de diseño.

Trifoliar y logotipo del Museo de los Niños
Para evaluar imagen institucional y enfoque infantil
de los materiales de un museo que cuenta con apoyo
económico de patrocinadores.

4.3 INSTRUMENTOS

ANEXO 1

Guía de observación, que indica los aspectos a tomar
en cuenta como elementos de información al
momento de visitar cada museo. Esto incluye la
existencia y calidad aparente de señalización,
credenciales, material informativo, guías
especializados, infraestructura y servicio en general.

ANEXO 2

Cuestionario, que sirve como guía para realizar una
entrevista cerrada a administradores o encargados
de museos sobre la entidad para la que trabajan.
Este instrumento, pretende que el entrevistado
describa clasificación del museo, su tema, grupo
objetivo, el tipo de actividades que realiza y los
materiales informativos o promocionales que pueden
no estar a la vista y su percepción como profesionales
del medio museológico guatemalteco.

ANEXOS 3 y 4

Guía de entrevista abierta a un profesional en
Museología para obtener información sobre cómo
se manejan los museos de Guatemala en ese aspecto
profesional, desde su apariencia hasta el servicio que
prestan a sus visitantes.



ANEXO 5

Cuestionario guía para la validación técnica de la primera propuesta de diseño. Este instrumento, ofrecerá valiosa información sobre las deficiencias y fortalezas que cada uno de los elementos de diseño presenta, para corregir errores de la propuesta inicial y reforzar los aspectos positivos.

4.4 PROCEDIMIENTO

Se inició el proceso, haciendo un recorrido por distintos museos del interior del país y de la ciudad capital para hacer un sondeo de la situación general de los museos, observar sus condiciones en cuanto a apoyo visual, recopilar muestras de materiales de promoción y comunicación y tomar fotografías tanto de la fachada como del interior de museo que registraran lo observado.

Posteriormente, se concertaron entrevistas con personalidades que pudieran aportar información de utilidad para la investigación.

Así, se hizo el primer contacto con los fundadores de la Asociación de Museos de Guatemala, quienes aportaron gran cantidad de información en relación a los museos de todo el país.

Se recurrió también a la investigación bibliográfica para documentar sustancialmente lo observado en en la realidad actual de los museos, la internet fue una herramienta de gran valor para conocer lo que hacen las instituciones homónimas en otros países del mundo.

Fue necesario hacer un análisis sobre el estudio de campo y establecer comparaciones entre el material y las actividades que se desarrollan tanto en los museos locales como a nivel internacional.

Se concluyó la fase de investigación en el momento en que los aspectos más relevantes de esta etapa entraron a formar parte de la propuesta de diseño gráfico.



MUSEOS

DE GUATEMALA



MARCO DE REFERENCIA

5. MARCO DE REFERENCIA

MUSEOS
DE GUATEMALA

MUSEOGRAFÍA Y MUSEOLOGÍA

Museografía: "Es el estudio de la construcción, organización, catalogación, instalación e historia de los museos. Es el estudio de técnicas relacionadas con la Museología" (García, 1992.)

Museología: "Es la ciencia que tiene por objeto estudiar las funciones y la organización de los mismos" (Ibid).

MUSEO

La palabra museo se deriva de la palabra "Museion" de origen griego que significa "Templo de las musas", nueve deidades hijas de Zeus y Mnemósine, ellas eran diosas que dominaban las artes y las ciencias y que aún permanecen como inspiradoras de ellas (Salvat Editores, 1971).

Existen muchas definiciones de lo que es un museo y todas coinciden en el valioso aporte que este representa para la sociedad y en sí para el hombre.

Un museo es entonces un sitio en el que se colecciona, se conserva, y se presenta a otros objetos

cuyo origen representa la historia del hombre, ya sean piezas de arte, muestras científicas o naturales. Es un lugar destinado a ser testimonio material del hombre y su medio ambiente con propósitos de estudio, educación y deleite.

Según ICOM (International Council of Museums) un museo es "Una institución permanente, no lucrativa, abierta al público en general, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, la cual adquiere, conserva, investiga, comunica y exhibe evidencia material del ser humano y su entorno, para propósitos de estudio, educación y diversión.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LOS MUSEOS A TRAVÉS DEL TIEMPO

Un museo es uno de los principales instrumentos de la educación y de la preservación de la identidad cultural de un país.

Los babilonios, al rededor del año 1,176 A. C. exhibían sus trofeos de guerra para que los contemplaran todos los pueblos. Más adelante los griegos, ofrecían en los peristilos de los templos una variedad de obras de arte para la simple



consideración del público. El primer museo con tal nombre, aparece en Alejandría en el año 285 a.C. como consecuencia del movimiento cultural de la época de Alejandro, que dirigía Aristóteles. Era un centro de estudio dedicado a las Matemáticas, Filosofía, Poesía y Medicina en las que había salas de reunión, observatorios, laboratorios, parques zoológicos y jardines botánicos.

Posteriormente los romanos exponían al público sus botines de guerra, en la Edad media se presentaba en iglesias y monasterios la obra artística de la época y durante el Renacimiento los grandes magnates y príncipes abrían las puertas de sus palacios a los jóvenes artistas para que se inspirasen con sus colecciones de bellos objetos de la Antigüedad Clásica. Así al llegar a la Edad Moderna y Contemporánea, a partir del siglo XVIII, grandes colecciones privadas fueron vendidas o donadas a distintos países europeos como Francia, Inglaterra, España y Austria, cuyos gobiernos abrieron museos públicos para la exposición de dichas obras.

Esto muestra claramente el interés del ser humano en dar a conocer su riqueza cultural y por otro lado, la curiosidad de este mismo por admirar y deleitarse con la obra y la belleza natural y artística que la humanidad ofrece al mundo.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LOS MUSEOS EN GUATEMALA

La historia de la existencia de museos en Guatemala tiene su origen 204 años atrás, a partir de entonces ha atravesado un lento proceso de desarrollo que además ha sido interrumpido en varias ocasiones por diversos factores tales como fenómenos telúricos, políticos y económicos. La Dirección General del Patrimonio Cultural y Natural del Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala, en su publicación "Plan Director de Sistematización para la Red Nacional de Museos", describe a detalle el surgimiento de 39 museos del año 1,797 a 1,994, iniciando con la exposición denominada "Gabinete de Historia Natural", la cual fue organizada por diferentes grupos de intelectuales preocupados por rescatar el patrimonio cultural e histórico de la nación.

En 1,866 se instaura el primer Museo de la Sociedad Económica de amigos del País, con materiales etnográficos, arqueológicos, históricos, mineralogía y biblioteca con materiales diversos. Este funcionó hasta los años 1,917 - 1,918 en que su edificio fue destruido por los terremotos.



Subsecuentemente durante el siglo XX se creó un gran número de museos (Argueta, et. al., 1994.) entre los que se encuentran :

- ❑ MUSEO NACIONAL DE HISTORIA Y BELLAS ARTES - 1,934. Estaba ubicado en la 6a. Ave. Final y 18 calle de la zona 1 y fue demolido en 1,948 para prolongar dicha avenida.
- ❑ MUSEO DE ARTE COLONIAL - 1,936. Exposiciones de pintura y escultura de los siglos XVI al XVIII.
- ❑ CASA POPEONE - 1,940. Exhibición de colecciones de obras de arte, mobiliario, objetos y arquitectura de los siglos XVIII y XIX.
- ❑ INSTITUTO DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA - 1,946. Su finalidad era mejorar la organización y administración de los museos.
- ❑ COLECCIÓN DE 300 TRAJES TÍPICOS GUATEMALTECOS DEL INSTITUTO INDIGENISTA NACIONAL - 1,946
- ❑ MUSEO NACIONAL DE ARQUEOLOGÍA Y ETNOLOGÍA - 1,948. Cuenta con salas del periodo Pre-Clásico, Clásico y Post-Clásico Maya y Olmeca más un área de Etnología contemporánea.
- ❑ MUSEO NACIONAL DE HISTORIA NATURAL - 1,950. Difunde la conservación de la Ecología.
- ❑ MUSEO JULIO CÉSAR DE LA ROCA - 1,952. Colecciones multidisciplinarias de historia natural, zoología, mineralogía y botánica, ubicado en

Quetzaltenango.

- ❑ MUSEO ROJASIAN THE SUPERBA - 1,952. Actualmente ubicado en el Palacio Maya de la Municipalidad de San Marcos, expone piezas disecadas de animales, plantas y semillas.
- ❑ MUSEO DEL LIBRO ANTIGUO - 1,956. Expone impresos originales del periodo colonial.
- ❑ MUSEO DE ARMAS DE SANTIAGO DE LOS CABALLEROS DE GUATEMALA - 1,957. Muestras de pintura, escultura, armas coloniales y armamento de los siglos XVI al XX.
- ❑ MUSEO NACIONAL DE ARTES E INDUSTRIAS POPULARES - 1,959. Su creación tiene por objeto velar por la conservación de el arte y artesanías populares.
- ❑ MUSEO ARQUEOLÓGICO DE TIKAL, SILVANUS GRISWOLD MORLEY - 1,964. Material arqueológico encontrado en el área del periodo Pre-hispánico.
- ❑ MUSEO DE ARTE RELIGIOSO - 1,968. Colecciones de la época colonial de imaginería y orfebrería.
- ❑ MUSEO DE ARMAS DEL EJÉRCITO - 1,969. Exposición de uniformes distintivos, decoraciones, armamento, fusilería, artillería y reliquias de dicha institución.
- ❑ MUSEO DE LA DEMOCRACIA - Escuintla - 1,970. Piezas del sitio arqueológico Monte Alto.



- ❑ MUSEO DE SITIO ZACULEU - 1,970. Piezas de carácter ceremonial y entierros, esqueletos, alfarería y jades encontrados en el área.
- ❑ MUSEO IXCHEL DEL TRAJE INDÍGENA - 1,973. Colecciones de textiles, telares y objetos de carácter etnológico de distintas regiones del país.
- ❑ MUSEO DE PALEONTOLOGÍA BRIAN PETERSON Y/O ROBERTO WOOLFOLK EN ZACAPA - 1,974. Colección paleontológica y geológica de 35,000 a 10,000 años.
- ❑ MUSEO DEL HERMANO PEDRO - 1,975. Colección de objetos y prendas del Hermano Pedro y obras de arte pertenecientes a la Orden Franciscana. Trasladado en 1,981 a la Iglesia de San Francisco.
- ❑ MUSEO DE ARTE RELIGIOSO FRAY FRANCISCO VELÁSQUEZ - 1,976. Arte religioso del siglo XVI al IX, ubicado en el interior del templo de San Francisco en la ciudad de Guatemala.
- ❑ MUSEO REGIONAL DE SANTIAGO SACATEPÉQUEZ - 1,977. Material arqueológico Pre-hispánico, piezas etnográficas e instrumentos musicales autóctonos.
- ❑ MUSEO DEL POPOL VUH - 1,977. Cerámica y escultura maya del periodo Pre-Clásico y Clásico además de piezas de la época colonial.
- ❑ MUSEO DE SAN JERÓNIMO, BAJA VERAPAZ - 1,977. Material arqueológico, de arte precolombino y ciencias naturales, ubicado en el área del Trapiche Azucarero construido en la época de la colonización.
- ❑ MUSEO DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS (MUSAC) - 1,980. Se aprobó el proyecto para su creación, con el objeto de promover la investigación, preservar y difundir la cultura de Guatemala.
- ❑ MUSEO DE SITIO ARQUEOLÓGICO DE MIXCO VIEJO - 1,984. En San Martín Jilotepeque, Chimaltenango.
- ❑ MUSEO RAFAEL ALVAREZ OVALLE - 1,984. En San Juan Comalapa, Chimaltenango. Colección de enseres del autor del himno nacional de Guatemala.
- ❑ MUSEO NACIONAL DE HISTORIA - 1,984. Colecciones históricas desde el descubrimiento de América, imaginería colonial, mobiliario y fotografías históricas de Guatemala.
- ❑ CENTRO DE VISITANTES DE UTATLÁN - 1,986. Historia, Arqueología, etnología y artesanías populares de los pueblos del Quiché.
- ❑ MUSEO INDUSTRIAL - 1,986. Muestra de la maquinaria utilizada al iniciarse la industria cervecera en Guatemala. Fue clausurado en 1,991.



- CASA KJOM EN ANTIGUA GUATEMALA - 1,987. Cuenta con colecciones de instrumentos y grabaciones de música folklórica autóctona.
- CENTRO DE VISITANTES DE IXIMCHÉ - 1,988. Muestra historia, arqueología y etnología cakchiquel, además de una exposición de artesanía de la época contemporánea de Tecpán Guatemala.
- MUSEO LÍTICO DE TIKAL - 1,989. Presenta 24 monumentos esculpidos en secuencia cronológica en relación a los gobernantes de Tikal del periodo Clásico.
- MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO - 1,989. Surge como Sala de Arte Guatemala en el Centro Comercial Montserrat en la zona 7, luego se organiza como museo con exposición de la obras premiadas en el certamen de la Bienal de Paiz.
- MUSEO METROPOLITANO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA DE GUATEMALA - 1,989. Abarca áreas de Física, Química, Mecánica, Electricidad, Tecnología, Ecología, Mineralogía y Óptica Espacial.
- MUSEO BODEGAS DE PRINCIPIOS DE SIGLO - Muestra el desarrollo de la industria cervecera en este país.
- CASA M.I.M.A. - 1,998. Es una residencia señorial de finales de 1800, en su interior guarda

un magnífico ejemplo de ambientaciones y arte decorativo que van del siglo XIX a mediados del siglo XX.

- MUSEO DEL PRÍNCIPE MAYA, COBÁN - 1,999. Colección privada de piezas arqueológicas.
- MUSEO CARLOS F. NOVELLA - 1,999. Muestra el desarrollo de la gran industria del cemento que a acompañado y motivado el crecimiento del país.
- MUSEO DE LOS NIÑOS DE GUATEMALA - 2,000. Museo interactivo cuyo objetivo principal es estimular el desarrollo infantil.

REALIDAD ACTUAL DE LOS MUSEOS DE GUATEMALA

EN CUANTO A CONSERVACIÓN Y RESTAURACIÓN

La Coordinación Nacional de Museos que fungía como tal para 1,992, desarrolló en esos años un diagnóstico nacional de museos cuyos resultados en números son lamentables.

La mayoría de los museos para esa época no contaba con la infraestructura arquitectónica, humana y tecnológica necesaria para su buen funcionamiento. Entre los mayores problemas figura



la falta de profesionales en restauración, de bodegas para almacenamiento de piezas, poca seguridad y control de los agentes que causan deterioro de la piezas, carencia de registros documentales y fotográficos para clasificación, carencia de inventario de la piezas, se daba además con frecuencia el intercambio de piezas y colecciones entre museos (Argueta et.al., 1,994).

EN CUANTO A EDUCACIÓN

Para 1,992, únicamente el 44% de los museos de la red nacional había desarrollado programas educativos permanentes, estos en asociación con universidades, otras entidades educativas, centros de investigación, industrias y organizaciones laborales e incluso centros deportivos.

A pesar de la importancia de los museos para la educación no formal, muy pocos en Guatemala ofrecen actividades e infraestructura para realización de actividades comunicadoras como seminarios, cursos, conferencias, etc. Otro elemento importante dentro de un museo es la biblioteca, que para estos años solamente figuraba en el 50% de los museos de Guatemala por razones relacionadas a la disposición de mobiliario, local, personal así como

carencia de documentación bibliográfica (Ibid.).

EN CUANTO A COMUNICACIÓN

Un museo es en sí mismo un medio de comunicación, pero además debe darse a conocer para atraer visitantes. Estudios realizados, demuestran que el medio más utilizado es prensa impresa, seguido en ese orden por radio, charlas y circulares en centros educativos, carteles, afiches, folletos y por último televisión.

Existe carencia de personal especializado en Museografía, que es el estudio de la construcción, organización, catalogación, instalación e historia de los museos como se describe anteriormente, y que se ve reflejado en el manejo de técnicas pedagógicas-comunicacionales y otras ciencias afines.

EN CUANTO A LOS ELEMENTOS

Como accesorios y apoyo técnico necesario para plasmar la idea generalizada de la exposición, cabe mencionar que la mayoría de museos recurre al uso tradicional de los siguiente elementos:

- Vitrinas Transparentes para las piezas más grandes o delicadas



- ☐ Bases o soportes para piezas pequeñas
- ☐ Paneles modulares

En escaso número de museos se observa también el uso de iluminación móvil y sistemas audiovisuales.

"En general, prevalece el uso de leyendas explicativas, cédulas y rótulos para la interpretación de los objetos, gráficas didácticas, guía impresa y en algunos casos personal guía. En su mayoría, según los expertos, esto no satisface la mínima información que requieren las piezas que se exhiben y en otros casos los rótulos son ambiguos y confusos que no han tomado en cuenta los códigos de comunicación apropiados para sus visitantes" (Argueta et.al., 1,994).

Muy pocos museos de Guatemala, cuentan con personal especializado en diseño y montaje museográfico: así como de instituciones que prestan su ayuda profesional en esta materia.

EN CUANTO A SU ADMINISTRACIÓN

Cabe mencionar que por razones administrativas, los museos de Guatemala están catalogados como:

- ☐ Estatales: Nacionales, Municipales y de Turismo

- ☐ Universitarios
- ☐ Militares
- ☐ Privados: Religiosos y Particulares

Los museos y sus colecciones, pertenecen a quien los administra, protege, conserva y propicia la exposición de sus bienes a la contemplación pública.

Así podemos definir que en Guatemala las autoridades responsables de los museos nacionales son:

- ☐ El Ministerio de Cultura y Deportes por medio de la Dirección General del Patrimonio Cultural y Natural y las municipalidades.
- ☐ El Instituto Guatemalteco de Turismo - INGUAT - de los de turismo.

Las Autoridades responsables de los museos Universitarios:

- ☐ Universidad de San Carlos de Guatemala
- ☐ Universidad Francisco Marroquín
- ☐ Universidad Rafael Landívar

De los museos militares:

- ☐ El Ejército Nacional



De los religiosos:

- ☐ El Palacio Arzobispal
- ☐ Las Iglesias de San Francisco en las ciudades de Guatemala y Antigua Guatemala.

De los privados:

- ☐ El sector civil.

EN CUANTO A SU CONSERVACIÓN Y DIFUSIÓN

Recientemente se constituyó la sociedad civil llamada Asociación de Museos de Guatemala (A.M.G.), la cual es una entidad de carácter cultural, privada, no lucrativa, apolítica y no religiosa dedicada al fortalecimiento de los museos nacionales, regionales, de sitio, comunitarios, universitarios y privados de Guatemala.

Esta asociación ha definido fines y objetivos específicos en pro del desarrollo de los museos guatemaltecos y del patrimonio que cada uno de ellos posee. Además considera a estas entidades como instrumentos educativos que colaboran al desarrollo de los valores culturales, científicos y morales propios de las culturas del país.

Otra de sus funciones es la de realizar esfuerzos conjuntos para promover los museos y motivar a los visitantes a conocer los tesoros incomparables que cada uno de estos centros guarda, que constituyen las raíces culturales de este país.

Esta es en resumen la situación de los museos, plasmada en las investigaciones realizadas por profesionales guatemaltecos interesados en mejorar las condiciones culturales del país.

LA FUNCIÓN DE LOS MUSEOS EN LA EDUCACIÓN

Educación, se define como crianza, enseñanza y doctrina que se da a los niños y jóvenes. Educar es desarrollar las facultades intelectuales, físicas y morales (Diccionario Hispánico Universal, 1,965).

De manera sencilla y elemental, podemos desglosar para efectos del presente estudio dos tipos generales de educación: Formal y no formal. Entendemos que la educación formal es aquella ofrecida dentro de las aulas y que pretende desarrollar en los estudiantes desde aptitudes elementales para la vida diaria hasta capacidades complejas para el desenvolvimiento profesional.



La Educación No Formal no significa la erradicación total de las aulas, más bien implica un complemento a la educación de tipo formal. Ya que ambas constituyen un alto valor para la cultura, es necesaria una combinación dentro del plan estudiantil.

Aplicado a la realidad del país, todo museo persigue formar una identidad en los habitantes de cualquier rincón del país, en el sentido de compartir los conocimientos de nuestro pueblo tales como su evolución histórica, sus recursos naturales, su folklore, los restos arqueológicos de su pasado precolombino, etc. Es un medio de cultura y educación tanto para la comunidad local como para sus visitantes.

Para cumplir con los objetivos de la presente investigación, fue necesario conocer la realidad actual de los museos en Guatemala, por tal motivo se visitaron 14 museos en diferentes puntos del país. En algunos se hizo únicamente observación del lugar y sus características, en otros se hizo entrevista a dirigentes o encargados de los mismos. Para proyectar una idea más clara, se describe a continuación una lista de los museos visitados agrupados según su administración:

PRIVADOS:

Apoyados por empresas privadas o subsidiados por sus mismos ingresos y los de sus propietarios.

1. Museo Bodegas de Principios del Siglo XX (Cervecería)
2. Casa MIMA (Fundación Cultural La Luz)
3. Casa del Tejido Antiguo (Familia Pérez Santos)
4. Museo de los Niños (Varias Empresas Privadas)
5. Museo El Príncipe Maya (Gladys de Deulofeu)
6. Museo Lacustre Atitlán (Varias Empresas Privadas)
7. Museo Regional del Trapiche San Jerónimo

Este último es auspiciado parcialmente por la Universidad Rafael Landívar en cooperación con Agroindustria Azucarera y Adesca.

ESTATALES

Aquellos que son subsidiados por el Gobierno y que, cabe mencionar, cuentan con presupuestos extremadamente limitados.

1. Museo Nacional de Arte Moderno "Carlos Mérida"
2. Museo Nacional de Arqueología y Etnología



Los museos constituyen un excelente ejemplo de la educación no formal y más aún si son museos que permiten la participación del visitante ya sea niño o adulto. Según cita Ovalle Aguilera (1994) "Casi todos los museos del mundo hacen participar a sus visitantes y no simplemente observar, los pequeños han instalado pantallas con preguntas y respuestas con botones y los más grandes han hecho un sinfín de experimentos en donde el visitante muestra su capacidad mental e imaginación".

LOS MUSEOS Y SU PAPEL EN LA FORMACIÓN DE LA IDENTIDAD

El sentido tradicional de "Identidad" supone unidad, homogeneidad interna, un "yo" igual y estable a través de los años. Para los estudiosos de la época post moderna, un sujeto posee múltiples identidades que coexisten y se manifiestan en función de factores diversos, internos o externos a él. Un individuo es parte integrante de una sociedad y es moldeado en gran medida por dicha sociedad, pero también por su historia y por su inconsciente.

Las instituciones que tienen la responsabilidad de transmitir la historia de una determinada sociedad, tienen por lo tanto una gran importancia en la

formación de la identidad del individuo, porque le dicen de donde vino, le muestran sus raíces, sus igualdades y desigualdades. Lo que le servirá no sólo para saber quién es, sino favorecerá su desarrollo cultural, para que pueda reinsertarse y reinterpretar permanentemente su sociedad y jugar en ella un rol protagónico (Margarita Barretto 1,993).

Desde la década de 1,970, los museos dieron inicio particularmente en Estados Unidos, a programas en que involucraban directamente a la comunidad en labores de investigación, administración y animación cultural. Esto los llevó a jugar un papel importantísimo en la creación de identidades locales, nacionales o regionales, mostrando la unión en la diversidad cultural de la que son parte (www.naya.org.ar/articulos/identi02.htm).

De acuerdo con Barretto (1993), todos los museos poseen un enorme potencial para ejercer una acción educativa que lleve a la mejor comprensión de la identidad, lo que puede tener como consecuencia, una mejor calidad de vida para diferentes sectores de la sociedad, basado en la tolerancia y el intercambio.



PATRIMONIO CULTURAL

El patrimonio es un concepto identificado con la herencia, que tiene sus raíces en la historia y se entrelaza con la esencia misma de la cultura de un determinado grupo social. Dice Iniesta (1,990) "El patrimonio es la síntesis simbólica de los valores identitarios de una sociedad que los reconoce como propios".

En las culturas en que el patrimonio no es prioridad puesto que existen muchos otros aspectos sociales descuidados, el resguardo y protección del patrimonio pasa a ser responsabilidad del gobierno, quien políticamente asigna entes patrimoniales para que sean el recurso a la memoria colectiva. Al adquirir la clasificación de "Patrimonio", el objeto, tangible o intangible, automáticamente entra al listado de lo "Conservable" aún sin tener certeza de qué se hará para que la sociedad a la que pertenece lo conozca, se sirva de él y lo transfiera a las subsecuentes generaciones (Agustín Santana, 1998)

El patrimonio cultural de un pueblo, más que la suma de elementos separados, lo constituye el territorio que lo delimita, con todo lo que contiene actualmente, ha contenido en el pasado y proyecta

para el futuro. En este campo de estudio, los investigadores pueden encontrarse con algo nuevo todos los días.

PATRIMONIO Y TURISMO

Servirse del patrimonio como atractivo turístico, es una actividad que el pueblo propietario tiene derecho a realizar, así como vender réplicas de ese patrimonio y mercadear dichos proyectos.

Claro está que debe cuidarse la manera de manejarlo para no caer en una aberración comercial de lo que en realidad es el patrimonio que se quiere ofrecer al turista.

El turismo local (nacional) favorece el fortalecimiento cultural del país, darle a conocer su propio patrimonio, refuerza sus identidad como se dijo antes y sus raíces. El turismo internacional que se acerca a conocer la muestra patrimonial de un determinado pueblo, hace que además, esa herencia genere utilidades para la comunidad.



CONSUMO CULTURAL

Esto se refiere a la frecuencia con que las personas asisten o presencian espectáculos o muestras de tipo cultural, como los museos. Existen en una sociedad, diversas maneras de consumo cultural, entre ellas podemos incluir el teatro, ballet, ferias artesanales, distritos culturales, cine, ópera, etc.

El público suele clasificar la "oferta cultural" y los museos son clasificados como una opción privilegiada pero comparable con ir al cine, a ferias artesanales o comerciales, por supuesto a un nivel inferior que el teatro, el ballet o los conciertos de música clásica.

Cierto público, percibe los museos como pasivos, aburridos o poco entretenidos, lo que elimina por completo toda motivación para asistir a ellos.

MOTIVACIÓN

"La motivación es la razón del comportamiento" (Hawkins, et. al., 1994). La motivación es una fuerza interna que da sentido y dirección al comportamiento de las personas, esta

no puede verse solamente inferirse su existencia a partir de las respuestas que los individuos ofrecen a ciertos estímulos.

La teoría de Maslow propone una jerarquía de "motivos" (Fig. 1) que actualmente es aceptada por todos y ésta supone una escala de las motivaciones básicas a las avanzadas, de la siguiente manera:

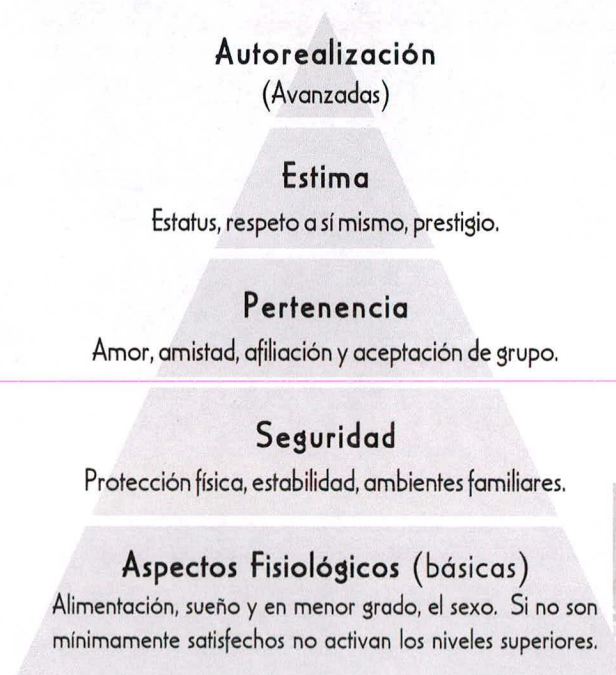


Fig. 1



De este modo, un ser humano que esta motivado por la autorealización, es aquel que hace lo que tiene que hacer para llegar a ser la persona que es capaz de ser. Por el contrario, quien no ha satisfecho sus motivaciones básicas, no consigue el impulso para luchar por las motivaciones avanzadas.

Si hablamos de si el diseño gráfico puede motivar o no a los guatemaltecos a interesarse en los museos, no es difícil darse cuenta que desde el segundo nivel hacia arriba es cuestión de enfocar las características del diseño a las motivaciones específicas de los guatemaltecos.

Por ejemplo planteando ambientes familiares, proyectando el sentido de afiliación, aceptación de grupo y estima hacia el individuo en cuestión.

Los factores que influyen en la motivación, que se encuentran agrupados de una manera muy general en la pirámide de Maslow, son muy diversos, así encontramos que la Motivación puede ser "Extrínseca" cuando es influida por recompensas exteriores o "Intrínseca" cuando proviene de la satisfacción natural de las necesidades.

Según esta clasificación, las personas que tienen una necesidad emocional de lograr la excelencia o de obtener status están motivadas por la necesidad personal de satisfacer al ego y en consecuencia se esfuerzan más en hacer lo necesario para ello.

Esto tiene su contraparte, ya que la motivación puede aumentar gracias a incentivos externos, que es el caso que interesa a esta investigación. La promesa de ser promovido, de una mayor recompensa económica o incluso un reconocimiento verbal, pueden estimular ciertas actitudes, es importante tomar en cuenta que la promesa no debe parecer inalcanzable, ya que de lo contrario no logra motivar al individuo. (Rice, Phillip, 1997)

INTERÉS

Inclinación del ánimo hacia algo específico, que previamente ofreció al interesado ciertas características para que se sintiera atraído.

El interés viene luego de la motivación. Si un individuo encuentra motivación para hacer o realizar alguna actividad, se interesa en ella, en sus detalles y busca más información al respecto.



En cierto modo motivación e interés están atados sucesivamente ya sea de manera positiva o negativa. A mayor motivación, mayor interés y viceversa.

El interés puede ser de diferente tipo de acuerdo a la situación que se le presente al individuo, ya sea a nivel físico o psicológico, cuando la persona siente interés sobre algo, es porque lo relaciona de algún modo con una experiencia ya vivida que le a causado cierto placer. (<http://www.geocities.com/psicoresumenes/public/percepcion.htm>)

Por lo anterior es importante el primer contacto con el objeto, persona o situación que genere el estímulo inicial ya que de ello depende la afirmación e incremento del interés que la persona pueda mostrar.

LAS ASOCIACIONES

Como figura jurídica, una asociación es un grupo de personas que deciden unirse libremente por tener algún abjetivo en común, cuyos fines son lícitos.

La Constitución Política de Guatemala declara varias figuras jurídicas asociativas, entre las más conocidas se encuentran las cooperativas, los

sindicatos, los partidos políticos, las asociaciones y las fundaciones, siendo las últimas dos, las que menos atención han recibido. No existe diferenciación clara entre asociación y fundación, pero ambas, poseen la característica de, además de ser no lucrativas, persiguen fines ligados al desarrollo ya sea de utilidad pública o de interés privado (Memoria del II Taller Regional, www.arias.or.cr/documentos/legal ONG, 2003).

Según se describe en www.eurosur.com, una asociación es una agrupación permanente de personas que se unen con el deseo de lograr un objetivo común, mediante una oraganización que haga posible la ejecución de las acciones a la que el derecho otorga personalidad jurídica.

Características básicas de una asociación:

- Acción grupal o colectiva es el primer requisito indispensable.
- Objetivos comunes que reflejan sus intereses y necesidades.
- Definen un modelo organizativo (Junta directiva).
- Voluntad para desarrollar una acción colectiva.



LA ASOCIACIÓN DE MUSEOS DE GUATEMALA

Ésta surge en el año 2001 por iniciativa de un grupo de personas directamente involucradas en la dirección y administración de varios de los museos de Guatemala, quienes deciden constituir una ASOCIACIÓN CIVIL que se conocerá como Asociación de Museos de Guatemala o por sus siglas A.M.G.

Es una entidad privada, de carácter cultural, no lucrativa, que persigue fines de desarrollo cultural, educativo mediante el fortalecimiento de los museos de Guatemala, dedicada a la conservación, difusión y preservación del patrimonio cultural del país.

La A.M.G. busca a través de los museos, reforzar y promover los valores culturales, científicos y morales propios de las diversas culturas y etnias de Guatemala, impulsando a cada uno de los museos hacia una superación institucional, contribuyendo a su desarrollo sin importar qué tipo de muestra guarden. Fomentar y difundir la obra de cada una de estas instituciones y promover acciones con el fin de propiciar una mayor afluencia de visitantes que valoren el papel protagónico de los museos en la

sociedad Guatemalteca, es quizá la tarea central de donde se desprenden muchos otros aspectos minuciosos del atrabajo de la A.M.G.

MISIÓN

La Asociación de Museos de Guatemala, es un recurso de alto valor para el desarrollo de los museos del país.

VISIÓN

La Asociación de Museos de Guatemala, proveerá de información, asesoría y capacitación para promover el desarrollo de los museos de Guatemala tanto en el incremento del interés por parte de los guatemaltecos para visitarlos, como en el crecimiento profesional de quienes trabajan para estas instituciones culturales.

Esta agrupación, acepta como socios a todos aquellos que así lo soliciten, siempre y cuando sean guatemaltecos, tengan el deseo de colaborar activamente y su desempeño laboral o profesional se encuentre ligado directamente al qué hacer de los museos. Pueden ser socios adherentes si sus fines



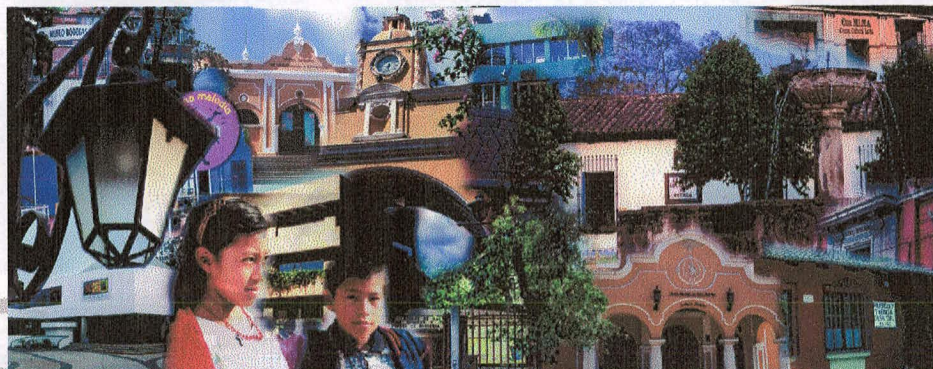
y objetivos concuerdan con los de la A.M.G., o son nombrados socios honorarios aquellos cuya trayectoria en el ámbito cultural y contribución en el desarrollo de la asociación así lo ameriten.

La A.M.G. está regida por una Junta Directiva que se reúne ordinariamente dos veces al año y es quien vela porque los objetivos sean cumplidos mediante la creación de planes y estrategias que colaboren a ello.



MUSEOS

DE GUATEMALA



ANTECEDENTES DE DISEÑO

6. ANTECEDENTES DE DISEÑO

MUSEOS
DE GUATEMALA

En los países europeos, donde el patrimonio cultural posee una historia de mucha más trayectoria por el simple hecho de ser el viejo continente, existen asociaciones culturales de todo tipo. En España por ejemplo, una de las asociaciones culturales más relevantes es la Asociación Profesional de Museólogos de España.

ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE MUSEÓLOGOS DE ESPAÑA (APME)

Es una asociación de carácter estrictamente profesional que se formó en el año 1,995 y reúne a todo el personal técnico que trabaja en las áreas funcionales de los museos (administración, investigación, conservación, difusión, pedagogía, exposiciones, etc.). Surgió como respuesta a las inquietudes planteadas por estas mismas personas en referencia a los cambios constantes en los últimos tiempos y las demandas de una sociedad en continua evolución (www.apme.es, 2003)

Los integrantes de esta asociación, la describen como un medio para conseguir reconocimiento social a su profesión, es un lugar de debate, discusión colectiva e intercambio de información que nos permite aunar esfuerzos y unificar criterios con el

objetivos de cumplir con nuestra finalidad social.

Objetivos:

- Propugnar el reconocimiento de la museología como actividad profesional.
- Defender los criterios e intereses profesionales de sus miembros.
- Destacar ante la sociedad, la necesidad de profesionales específicamente formados para el adecuado tratamiento del patrimonio cultural.

ACTIVIDADES Y PUBLICACIONES DE LA APME

Jornadas de Museología

Con una periodicidad de aproximadamente un año, la APME realiza encuentros profesionales para debatir y analizar algunos de los muchos aspectos relacionados con los museos y sus profesionales. Algunos de los temas de los congresos más recientes son: "La Organización del Museo" 1,997; "Los Museos y sus usuarios" 2,001; "Los Museos y las Exposiciones Temporales" 2,002.

Estos congresos son realizados en diferentes ciudades cada año y a ellos asiste un gran número de profesionales de la Museología de todo el país.



Revista Museo

Es el órgano de expresión de las Asociación Profesional de Museólogos de España, Los números editados hasta la fecha, han abordado diferentes temas de interés para el campo profesional de la Museología y de la institución Museística desde las perspectivas más amplias posibles con el fin de obtener documentos de análisis, de debate y de referencia.

Los asociados de la APME pueden enviar sus artículos que desean que sean publicados en la Revista Museo (Fig. 1), ya sea entregándolos directamente en sus oficinas o enviándolos por e-mail (www.apme.es/revista.htm, 2002)



Fig. 1

Aunque el sitio web, muestra las portadas de la revista como links hacia sus contenidos, no ofrece detalles sobre el número de páginas o tipo de impresión. La revista se publica posterior a cada congreso, por lo que podría decirse que sus ediciones son anuales.

www.apme.com

Es un importante medio de enlace entre los asociados, ya que a través del sitio, pueden enterarse de las actividades que la Asociación programa, pueden inscribirse para participar en los congresos, bajar los artículos publicados en cualquiera de las ediciones de la Revista Museo y mantener contacto directo con la entidad.

Si se toma en cuenta que en España se ha dado de unos años para la fecha un "Boom" de museos, llegando actualmente a contar casi 1,300 museos en todo el país (casi 30 veces la cantidad de museos que hay en Guatemala), es evidente que esta asociación no es pequeña y que su número de asociados debe triplicar fácilmente el número de museos.



Además de esta asociación, en España, existen asociaciones de museos locales, como ejemplo, La Asociación Provincial de Museos Locales de Córdoba, que fue fundada en 1,984. Esta asociación, junto a otras dos, que no se mencionan en el artículo, crearon la Federación española de Amigos de los Museos (FEAM) en la que se integran actualmente 55 asociaciones.

Sus objetivos son incrementar el conocimiento de los museos asociados y en general de su patrimonio artístico mediante conferencia, viajes y visitas guiadas.

Como se pudo observar en los dos ejemplos anteriores y apesar de las diferencias, económicas, históricas y culturales, los objetivos de estas asociaciones no distan en nada de los que persigue la Asociación de Museos de Guatemala, el interés por que los museos sean más visitados y por ser mejores profesionales, es común.

Vale la pena, sin embargo, revisar la labor de The Museum Asociation of New York (MANY), se encontró que esta Asociación, gracias a la experiencia que le da su larga trayectoria y al fuerte

y constante apoyo que obtiene, realiza un complejo e interesante trabajo con y para los museos de dicho estado, posee toda una estrategia de trabajo que es actualizada año con año y desarrollada por profesionales del campo de la Museología.

ASOCIACIÓN DE MUSEOS DE NUEVA YORK

Fundada en 1,962, esta asociación se considera una organización de servicio. Como lo dicen en www.manyonline.com (2,003) "Nuestros programas ayudan a los museos a dar forma a su futuro de una manera innovadora y creativa".

MANY ofrece a los museos de Nueva York una comunidad para:

- Promover los museos como motores de desarrollo económico y destinos clave para el turismo.
- Comunicarse como una voz fuerte y unificada a lo largo y ancho del estado en relación a los asuntos de los Museos. Incrementar la comprensión pública y el apoyo a los museos.
- Dirigir iniciativas para la creación de políticas publicas y de legislación para los museos.



- Proveer soporte profesional al personal que trabaja en los museos así como a los voluntarios.
- Reforzar el desarrollo organizacional.

Su consejo administrativo 2,001-2,004, persigue metas específicas de:

- LIDERAZGO, para promover los valores y necesidades de los museos del Estado de Nueva York.
- ACCESO A LA INFORMACION, para alentar el uso creativo de la tecnología en todos los museos del estado.
- PROACTIVIDAD, para servir como la voz de la comunidad museística.
- CAPACITACIÓN, para incentivar e impulsar el desarrollo de los estándares y prácticas profesionales a través de programas educativos, publicaciones y otros servicios para los miembros.
- GOBERNABILIDAD, para mantener una administración dinámica y asegurar una estable base financiera.

Por supuesto que para el desarrollo de todas las anteriores metas, es necesario un largo proceso

de planificación, que según ellos lo describen, dura más de un año e incluye actividades como reuniones con cada uno de los museos regionales para garantizar que el trabajo sea acorde a las necesidades reales y al desarrollo de proyectos en común.

Para el desarrollo del plan actual, de acuerdo con la administradora de MANY, Anne Ackerson (2,003), se contrató en enero del año 2,000 los servicios de un asesor externo. En conjunto, desarrollaron una encuesta que se corrió a alrededor de 800 socios y no socios de MANY y que resultó ser una ventana a temas específicos de interés para los museos, como Tecnología, Programas, Recolección de Datos entre otros.

Además de la encuesta, Ackerson y su asesor, programaron sesiones de grupo en ciudades clave del estado de Nueva York para reforzar y profundizar en la opinión de los Museólogos. Con base a esto, revisaron su misión y visión para el período subsecuente y desarrollaron el listado de las 5 metas que se describieron previamente. Para septiembre de dicho año, ya había un plan inicial terminado.

A diferencia de las organizaciones presentadas anteriormente en esta sección, MANY representa el ejemplo de lo que cualquier Asociación



de Museos quiere llegar a ser en un futuro. Los elementos que marcan la enorme distancia de desarrollo podrían describirse de la siguiente manera:

- * Trabajo en sociedad con cada uno de los museo o de las asociaciones regionales.

- * Los museos de Nueva York llevan ya muchos años siendo piezas clave en la educación de los newyorkinos.

- * En Estados Unidos, existe toda una red de Asociaciones de Museos de cada estado.

- * Los asuntos financieros no son un problema más que les aqueja, sino por el contrario, los museos son parte del desarrollo económico del estado con base en el turismo.

- * Sus estrategias de comunicación intena, hace uso de avanzada tecnología y procesos, por lo que le es más fácil a la Asociación, abogar por todos los museos con una sola voz.

- * Los habitantes y el turimo, perciben a los museos como grandes instituciones profesionales, interactivas e interesantes por lo que la afluencia de público supera sus expectativas.

Estos son, entre otros, los aspectos que hacer difícil establecer una comparación equitativa con la Asociación de Museos de Guatemala.

ACTIVIDADES Y PUBLICACIONES QUE DESARROLLA MANY

www.manyonline.com

Es el sitio web que se muestra como una ventana abierta al mundo, ya que a través del mismo se puede conocer de manera transparente todos y cada uno de los detalles del trabajo que realiza la asociación.

MANY Connetions

Es un servicio de manyonline.com al cual tienen acceso socios y no socios y les permite ofrecer empleos y contratar empleados por medio de procesos electrónicos desarrollados para ese propósito, además se puede pautar publicidad para el segmento museístico, aunque es solamente a nivel de texto, sin visualización gráfica.

Los interesados encontrarán oportunidades de desarrollo profesional, contactos con organizaciones educativas, invitaciones a seminarios, congresos y eventos relacionados al gremio. Many Connections es actualizado mensualmente y posee sus propias regulaciones para la recepción y publicación de información.



Best Fit/Best Work: Finding and Retaining Excellent Employees and Volunteers.

Es un libro dirigido a administradores de museos que recopila una serie de consejos y recomendaciones para la contratación de personal. Es parte de una serie de publicaciones anuales de MANY.

Resultados de la Encuesta Salarios y Beneficios

Es una publicación anual que hace un análisis detallado sobre las condiciones salariales y de prestaciones de más de 300 puestos de distinto rango en todos los museos de Nueva York. Cada asociado recibe una copia gratuita y puede comprar copias adicionales con descuento.

Mailing List

MANY actualiza constantemente un documento que enlista a todos sus asociados y los vende a compradores que ellos describen como "calificados", aparentemente en relación al uso que darán a dicho listado. Dicho listado está disponible también en etiquetas adhesivas al tacto, las cuales son para un sólo uso.

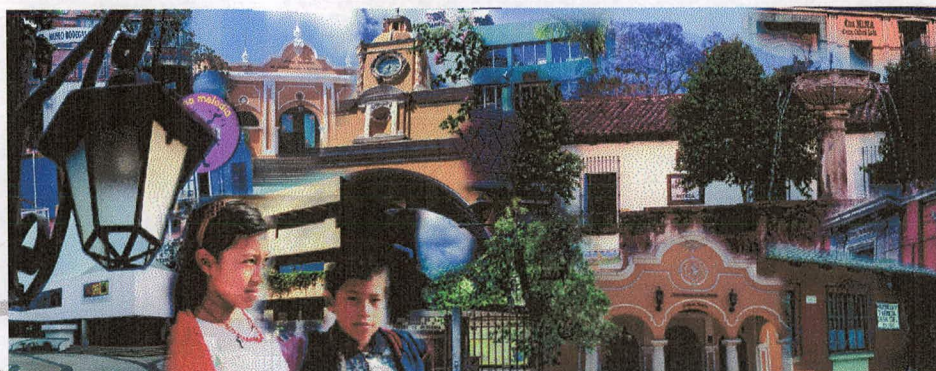
Como se mencionó anteriormente, The Museum Association of New York es una organización de grandes proporciones que seguramente en alguna época tuvo objetivos como el de hacer algo para que la gente visite más los museos. Es un gran ejemplo de lo que una entidad como estas puede llegar a ser a largo plazo.





MUSEOS

DE GUATEMALA



DESCRIPCIÓN E INTERPRETACIÓN

7. DESCRIPCIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

MUSEOS
DE GUATEMALA

DESCRIPCIÓN

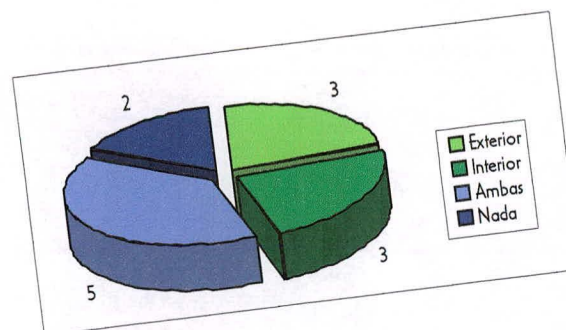
Aplicado a la realidad del país, todo museo persigue formar una identidad en los habitantes de cualquier rincón del país, en el sentido de compartir los conocimientos de nuestro pueblo tales como su evolución histórica, sus recursos naturales, su folklore, los restos arqueológicos de su pasado precolombino, etc. Es un medio de cultura y educación tanto para la comunidad local como para sus visitantes.

Para cumplir con los objetivos de la presente investigación, fue necesario conocer la realidad actual de los museos en Guatemala, por tal motivo se visitaron 14 museos en diferentes puntos del país. En algunos se hizo únicamente observación del lugar y sus características, en otros se pasó un cuestionario a dirigentes o encargados de los mismos.

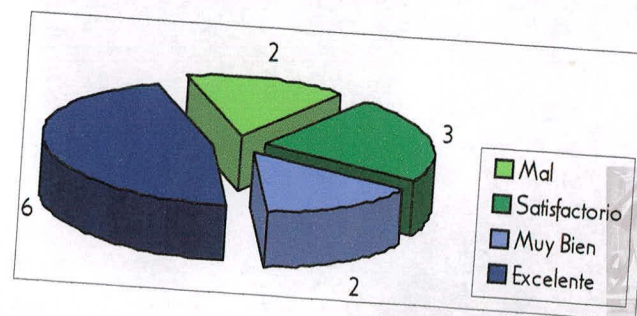
Para proyectar una idea más clara, se presentan a continuación los resultados obtenidos a través de los instrumentos empleados en el trabajo de campo.

GUÍA DE OBSERVACIÓN

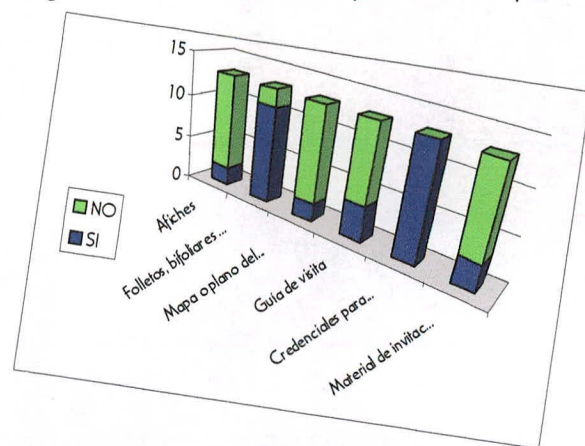
1. ¿Cuenta el museo con señalización?



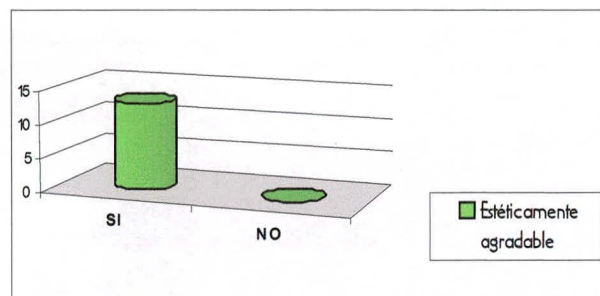
2. ¿Cumple ésta con su objetivo?



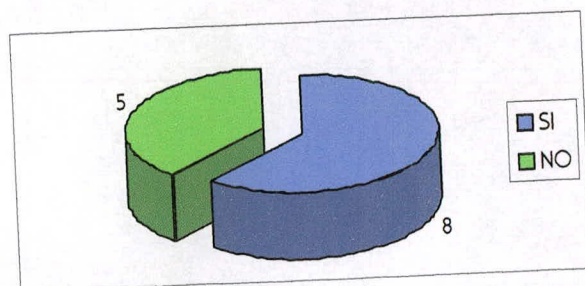
3. ¿Cuenta el museo con información impresa?



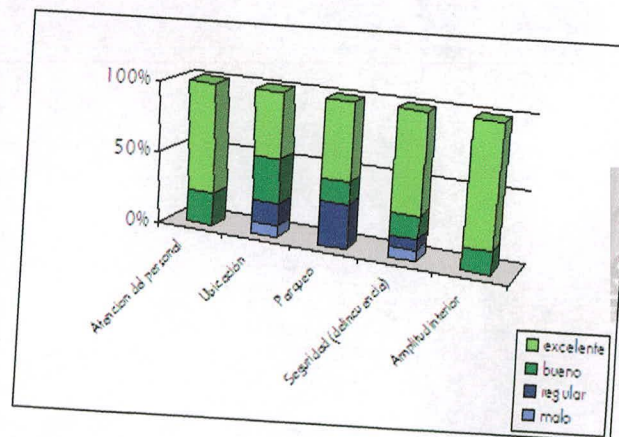
5. La apariencia física del museo ¿Es estéticamente agradable?



4. ¿Cuenta el museo con guías especializados?



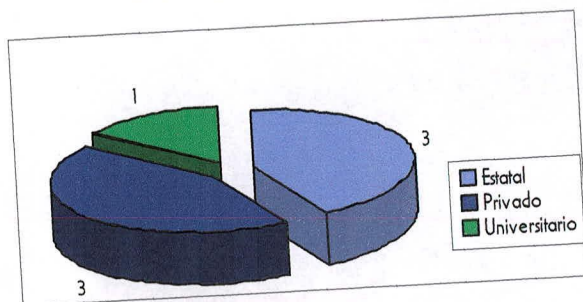
6. En cuanto al servicio a los visitantes, califique los siguientes aspectos de 1 a 4, donde 1 es malo y 4 excelente.



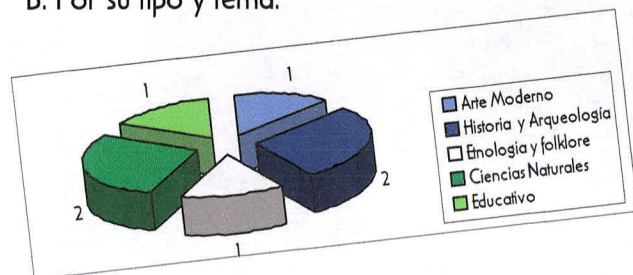
CUESTIONARIO

1. ¿Cómo se clasifica el museo que usted dirige?

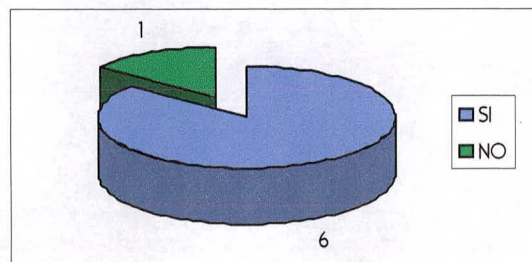
A. Por su manutención:



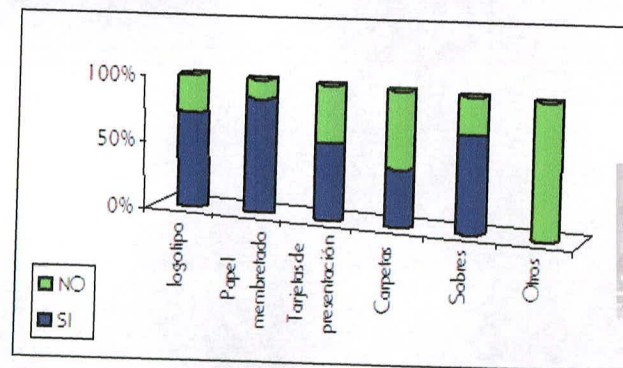
B. Por su tipo y tema:



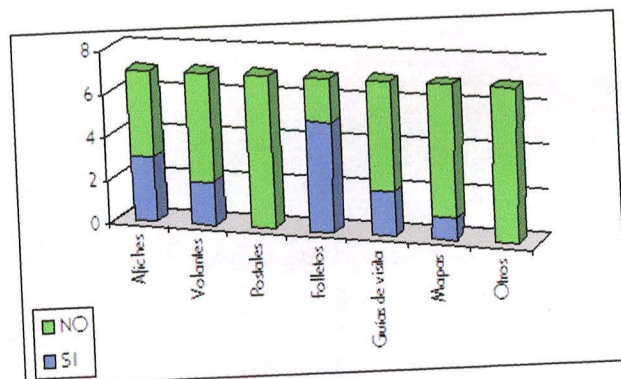
2. ¿Cuentan actualmente con proyectos para promover el museo?



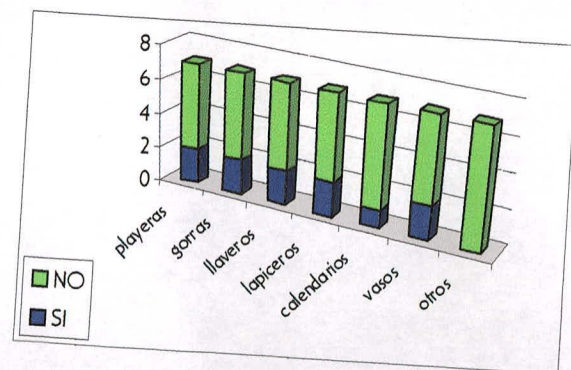
3. ¿Cuenta el museo con imagen gráfica?



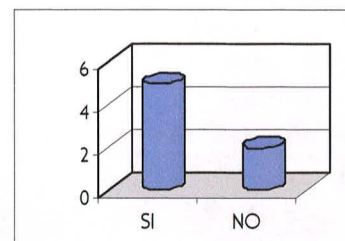
4. ¿Cuenta el museo con material impreso?



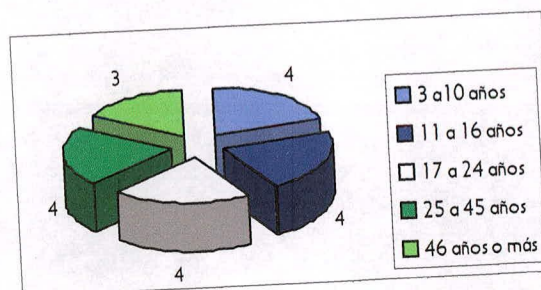
5. ¿Cuenta el museo con artículos promocionales?



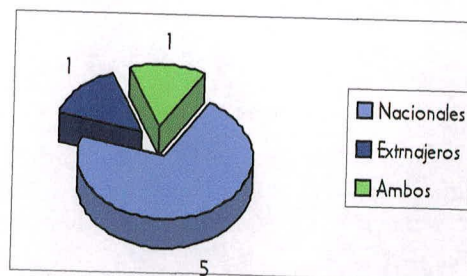
6. ¿Cuenta el museo con programas escolares anuales?



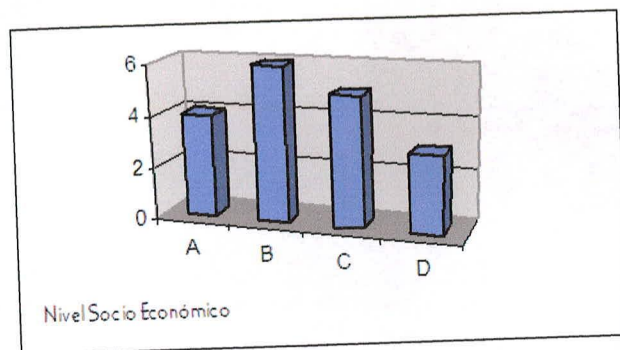
7. ¿Entre qué rangos de edades se encuentran principalmente sus visitantes?



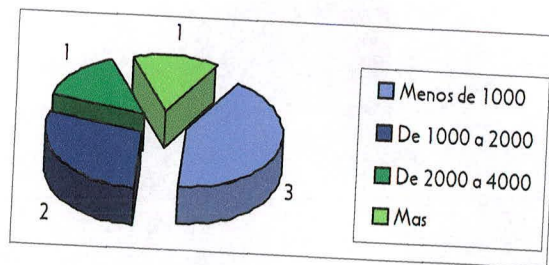
8. La mayoría de los visitantes de este museo son:



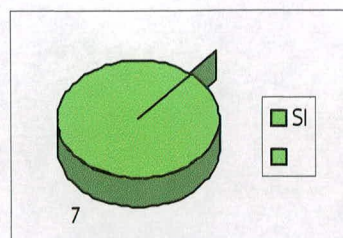
9. La mayoría de los visitantes de este museo pertenecen al Nivel Socio Económico:



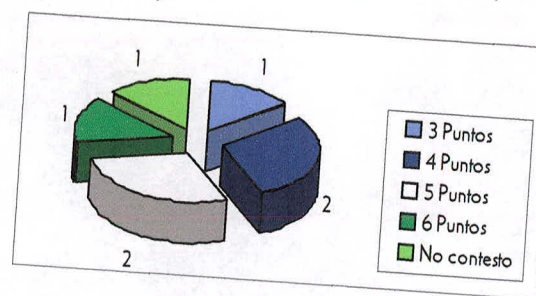
10. El número de visitantes mensuales está en rango de:



13. ¿Pertenece este museo a la Asociación de Museos de Guatemala?



14. De 1 a 10 en que uno representa el mínimo
¿Cómo calificaría usted el interés de los guatemaltecos por visitar los museos de su país?



INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

Para mayor claridad en la interpretación de los datos, se hizo una agrupación de los museos según sus condiciones.

Por su administración:

PRIVADOS

Apoyados por empresas privadas o subsidiados por sus mismos ingresos y los de sus propietarios.

1. Museo Bodegas de Principios del Siglo XX (Cervecería)
2. Casa MIMA (Fundación Cultural La Luz)
3. Casa del Tejido Antiguo (Familia Pérez Santos)
4. Museo de los Niños (Varias Empresas Privadas)
5. Museo El Príncipe Maya (Gladys de Deulofeu)
6. Museo Lacustre Atilán (Varias Empresas Privadas)
7. Museo Regional del Trapiche San Jerónimo

Este último es auspiciado parcialmente por la Universidad Rafael Landívar en cooperación con Agroindustria Azucarera y Adesca.

ESTATALES

Aquellos que son subsidiados por el Gobierno y que, cabe mencionar, cuentan con presupuestos

extremadamente limitados.

1. Museo Nacional de Arte Moderno "Carlos Mérida"
2. Museo Nacional de Arqueología y Etnología
3. Museo Nacional de Historia Natural
4. Museo Nacional de Historia

UNIVERSITARIOS

Subsidiados por Universidades del país, las cuales al igual que el Gobierno asignan un presupuesto anual no muy oneroso.

1. Museo de Historia Natural de la USAC
2. Museo Ixchel del Traje Indígena (UFM)
3. Museo Popol-Vuh (UFM)

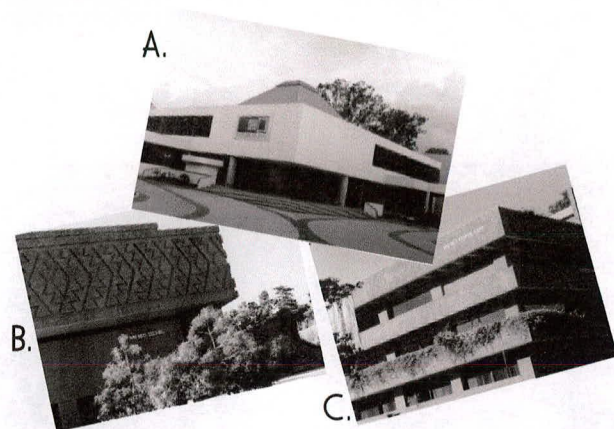
En cuanto a los objetivos planteados en el presente trabajo, los resultados muestran lo siguiente:

SITUACIÓN ACTUAL DE LOS MUSEOS DE GUATEMALA

Se puede clasificar los museos visitados en cuatro evidentes categorías según sus condiciones físicas, estéticas y el apoyo económico con que cuentan, esta es una clasificación subjetiva desarrollada a base de la observación y entrevistas realizadas.



Museos Grandes con apoyo suficiente



- A. Museo de los Niños (Guatemala, Guatemala)
- B. Museo Ixchel del Traje Indígena (Guate., Guate.)
- C. Museo Popol Vuh (Guatemala, Guatemala)

Cuentan con el apoyo de empresas y/o empresarios económicamente poderosos por lo que gozan de una situación favorable aún cuando las personas entrevistadas en dichas instituciones mencionan el factor económico como una de sus carencias principales.

Instalaciones

Las condiciones de las mismas son excelentes, desde la capacidad de sus parqueos hasta los espacios asignados para sus exhibiciones.

Señalización

Los tres cuentan con señalización completa y adecuada, se identifica claramente cada uno de sus espacios fuera y dentro de la instalación así como la ruta que el visitante debe seguir para realizar su recorrido.

Material Gráfico

Este es un recurso muy poco explotado por los museos en general, en el caso de los mencionados, cuentan con boletos de entrada y folletos generales que muestran al visitante un panorama general de lo que es la institución.

Cuentan con imagen corporativa limitada a logotipo, sobres, papel membretado y tarjetas de presentación, en algún momento han elaborado afiches para promover actividades especiales.

Es peculiar el caso del Museo de los Niños que cuenta con un equipo pequeño de personas dedicadas a la coordinación y elaboración de los materiales para el mercadeo de la institución. Este museo realizó para su lanzamiento piezas en prensa y televisión, lo cual no se encontró en ninguno de los museos visitados. En los otros dos casos, es el mismo personal que dirige el museo, el que desarrolla a propio criterio el material gráfico con que cuentan.



Los tres museos cuentan con credenciales que identifican y en algunos casos describen específicamente cada pieza de la exhibición.

Museos Pequeños con apoyo aceptable



- A. Museo El Principe Maya (Cobán, Alta Verapaz)
- B. Museo Lacustre Atitlán (Panajachel, Sololá)
- C. Casa MIMA (Guatemala, Guatemala)
- D. Museo Bodegas de principios del siglo XX (Guatemala, Guatemala)

Instalaciones

Estos son casos interesantes de museos que a pesar de contar con instalaciones modestas, sus

espacios se encuentran cómodamente distribuidos. En los cuatro casos, las áreas aledañas no son ostentosas y carecen de espacios exteriores propios para comodidad de sus visitantes.

Señalización

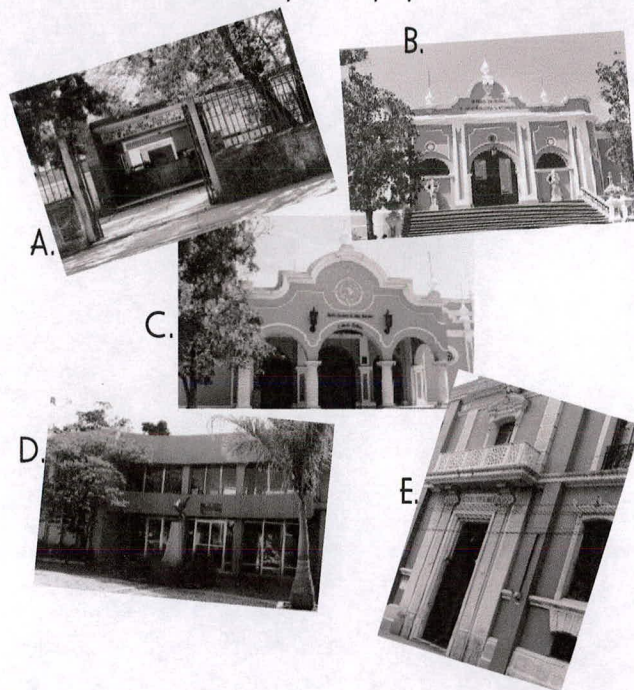
La señalización exterior está limitada al rótulo que identifica al museo, la señalización interior es aceptable y suficiente con relación el tamaño de las instalaciones.

Material Gráfico

Estos museos cuentan con poco material gráfico, específicamente folletería para presentación de la institución, boletos de entrada y credenciales para identificación que en algunos casos contienen descripción de cada una de sus piezas exhibidas. El material gráfico con que cuentan, ha sido ideado por las personas que dirigen cada museo, a excepción del Museo Lacustre Atitlán ya que cuenta con el patrocinio de dos conocidas agencias de publicidad, que evidentemente desarrollan los pocos materiales gráficos con que cuenta.



Museos Grandes con poco apoyo



- A. Museo de Historia Natural de la USAC (Guatemala, Guatemala)
- B. Museo Nacional de Arqueología y Etnología (Guatemala, Guatemala)
- C. Museo Nacional de Arte Moderno "Carlos Mérida" (Guatemala, Guatemala)
- D. Museo Nacional de Historia Natural (Guatemala, Guatemala)
- E. Museo Nacional de Historia (Guatemala, Guate.)

De este tipo se visitaron cinco museos los cuales dependen de los presupuestos que el gobierno y la USAC respectivamente, les asignen anualmente.

Instalaciones

No hace falta más que un breve vistazo para darse cuenta que dichos presupuestos no son muy amplios, por lo que estos museos a pesar de estar ubicados en amplias instalaciones construidas en la primera mitad del siglo XX y a pesar de contar con colecciones que maravillan a sus visitantes, tienen serios problemas para subsistir año tras año en austeras condiciones.

Señalización

Al igual que la gran mayoría de los museos visitados, su señalización exterior se limita al rótulo que identifica a la institución. En cuanto a la señalización interior, si cuentan con la señalización indispensable para conducir la visita de las personas, estos materiales son evidentemente realizados con los recursos al alcance de sus posibilidades ya que no son muy elaborados.

Material Gráfico

Por su situación económica, sus prioridades básicas son de mantenimiento más que de promoción

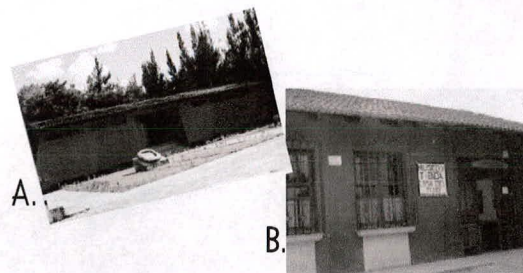


o proyección de imagen, tres de estos museos entregan recibos escalonados de ingresos varios y los otros no entregan ningún tipo de boleto de entrada. Todos, a excepción del museo Nacional de Arte Moderno "Carlos Mérida" ofrecen a sus visitantes folletos informativos.

Es interesante mencionar que a pesar de sus carencias económicas, el Museo de Historia Natural de la USAC es el único de los museos visitados que cuenta con un juego completo de folletos, para cada uno de sus salones o secciones por tema, los cuales entregan a los maestros que acompañan a los grupos de estudiantes quienes son sus principales visitantes. Particularmente, el equipo de personas que dirige este museo ha tenido la iniciativa de solicitar colaboración a estudiantes de diseño gráfico para la elaboración de sus materiales aunque la reproducción de estos es por medio de fotocopias.

Además, dichos estudiantes han colaborado con la decoración de los salones de dicho museo, los cuales exhiben distintos temas de estudio y están ubicados en secuencia cronológica a partir del surgimiento del planeta Tierra.

Museos Pequeños con poco apoyo



- A. Museo Regional del Trapiche
(San Jerónimo, Baja Verapaz)
- B. Museo Casa del Tejido antiguo
(La Antigua Guatemala, Sacatepéquez)

De este tipo se visitaron dos museos, ambos ubicados en el interior de la república. Estos cuentan con singulares colecciones que muestran a sus visitantes datos curiosos sobre las raíces de este país, aunque a pesar del tesoro que poseen en su interior estos museos cuentan con los más escasos recursos para su subsistencia.

Afortunadamente, la carencia muchas veces impulsa a la creatividad, es así como las actividades educativas, venta de piezas artesanales similares a las que exhiben y la ayuda profesional (no



económica) de importantes instituciones y se han convertido en la razón por la que estos museos no se han dejado vencer.

Instalaciones

Ambos museos cuentan con instalaciones muy amplias y apropiadas. Han distribuido sus espacios de manera agradable.

Señalización

En este caso, el Museo Regional del Trapiche no cuenta con ningún tipo de señalización exterior, únicamente con elemental señalización interior. El museo Casa del Tejido Antiguo es un caso particular en que aunque es muy sencilla, su señalización exterior está desde las calles aledañas para guiar a los visitantes hacia sus instalaciones, cuenta con un modesto rótulo exterior hecho a mano, más en su interior carece de señalización.

Material Gráfico

Al igual que la mayoría de los museos visitados, estos cuentan con bifolios informativos que presentan a la institución como tal aunque no contienen mayor información que sirva de guía al visitante en su recorrido dentro del museo.

Aparentemente, el Museo del Trapiche está aún bajo reorganización por lo que no cuenta con boletos de entrada, no cobran entrada y los bifolios informativos son entregados a cambio de un donativo a criterio del visitante. El otro museo mencionado, si cuenta con boletos de entrada y sencillos volantes que promueven actividades educativas realizadas en el museo.

¿DE QUÉ MANERA SE DAN A CONOCER LOS MUSEOS DE GUATEMALA?

Indistintamente de sus condiciones generales individuales, todos los entrevistados coinciden en que los museos necesitan proyectos que los promuevan, y en que esta actividad no es temporal sino que debe representar un esfuerzo continuo.

De los catorce museos visitados, sólo ocho realizan actividades para promover sus museos y en general siguen el mismo tipo de estrategia la cual consiste en organizar eventos culturales en las instalaciones del museo y ofrecer a sus visitantes volantes que informan sobre las mismas. En algunos casos publican en prensa, en la sección de Culturales, algunos párrafos invitando a los lectores a asistir a exposiciones



itinerantes o temporales así como presentaciones de espectáculos culturales.

El otro grupo de museos que no cuentan con material ni actividades promocionales, lo deben sencillamente a que carecen de un presupuesto asignado para esos efectos y se limitan a las visitas de grupos escolares que no faltan a todo lo largo del año escolar.

Algunos museos envían invitaciones a profesores y directores de centros estudiantiles, ofrecen entradas gratuitas a estudiantes ejemplares, tarifas especiales para grupos de estudiantes y en ciertos casos, piden únicamente un donativo a voluntad para ofrecer sus instalaciones a miles de niños y jóvenes año tras año.

¿QUIÉNES APOYAN A LOS MUSEOS DE GUATEMALA?

Es desalentador encontrar el resultado de esta cuestionante ya que tanto a nivel económico como a nivel de servicios profesionales, el apoyo aunque existe es muy poco comparado con las necesidades que presentan los museos.

Existen pocas pero importantes y muy reconocidas empresas privadas que colaboran con la cultura del país en general y dentro de sus planes han incluido en determinado momento a los museos. Pollo Campero por ejemplo, desarrolló hace más de un año una colección de mapas de bolsillo de las principales cabeceras departamentales en las cuales aparecen señalizados los museos locales, cabe aclarar que no era objetivo principal de los mismos la promoción de los museos.

Varias poderosas empresas privadas ofrecen apoyo actualmente al Museo de los Niños que recién se inauguró y según indicó la persona entrevistada, este museo cuenta con un programa de patrocinios en el cual las empresas pueden ofrecer aportes de distinto tipo y cantidad de acuerdo a sus posibilidades, los cuales son empleados tanto para la generación del patrimonio del museo como para patrocinar la entrada al museo de grupos de niños de escasos recursos de todo el país.

Existen además museos que pertenecen a empresas o entidades privadas, tal es el caso del Museo Bodegas de Principios del Siglo XX que pertenece a la Cervecería Centro Americana y los Museos Popol Vuh e Ixchel del Traje Indígena que



pertenecen a la Universidad Francisco Marroquín. Dichas empresas aportan la infraestructura necesaria para el mantenimiento y administración de los mismos, siendo los dos últimos los que cuentan con las mejores condiciones en el aspecto financiero y administrativo.

En el aspecto profesional, se cuenta con gran cantidad de personas trabajando para cada uno de los museos pura y literalmente por amor al arte, es gente que empíricamente ha colaborado al desarrollo de cada uno de los museos.

Vale la pena mencionar que dichas personas han tenido a bien solicitar la colaboración de amigos o estudiantes de los campos respectivos para desarrollar proyectos de decoración y elaboración de material impreso para su distribución dentro del museo. En muchos casos, los mismos dirigentes han fungido como decoradores, arquitectos y diseñadores gráficos, supliendo así las necesidades que el museo presenta.

Vemos de este modo que el apoyo que reciben los museos de Guatemala es limitado y se enfrenta a ciertas dificultades que se superan mediante los esfuerzos de las personas que trabajan en dicho medio, esto no implica que siempre se haya dado

solución a las necesidades o que haya sido la mejor posible.

EL INTERÉS DE LOS GUATEMALTECOS EN VISITAR LOS MUSEOS DE SU PAÍS

Para determinar este aspecto, se interrogó a los entrevistados respecto de la cantidad de personas que visitan los museos anualmente y es seguro que si los museos obtuvieran sus ingresos de los visitantes, ya muchos habrían cerrado sus puertas.

Los museos más visitados mensualmente, entiéndase alrededor de 4,000 personas, son el Museo de los Niños y el Museo Arqueología y Etnología, el Museo Nacional de Arte Moderno "Carlos Mérida" y el Museo de Historia Natural de la USAC que cuentan con un promedio mensual de 1,000 a 2,000 visitantes.

Por último encontramos, el Museo de bodegas de Principios del siglo XX, Museo Popol Vuh, Museo Ixchel del Traje Indígena, Museo Casa MIMA, Museo Nacional de Historia, Museo El Príncipe Maya, Museo de Arqueología Lacustre Lago Atitlán, Museo Casa del Tejido Antiguo y Museo Regional del Trapiche, los últimos cuatro en el interior del país;



todos ellos cuentan con un promedio de visitantes mensuales menor de mil personas llegando a ser apenas 200 en algunos casos.

Se preguntó a algunos de los entrevistados, dirigentes de los museos sobre cómo califican el interés de los guatemaltecos en visitar los museos de uno a diez y las respuestas no fueron más allá del 6. La mayoría calificaron este entre 3 y 5 lo cual es desalentador viniendo de las personas que conocen el medio y que se dan cuenta de manera cercana de la reacción de las personas hacia las entidades que ellos lideran.

Según sus comentarios, se debe en general a falta de interés por parte de las personas, falta de conocimiento sobre la existencia de los museos, falta de promoción de los museos. Algunos, como el Museo de los Niños que publica anuncios de prensa cuando tiene eventos especiales, mencionan que los niveles de afluencia se incrementaban justo después de las publicaciones.

En cierto modo, todos los museos utilizan el diseño gráfico, ya sea en uno u otro material, pero ninguno de ellos ha experimentado la capacidad que este puede tener en motivar a los guatemaltecos a visitar sus instalaciones aunque sí lo consideran un potencial.

Un dato interesante es que la mayoría de visitantes en los museos es conformada por grupos de estudiantes del nivel primario de escuelas públicas, probablemente porque los maestros encuentran en los museos un instrumento educativo perfecto que a su vez ofrece distracción a los niños ya que los saca momentáneamente de la rutina diaria.

Dados los resultados encontrados de difíciles condiciones principalmente económicas en la mayoría de los museos visitados, la carencia de recursos gráficos de comunicación, el escaso apoyo que poseen a nivel individual y el poco interés del guatemalteco en general por visitar los museos. Pero principalmente, partiendo de uno de los objetivos de la recientemente formada Asociación de Museos de Guatemala que es el de difundir y promover el interés en conocer los museos del país, surge la propuesta de desarrollar material gráfico apropiado para esos efectos.

Para desarrollar una propuesta adecuada, es necesario hacer una revisión bajo el criterio del diseño gráfico de los materiales que actualmente circulan respecto a los museos. Se encontró que los museos han desarrollado material diverso a nivel individual y quizá de todos el más completo sea el del Museo de



los Niños (Fig. 1). Al momento de la visita, ellos contaban con dos folletos con distintos objetivos cada uno, los cuales se cumplen satisfactoriamente según sus contenidos.

En cuanto a colores, todos sus materiales presentan el mismo aspecto colorido y alegre que el museo busca transmitir a los niños, a pesar de que los materiales son dirigidos a adultos, el diseño gráfico de estos sitúa perfectamente al lector en el contexto infantil gracias a los colores y diagramación utilizada. Como se puede observar, este museo cuenta con una imagen corporativa bien estructurada tras la cual se ve la intervención profesional de un diseñador gráfico.



Fig. 1



Por otro lado, encontramos que museos como el Popol Vuh, que a pesar de ser uno de los mejor dotados económicamente a juzgar por sus instalaciones, cuenta con muy poco material, la figura 2 muestra un trifoliar informativo con contenido descriptivo general. Un lado es en español y el otro tiene el mismo contenido en inglés. Esta muestra, que es ofrecida tal cual a los visitantes, es reproducida en fotocopiadora en papel bond, su contenido es puramente de texto línea tras lo cual realmente no muestra el contexto real del museo ni logra captar la atracción hacia la lectura.

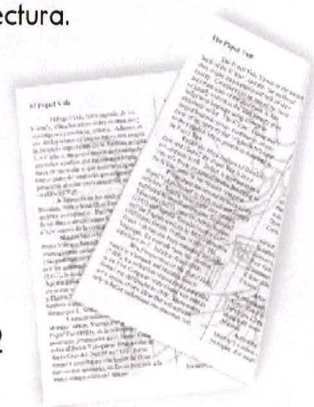


Fig. 2

Este museo además, vende a la salida libros y otros materiales relacionados con el tema expuesto adentro, los cuales no son desarrollados por ellos. Según indicaron, sí cuentan con papel, sobres y tarjetas membretados, aunque de momento no pudieron ofrecer una muestra.

En el caso del Museo Ixchel, ellos comentaron que sus visitantes son mayormente extranjeros, del nivel socioeconómico A. B. Sus materiales, puramente informativos, están claramente designados en dos categorías (Fig.

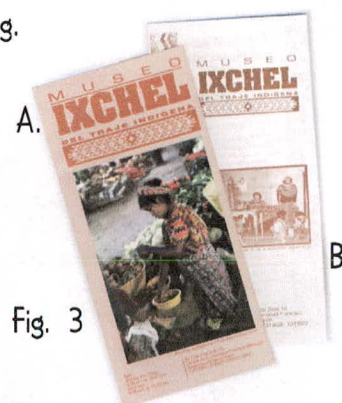


Fig. 3

A. Es un trifoliar full color, impreso en couché mate. Está en inglés y contiene información general sobre el museo.

B. Aunque el contenido es el mismo, este es el material entregado a los visitantes locales, está impreso a un color en papel bond.

Vemos que aunque no cuentan con gran variedad de material, el hecho de pensar en las condiciones específicas de sus visitantes, refleja que sus materiales han tenido al menos un estudio previo a ser desarrollados y aunque su contenido sea de texto, las portadas invitan más a la lectura, que folletos como el anterior.



Otro caso interesante de revisar es el de Museo Casa MIMA, en el que se encuentran involucrados varios profesionales inclusive extranjeros de distintas ramas de estudio. A pesar de ello, no hay en el grupo diseñadores gráficos, así que desde el logotipo hasta las credenciales para cada pieza exhibida han sido diseñadas según el criterio de estos profesionales y principalmente por un Arquitecto egresado de la Universidad Rafael Landívar quien ha aportado su capacidad creativa para la elaboración de materiales como este trifoliar (Fig. 4) el cual es bastante completo en cuanto a contenidos e información.

Fig. 4



El diseño de la portada y del tiro en general, es limpio y estéticamente agradable; pero que deja de lado ciertos aspectos de diseño gráfico como el ritmo en su diagramación y en su interior, la saturación de color en los fondos limita la visibilidad para la lectura.

Para evitarlo, debió seleccionarse una tonalidad más clara para los fondos o en todo caso un color más claro para la letra a manera de generar contraste y facilitar de este modo la lectura.

Además, este museo desarrolló unos sencillos pero útiles separadores (Fig. 5), que tienen en su parte posterior un simple mapa de ubicación del museo estando en la zona central de la capital. Estos materiales, los dejan para que las personas los tomen en lugares como universidades y centros de afluencia turística. El Arquitecto Maza, aportó la frase "Date una vuelta por el centro" y siendo él parte importante de la Asociación de Museos, pretende que



Fig. 5

posteriormente pueda esta modificarse y ser usada como "Date una vuelta por los museos".

A diferencia del resto de materiales vistos, en estos es notoria la intervención creativa de un especialista. Este museo es patrocinado por dos agencias de publicidad reconocidas: Cordón y Quezada y Publinac, lo cual explica el origen de estos diseños.

El de la parte superior es un trifoliar con información general del museo. El de abajo, además de ser un bifoliar informativo sobre cómo puede el público colaborar con el museo, es un sobre en el que los donantes ponen el dinero o cheque y además sus datos generales (Fig. 6).

A pesar de lo creativo que es tanto el diseño de sus portadas como la forma en sí o la estructura tan original de este sobre, los contenidos son relativamente pobres, muy generales, incluye el primer trifoliar un pequeño mapa del interior del museo que no aporta al visitante mayor información que el nombre de cada salón.

En cuanto a color, este fue muy bien aplicado tanto en sus combinaciones como en los contrastes

necesarios para la fácil lectura. La distribución de los elementos conserva un orden agradable y estético.

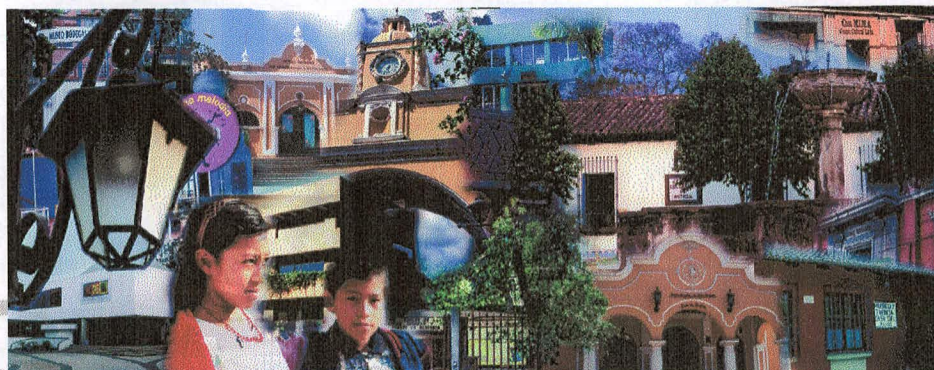


Fig. 6



MUSEOS

DE GUATEMALA



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Actualmente, los museos de Guatemala luchan por sobrellevar una administración bastante austera con presupuestos mínimos. A excepción de unos pocos museos haciendo referencia a los museos privados, el resto de los museos del país cuentan con escaso personal administrativo dedicado empíricamente a la profesión de la museología.

Sus condiciones en cuanto a señalización podrían mejorarse considerablemente. Todos los museos visitados, cuentan con algún tipo de material gráfico propio que sólo se distribuye dentro de los museos y ninguno cuenta con información sobre otro museo como para compartirla con los visitantes

Los administradores de los museos, tienen muchas expectativas en relación a la reciente conformación de la Asociación de museos de Guatemala, pues consideran que pueden abrirse nuevas oportunidades para el desarrollo del gremio.

- Podría decirse que los museos de Guatemala únicamente se dan a conocer de boca en boca, muy pocos de ellos, nuevamente en referencia los privados, publican anuncios de prensa o colocan afiches en centros educativos y culturales invitando

al público a asistir, la mayoría de la gente que visita los museos, llega porque está haciendo algún tipo de investigación, por recorridos organizados a nivel escolar o porque hay alguna actividad temporal que le interesa. El público no sabe cuándo estará abierto el museo ni mucho menos a qué se dedica, los ven en la calle cuando pasan frente a alguno de ellos, pero no existe un medio que les dé información sobre los museos sin que sea explícitamente solicitada.

- Algunos de los museos, han contratado en algún momento los servicios de un diseñador o publicista, sin embargo la práctica más común es que el mismo administrador del museo haga un bosquejo del folleto o incluso del ticket de entrada y le de sus indicaciones empíricas a la imprenta para que se lo produzca, sin ningún tipo de asesoría profesional en cuanto a cánones de diseño.

La mayoría de ocasiones es por costos y en otros casos por considerar que no hace falta la intervención de un profesional si ellos ya saben lo que necesitan y cómo lo necesitan.

- Generalmente en cada museo hay un tablero para notas o publicidad informal y la gente sí se acerca a verlos como si fueran parte de la exposición,



al ser humano por naturaleza le atrae lo vistoso, lo colorido y lo que es fácil de entender con sólo verlo, y partiendo de que sí hay cierto número de visitantes a los museos, lo cual justifica su existencia, es fácil concluir que si se utiliza el diseño gráfico como medio para atraer la atención del público hacia los museos, ese número de visitantes se incrementará considerablemente, expandiendo de ese modo la labor que arduamente realizan los museos de Guatemala.

RECOMENDACIONES

- En definitiva, se hace necesario aunar los esfuerzos para optimizar recursos en pro de mejores resultados. Se recomienda que la AMG funja como mediador de proyectos que abarquen a un amplio número de museos ya que de esta forma sería posible maximizar los escasos presupuestos con que individualmente cuentan.

Además, en conjunto, la promoción que se hace es mayor y asimismo es la posibilidad de atraer visitantes, amigos y patrocinadores que quieran colaborar.

- Posicionar un concepto en la mente de un grupo objetivo no es tarea fácil, es un proceso que

requiere constancia y perseverancia, pero es recomendable que los museos de Guatemala en conjunto den inicio a la labor de decirle a los guatemaltecos "Aquí estamos, esperando por tu visita" y posicionar en sus mentes que los museos no tienen porqué ser aburridos y que una visita a un museo es tan entretenida como una exposición comercial.

Con el paso de los años, la cultura museística del país se solidificará, contribuyendo a la identidad nacional y al cumplimiento del deber social de preservar y continuar el patrimonio cultural de los guatemaltecos.

- Es necesario que los museos empiecen a recurrir al apoyo profesional de los diseñadores gráficos, porque como se dice popularmente "zapatero a tu zapato", administrar, dirigir y coordinar un museo es una labor que requiere experiencia y mucha dedicación. Asimismo y aunque el diseño gráfico sea parte de un alto porcentaje del mundo que nos rodea, existen especialistas en ello, que resuelven los casos de diseño de acuerdo a los objetivos que el mismo persiga, valiéndose de técnicas quizá conocidas por muchos pero practicadas por muy pocos, para lograr diseño gráfico que de resultados positivos.



◦ El diseño gráfico es una herramienta de atracción muy poderosa, si se aplica con una buena estrategia, puede lograr sorprendentes resultados. Se recomienda desarrollar un plan estratégico que gire en torno a materiales gráficos que impulsen a los guatemaltecos a tomar la decisión de visitar los museos de su país.

Es recomendable iniciar un contacto que entrelace a los museos y los acerque al público que actualmente ya visita o alguna vez ha visitado algún museo, tanto como al que nunca lo ha hecho.

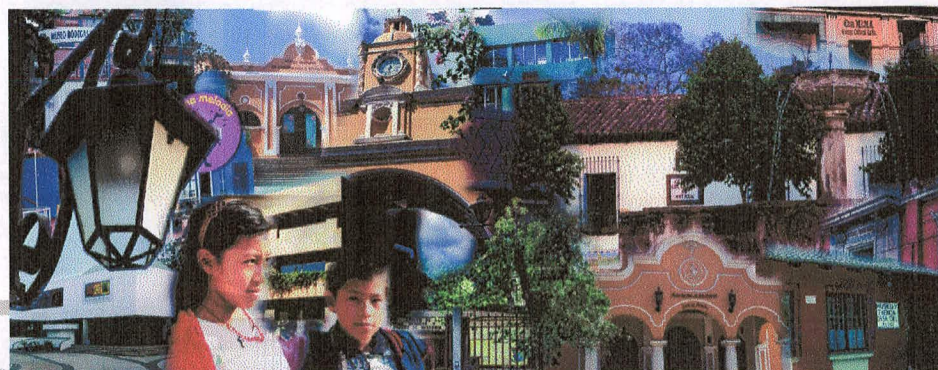
La AMG puede ser el pilar que sostenga esa estrategia y que se muestre como mediador en pro del mejoramiento en todos los aspectos de cada uno de los museos de Guatemala



MUSEOS

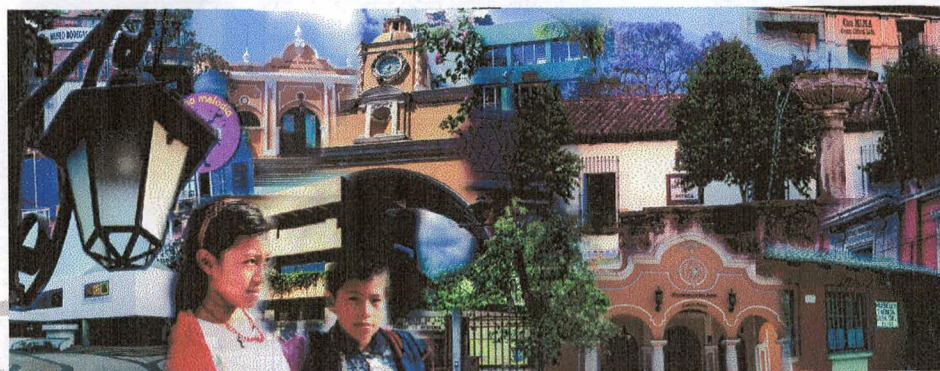
DE GUATEMALA

II DESARROLLO DE LA PROPUESTA GRÁFICA



MUSEOS

DE GUATEMALA



PRESENTACIÓN DE NECESIDADES

1. PRESENTACIÓN DE NECESIDADES

Al visitar distintos museos ubicados en varios departamentos del país incluyendo la capital, se hizo evidente que cada uno lleva hasta ahora distinta dirección, asimismo todos mencionaron tener conocimiento de la formación de la Asociación de Museos de Guatemala y que sí les interesa formar parte de la misma, porque a través de ella podrían encontrar el apoyo que necesitan para darse a conocer.

El respaldo del nombre de una Asociación detrás de ellos, agrega valor a su imagen individual. Y principalmente, les interesa el hecho de que pueden aprender de sus colegas, que se ven envueltos en el día a día dentro del fabuloso tesoro que encierran los museos, esto hace necesaria la creación de un medio de comunicación inter-museos que los mantenga al tanto y actualizados sobre las actividades y situación del gremio, el cual debería incluir temas de interés para las personas que administran o visitan los museos, como entrevistas, calendario de actividades, exposiciones permanentes, etc.

Esta mencionada Asociación de Museos de Guatemala (AMG) está integrada en su junta directiva por personas que lideran y administran

distintos museos en el país y hasta la fecha no cuentan con ningún tipo de respaldo en el área de Diseño Gráfico desde logotipo, papelería, tarjetas de presentación, hasta documentos de correspondencia interna, por lo que es necesario presentar una o varias propuestas de ello.

Los directivos de la asociación tienen interés en promover los museos porque consideran que es un mundo de conocimiento y cultura desconocido para los guatemaltecos, los museos de Guatemala son visitados principalmente por grupos escolares y por extranjeros.

Los programas escolares cubren a lo sumo un 10% de los museos existentes en el país por lo que es muy fácil encontrar guatemaltecos que ni siquiera saben que a pocas cuadras de sus casas hay algún museo esperando mostrar el tesoro que esconde.

Los turistas, buscan justamente todo aquello que les pueda dar información sobre el lugar que visitan, por lo que su motivación a visitar los museos de Guatemala es muy fuerte y aún así a veces no encuentran datos muy fácilmente.



Así se hace evidente que los guatemaltecos en general, requieren de una invitación para descubrir esos tesoros que constituyen los Museos de Guatemala, por lo que es importante desarrollar material gráfico que informe a la población sobre la existencia de los museos, los motive a conocerlos y les dé todos los datos necesarios para ello.

No existe por ejemplo, ninguna guía que establezca un recorrido por los museos de determinada zona, que indique los horarios de atención de los museos o sus direcciones exactas para orientar al público y alentarlos a decidirse por visitar los museos.

La Asociación de Museos, debería fungir como el anfitrión que invita a conocer a cada uno de sus asociados principales por lo que es necesario desarrollar la imagen institucional de la AMG y la creación bajo el respaldo de la misma de la primera etapa del proyecto que pretende a corto plazo promover los museos de Guatemala Capital y Antigua Guatemala por ser el sector de Guatemala que cuenta con más museos. Y a mediano plazo extender la promoción de los museos del resto del país igualmente por sectores e importancia turística.

Es necesario además establecer algún medio de comunicación inter-museos y con el público en general de manera que al visitar cualquiera de los museos, el visitante pueda solicitar allí mismo información sobre otros museos y sus actividades, esto lograría que realmente se haga un recorrido por diversos museos en lugar de visitar solo uno por desconocer toda las posibilidades que existen.

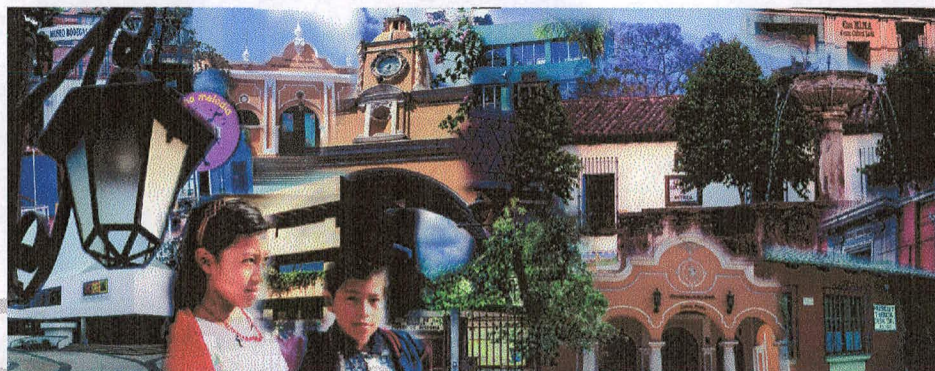
Pero en definitiva, para implementar proyectos como este, es necesario un honeroso presupuesto o al menos una suma considerable que podría obtenerse a través de patrocinadores externos, por lo que conviene desarrollar algún material apropiado para presentar propuestas a empresarios, que debe estar al nivel de su desempeño profesional diario.

Subsecuentemente, será de vital importancia la capacitación constante y actualización de información al personal que labora en los museos, de manera que puedan asesorar a los visitantes sobre cualquier otro museo o proyecto y que puedan aportar mejor desempeño profesional día a día, esto se reflejará en que cuidarán más de los detalles en "su" museo incluyendo las credenciales que identifican las obras o piezas, la señalización, etc.



MUSEOS

DE GUATEMALA



OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

DE GUATEMALA



GENERAL

Desarrollar el diseño de material gráfico unificado que ofrezca a través de la Asociación de Museos de Guatemala un respaldo a los museos del país, que sea apropiado tanto para dar a conocer la asociación como para promover los museos del país.

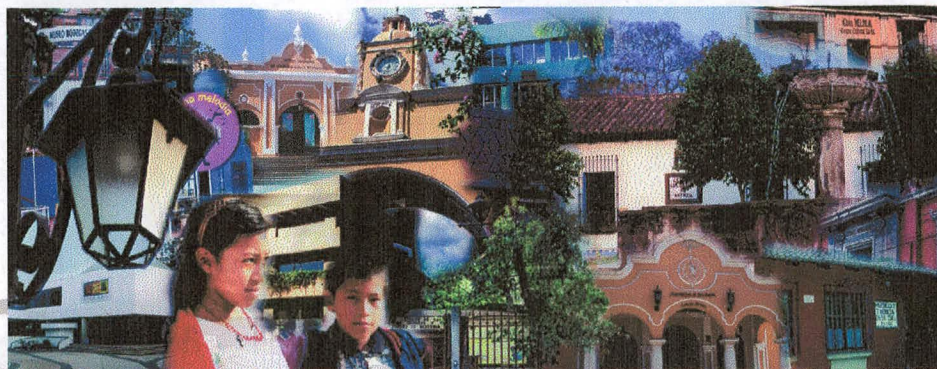
ESPECÍFICOS

- Desarrollar la imagen institucional de la Asociación de Museos de Guatemala mediante la creación de logotipo, slogan, papelería y lay out para presentaciones multimedia, necesarios para darse a conocer.
- Desarrollar el lay out para la primera edición de un boletín informativo que servirá como enlace entre museos y con el público visitante.
- Desarrollar el primero de una serie de mapas pictóricos que den a conocer los museos del país por región y qué promueve cada uno de ellos, con los datos como dirección, teléfono, horario de atención y referencia visual para que cualquier guatemalteco pueda visitarlos.



MUSEOS

DE GUATEMALA



FUNDAMENTO TEÓRICO DE LA PROPUESTA

3. FUNDAMENTO TEÓRICO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO

3.1 INSTITUCIÓN

ASOCIACIÓN DE MUSEOS DE GUATEMALA

A finales del año 2001, se constituyó la Asociación de Museos de Guatemala (A.M.G.), la cual es una entidad de carácter cultural, privada, no lucrativa, apolítica y no religiosa dedicada al fortalecimiento de los museos nacionales, regionales, se sitio, comunitarios, universitarios y privados de Guatemala.

Esta asociación ha definido fines y objetivos específicos en pro del desarrollo de los museos guatemaltecos y del patrimonio que cada uno de ellos posee. Además considera a estas entidades como instrumentos educativos que colaboran al desarrollo de los valores culturales, científicos y morales propios de las culturas del país.

Otra de sus funciones es la de realizar esfuerzos conjuntos para promover los museos y motivar a los visitantes a conocer los tesoros incomparables que cada uno de estos centros guarda, que constituyen las raíces culturales de este país.

Dentro de las actividades que realizan los miembros de esta asociación, se encuentran visitas interinstitucionales con el fin de que todos los museos manejen su avance a un nivel similar, realizan reuniones periódicas en las que evalúan los proyectos en proceso, coordina muestras itinerantes en pro de los museos de Guatemala, brindan asesoría sobre museología y museografía a quien lo requiera.

3.2 RESPALDO TEÓRICO

DISEÑO GRÁFICO

"Para la mayoría de la gente, la palabra diseño evoca imágenes de jóvenes brillantes que trabajan por las noches para crear anuncios seductores a todo color. Pero la publicidad no es sino una porción reducida de lo que crean los diseñadores gráficos". (Blume, Herman 1989)

Actualmente, la mayoría de cosas a nuestro alrededor tienen algún tipo de diseño gráfico: recibos de luz, libros, vasos, telas, periódicos, tarjetas de crédito, paredes, etc., No siempre ha sido así, antiguamente el diseño era un aspecto más artesanal y tomaba para su realización mucho más tiempo.



La tecnología, al igual que en muchos otros campos profesionales, ha llevado al Diseño Gráfico a una era de demanda tan amplia como el mundo mismo.

A lo largo de los últimos cuarenta años, el diseño gráfico ha experimentado un avance espectacular al igual que los procesos de reproducción, pasando de la era manual a la digital con tal aceleración que un sólo día puede hacer gran diferencia.

Según Newark (2,002), el Diseño Gráfico es el más universal de todas las artes, envuelve al espectador mientras comunica, decora o identifica. Aporta significado y trasfondo al entorno vital que rodea al ser humano.

FUNCIONES DEL DISEÑO GRÁFICO

Clasifica y diferencia

Distingue mediante sus elementos a una empresa, organización o incluso a una nación de otra.

Informa y comunica

Puede explicar un procedimiento

culinario por ejemplo o dar detalles del contenido de un alimento como es el caso de los cuadros nutricionales que también llevan diseño gráfico.

Interviene en el estado de ánimo

El diseño gráfico influye en las emociones de quienes lo ven, los colores y las formas transmiten fácilmente sentimientos o sensaciones que pueden modificar o reforzar un cierto estado de ánimo o un sentimiento respecto de algo o alguien (Quentin Newark, 2,002).

DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN

La imagen visual constituye una de las formas más antiguas de la expresión del hombre por medio de los signos. Hoy, como se mencionó con anterioridad, es una disciplina muy desarrollada y en constante crecimiento.

Al hablar de diseño gráfico desde el punto de vista comunicacional, es necesario involucrar a las partes correspondientes. En su manera más sencilla se reduce a Cliente-diseñador-grupo objetivo, en que cliente y grupo objetivo constituyen



los dos extremos comunicantes. El tercer elemento del circuito, el diseñador, está situado en el punto central y ejerce desde este punto el rol de intermediario; como tal enlaza a su cliente y a su grupo objetivo mediante los diferentes resultados de su trabajo "Los mensajes gráficos", que constituye el conjunto de comunicaciones funcionales como la imagen institucional, comercial, informativa, publicitaria, didáctica, de señalización, de identidad, etc.

En el sistema descrito anteriormente, cada uno tiene una función específica, el cliente asigna ciertos parámetros de referencia para el diseñador, parámetros de orden técnico

DESARROLLO DE IMAGEN INSTITUCIONAL

Este proceso, requiere de alto involucramiento con la institución, ya que definirá gráfica y visualmente la personalidad de la misma, por ello es importante conocer aspectos como la visión y misión, sus objetivos a corto y largo plazo, la razón de su origen, etc. que sirven de parámetros para conocer y definir mediante el uso de diseño gráfico un estilo único de la institución para la que se trabajará, en este caso específico la AMG.

Esta es la carta de presentación de la institución representada en los materiales y documentos que esta institución maneja. Desde sus tarjetas de presentación hasta su boletín informativo. la imagen institucional ofrece al espectador un concepto, el cual se define a partir de aspectos como la diagramación, el color, los tipos de letra y el uso de símbolos especifocos (Serio, formal, informal, juvenil, infantil, jovial, fresco, etc., o una combinación de estos). De acuerdo a Newark (2,002) este es el aspecto del diseño gráfico que hace direfente a una empresa de otra.

ELEMENTOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

Logotipo

Se convierte con el paso del tiempo en un ícono que representa un concepto o una filosofía de trabajo, en la que deja de importar quién dirija o administre puesto que adquiere personalidad propia.

Requiere tiempo y esfuerzo de tipo mercadológico el lograr que el grupo objetivo identifique dicho símbolo con la institución a simple vista, pero todo da inicio con un logotipo apropiado.



Papel Membretado

Papel y/o sobre debidamente identificados bajo el mismo estilo de diseño del logotipo de la Institución, a fin de que sin importar a dónde se envíen documentos o correspondencia y ya sean muy importantes o cotidianos, llevarán la personalidad de la empresa dentro de sí.

Slogan

Es una frase o serie de palabras que pretenden resumir de manera creativa un concepto que se adecúa en ocasiones a la personalidad, a las actividades, a las raíces o cimientos de una marca, se emplean como complemento de comunicación y colaboran al posicionamiento de la misma en la mente del grupo objetivo.

Boletín

Un boletín es un documento informativo por naturaleza, lleva información de interés para los lectores. De acuerdo a lo publicado en www.banrep.gov.co/museo/esp/boletín#1 (2003), un boletín es un órgano de divulgación que debe estar acorde con los intereses, objetivos y políticas de la entidad que lo publica. Debe definirse como un servicio que entiende las necesidades informativas de su audiencia y busca satisfacerlas.

Un boletín debe llevar elementos de diseño que le aporten una personalidad propia, que lo hagan fácilmente reconocible y que den una secuencia lógica para el lector:

- * Portada: Es el rostro del boletín aunque tenga variaciones gráficas en cada edición, debe conservar un estilo que lo identifique.
- * Nombre: Esta llegará a convertirse en la marca del boletín y será reconocido por su nombre.
- * Fecha/Número de edición: Un boletín puede perdurar en el tiempo y se presta para ser coleccionable, por lo que vale la pena identificar estos datos para efectos de futuras consultas.
- * Numeración de página: Cuando es más de un folio para que el lector no pierda la secuencia.
- * Pie de foto: Cuando es necesario identificar a quienes aparecen en la fotografía o dar crédito al autor de la misma.
- * Titulares: Un boletín puede contener tanta información como sea necesario y por la variedad de formatos que caben en una página, es necesario identificar cada tema, noticia o reportaje con titulares en tamaños y tipografías apropiadas para que oriente al lector.



DIAGRAMACIÓN

Es la distribución de una serie de elementos dentro de un espacio bidimensional preestablecido, las cuales deben cumplir con ciertos elementos estéticos como el equilibrio, el ritmo, el juego del color, etc.

Además de ello, es importante seleccionar y organizar los elementos como contenido, tipografía, fotografía o ilustración partiendo de la interrelación armónica que deberá existir entre los mismos.

“En la diagramación, el contenido, las palabras y las imágenes son la razón de trabajo” (Eva Díaz, 1989). De acuerdo a lo anterior, el diseñador gráfico debe determinar el estilo que pretende dar a su diagramación, tomar luego los elementos, analizarlos y sintetizarlos si fuere necesario y proyectarlos en el espacio designado buscando integrarlos armónicamente.

En el campo de la diagramación hay aspectos que requieren amplia atención y cuidado para garantizar el éxito de un trabajo:

El Formato

Es el espacio determinado para distribuir los elementos de diseño gráfico que serán incluidos en

la diagramación, el cual puede variar desde ser la etiqueta para un producto enlatado hasta un desplegable de grandes proporciones como los mapas de rutas transnacionales.

Retícula

El formato puede dividirse en muchas partes iguales, como una especie de cuadrícula que secciona uniformemente el espacio de trabajo y establece una guía de ubicación para los elementos o secciones de manera que sea visualmente ordenado y agradable (Quentin Newark, 2002).

Troqueles y dobleces

Se utilizan para agregar atractivo a un material o bien para diferenciar áreas de contenido. El troquel es el corte que da forma al material ya sea en su contorno o en su interior para crear un efecto visual diferente.

El doblez, separa páginas, genera volúmenes, reduce tamaños para mayor comodidad o para introducir al observador de manera paulatina a un contenido o punto específico lo que genere memorabilidad.



Desplegables

Estos son formatos que por su amplio tamaño requieren de una serie de dobleces para hacerlos manejables y portátiles, aunque requieran desplegarse para poder ser utilizados.

FOTOGRAFÍA

La fotografía es un medio clásico de comunicación visual, el cual ha sido aprovechado ampliamente por el diseño gráfico. Además de ser un elemento de apoyo dentro de una diagramación, cada fotografía contiene y ofrece un mensaje propio que refuerza o estimula el mensaje que el diseño gráfico en sí mismo pretende transmitir.



Cada fotografía es el resultado de un estudio previo a la toma en el que se involucra un encuadre, equilibrio, iluminación, contraste y ritmo además de otros aspectos técnicos propios de esta rama del diseño. Una fotografía plasma la realidad, más aún en esta época en que la tecnología utilizada para la elaboración del equipo fotográfico, de películas y revelado es tan meticulosa y especializada que ofrece todas las posibilidades que puedan venir a la mente creativa del fotógrafo.

PELÍCULA 35MM

Es la película más usada, la tradicional. Ofrece alta calidad de definición y permite hacer impresiones en diferentes tamaños.

OTROS FORMATOS

El formato 120mm y transparencia son los más conocidos después de la película de 35mm aunque son menos utilizados. Su funcionalidad específica hace que estas películas sean seleccionadas cuando se requiere una definición muy fina o cuando serán utilizadas para proyección respectivamente.



FOTOGRAFÍA DIGITAL

Actualmente, la fotografía digital ha adquirido también una gran importancia en este campo, ya que acelera de manera incalculable el proceso y se obtienen resultados inmediatos. La fotografía digital, permite repetir las tomas la cantidad de veces que sea necesario hasta que el resultado sea el que el fotógrafo desea, pues a través de la pequeña pantalla de LCD con que las cámaras digitales cuentan, se puede ver el resultado de cada exposición teniendo así la oportunidad de corregir posibles imperfecciones de luz, encuadre, etc.

RETOQUE

Antiguamente, los fotógrafos retocaban las fotografías, mediante la modificación del negativo (borrar lunares, quemar más el negativo, etc) o teniendo la foto ya impresa con el uso de aerógrafo y algunos otros instrumentos.

Actualmente, una fotografía puede ser retocada por computadora ya sea para igualarla aún más a la realidad o para modificar en ella sus cualidades agregándole efectos visuales irreales pero

atractivos. Con el surgimiento del escáner, cualquier imagen puede ser digitalizada y modificada en la computadora. Con la fotografía digital es aún más fácil pues ya no es necesario el escáner, de la cámara, las fotografías pasan directamente a la computadora para trabajarlas o imprimirlas.

EFFECTOS VISUALES

Los efectos visuales, dan a la vista una sensación distinta a la realidad y dependiendo de su tipo, se usa para acentuar o aminorar la presencia de un elemento dentro de la diagramación. Existen muchos y diversos tipos de efectos visuales que años atrás representaban mucho tiempo de arduo trabajo manual y por tanto obras artísticas complejas, actualmente, los efectos visuales son una sencilla herramienta que el diseñador gráfico tiene a su alcance en la computadora. Con un poco de imaginación y un par de horas de trabajo habrá obtenido resultados impresionantes en lo que a efectos visuales se refiere.

Dentro de los efectos visuales más sencillos y más utilizados encontramos los siguientes:



Degradación del color a pantalla

Básicamente baja los niveles de intensidad de la saturación para ofrecer una presencia insinuada de la imagen. Usualmente empleado para fondos (Fig. 1).



Fig. 1

Distorsión

A lo ancho, simulando ojo de pescado, olas, viento, etc., la distorsión es empleada muy a menudo dentro del diseño gráfico cuando se pretende exagerar la realidad (Fig. 2).



Fig. 2

Perspectiva

Ofrece un punto de vista distinto de un mismo objeto, ensanchando uno o varios de sus extremos

para conseguir una versión distinta de algo que en condiciones normales no se ve así (Fig. 3).



Fig. 3

COLOR

Es un elemento muy importante para el diseño gráfico, generalmente acentúa el atractivo visual cuando está presente. Así mismo debe cuidarse mucho el juego de la gama de colores dentro de un mismo espacio, su combinación adecuada puede tener tan buenos resultados, como pésimos un mal juego de color.

El ser humano se deleita ante el color, este es tan vital para los ojos como la luz misma. "Qué sensación tan grata la de ver en un día gris los rayos del sol iluminar determinada porción del paisaje y destacar en ella los colores" (Goethe, J. 1999). El color produce en el observador una experiencia profunda a la que incluso se le han atribuido virtudes curativas para los males del alma.



El ojo humano está presto a producir color en todo momento, de modo que cuando los objetos externos le ofrecen el estímulo necesario para ello, lo encuentra gratificante. El hombre a lo largo del tiempo ha relacionado cualidades y significados a los colores; además de ello, de manera natural, los colores determinan estados de ánimo bien definidos.

Amarillo

Cuando se presenta en toda su pureza y con toda su energía, es asociado a conceptos como alegre, risueño, magnificencia y nobleza (amarillo oro), grato, reconfortante, iluminación, actividad, calidez (Fig. 4).



Fig. 4

Azul

Completamente opuesto al amarillo, el azul en toda su pureza causa un efecto de vasta serenidad, atrae a la vista a seguirlo y a la vez da la impresión de frío y lejanía (Fig. 5).



Fig. 5

Rojo

Este color sublima la gracia y la dignidad, ofrece a la vista sensaciones tan opuestas que van de lo cursi a lo malvado. Es un color tan radical que muestra distinta personalidad de acuerdo a su contexto (Fig. 6).



Fig. 6

Verde

La vista encuentra en el verde una satisfacción real, este muestra simplicidad que calma a la vista de tal modo que no pretende ir más allá de lo que percibe en dicho color (Fig. 7).

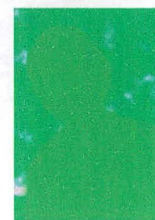


Fig. 7

SÍMBOLOS E ÍCONOS

Desde la época de las cavernas, los símbolos ha sido usados para hacer referencia a otros elementos tanto tangibles como abstractos. Estos pueden ser icónicos o no icónicos y la diferencia entre



ambos es sencilla. Los símbolos icónicos son una imagen simple, universal y fácilmente reconocible de algo o alguien que han adquirido reconocimiento a través del tiempo.

Los símbolos no icónicos han adquirido un significado específico en un contexto específico que no hacen referencia fácil a algo o alguien con sólo verlos.

El diseñador gráfico emplea uno o varios elementos para construir un símbolo gráfico, basándose en el conocimiento de que dichos elementos en conjunto representarán algo significativo para su grupo objetivo.

CARTOGRAFÍA

La Cartografía puede definirse como el arte, ciencia y tecnología que intervienen en la elaboración de los mapas y cartas de la Tierra y otros cuerpos celestes. (Arthur Robinson, Randall Sale y Joel Morrison)

Se clasifica en función de la presentación de los productos cartográficos en mapas y cartas, que según indica el Instituto Geográfico Nacional de Guatemala (2,001) se pueden definir de la siguiente manera:

CARTA

Es la representación de una porción de la superficie de la Tierra a la que se ha agregado cierta información técnica de gran utilidad para la navegación.

MAPA

Es la representación gráfica de la realidad, es la imagen plana de una parte mayor o menor de la superficie terrestre.

LOS MAPAS A TRAVÉS DE LA HISTORIA

La palabra mapa viene del latín "mappa" que significa Tella, porque los mapas medievales los pintaban en tela. Durante miles de años se usaron bocetos de mapas garabateados en el suelo. El Mapa más antiguo que se conoce fue grabado en una tableta de arcilla cerca de 2,300 antes de Cristo. Marca los límites de campos, un río y montañas, dibujadas en forma de escamas de pez.

El primer gran cartógrafo fue Tolomeo, un astrónomo y geógrafo griego del siglo II. Hacía mapas



en diferentes escalas y fue quien sugirió que los mapas odrían dar información sobre el clima, población y características del paisaje, ese es en realidad el origen de los mapas pictóricos.

En la Edad Media, era creencia popular, que el mundo era plano y que si alguien navegaba mar adentro, podría llegar al borde y caer. Navegantes como Cristóbal Colón y Hernando de Magallanes en sus exploraciones recopilaron información importante para los cartógrafos europeos sobre los países que no estaban en aquel continente.

Cuando se inventaron los globos aerostáticos, en la década de 1,780 y los aviones de reacción en el siglo XX, se pudo tener una vista del mundo en vuelo de pájaro, lo cual ayudó a hacer mapas más precisos.

En la actualidad, las fotografías aéreas y satelitales y las computadoras permiten hacer mapas más precisos a gran velocidad.

Los cartógrafos se sirven del trabajo de los "agrimensores" que usando procedimientos apropiados, miden y registran la posición de las cosas y la forma de la superficie de la Tierra

De un mapa podemos encontrar variaciones acordes a las necesidades que estos pretendan cubrir. Así encontramos los mapas topográficos y los mapas temáticos, estos últimos están basados en los topográficos.

MAPA CODIFICADO

Estos están codificados en discos compactos y pueden verse en una pantalla en los automóviles. El conductor marca un código para el viaje y la computadora de abordó selecciona la ruta más corta, evitando congestiones por tránsito y obras.

MAPA PICTÓRICO

Es un tipo de mapa temático que además proporciona imágenes fácilmente reconocidas por el espectador, las cuales le permiten ubicarse en un determinado espacio de manera sencilla y sobretodo, amena.

Este se apega a características reales en cuanto a su contenido, más no así en cuanto a proporciones y formas, se vale de recursos como la ilustración y la caricatura para exagerar detalles que interesa resaltar.



MÉTODOS DE IMPRESIÓN

De acuerdo a la información proorcionada por la Srita. Alma Cacheo (2,003), directora del Departamento de Tráfico de una reconocida agencia de publicidad en Guatemala, los métodos de impresión se clasifican según su tecnica y los materiales en que imprimen:

LITOGRAFÍA, impresión en papel de diferentes grosores y texturas, detalle fino y puede complementarse con acabados como barniz o plastificado.

SERIGRAFÍA, impresión en tela o viniles hecha con bastidores de seda metálica. Es un proceso más lento ya que cada color aplicado debe secarse previo a la aplicación del siguiente. Actualmente el bordado por computadora y la impresión digital han reemplazado este sistema aunque aún tiene su mercado.

FLEXOGRAFÍA, impresión en plástico (nylon). En Guatemala aún se imprime solamente en colores planos lo que limita un poco la creatividad de los diseños para impresión e este material.

IMPRESIÓN DIGITAL, es lo más reciente en el tema de impresión, se usa mucho para la impresión de mantas o lonas vinílicas de grandes dimensiones (vallas).

PAPEL

En esta época es posible imaginar el tipo de papel que se desea y encontrarlo. Existen de todo tipo de textura, densidad, nivel de transparencia, tamaño de pliegos, etc.

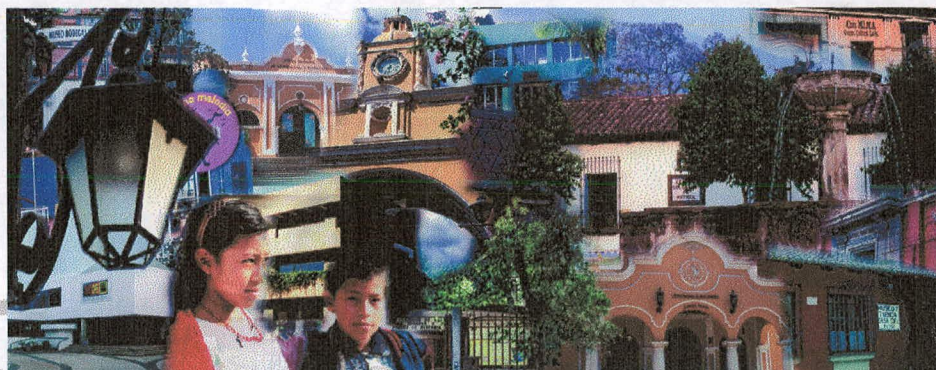
La forma más sencilla de describir un tipo de papel es dando el nombre que lo identifica y el calibre, esto último indica si es papel o cartulina, cuya diferencia radica básicamente en su densidad (Newark, 2,002).

Si nos referimos como ejemplo al papel Bond 80g. estamos hablando quizá del papel más conocido, pero incluso bajo esa descripción se puede encontrar con distintos niveles de "blancura", el más corriente de este tipo, se ve amarillento, todo lo opuesto al que tiene un 90% de blancura. Para el resultado final de impresión esto sí hace diferencia, por lo que es importante especificar claramente el tipo de papel que garantice un acabado profesional de alta calidad.



MUSEOS

DE GUATEMALA



DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

4. DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

4.1 PERFIL DEMOGRÁFICO

Hombres y mujeres de 17 a 45 años de edad, de nacionalidad guatemalteca. Nivel socioeconómico B, C, D, que viven en el área central del país. Suelen hacer viajes cortos dentro del país por diversión familiar. Generalmente los más jóvenes dentro de este rango de edades, buscan trabajos complementarios a sus estudios para asegurar un ingreso adicional para su familia o para ellos mismos. La mayoría de ellos tienen hijos y en muchos casos la madre se dedica a su cuidado, combinando esta actividad con algún tipo de comercio informal (ventas por catálogo, servicios domésticos)

En el caso de los padres de familia, en general poseen un empleo de rango jerárquico medio-bajo para el sustento de la familia por lo que comparten poco tiempo o menor de lo que la madre lo hace con los hijos.

Los hijos menores de edad desempeñan el rol de estudiantes en colegios privados medianos y pequeños y un cierto número de esta población asiste a escuelas públicas.

En general el grupo al que se dirigirá este proyecto busca ahorro en todo tipo de consumo (vestuario, alimento, medicina, transporte y diversión) puesto que sus salarios van de acuerdo al consumo mínimo

requerido para lo indispensable en el hogar (De La Riva Investigaciones, 2003)

4.2 PERFIL PSICOGRÁFICO

Valoran a la familia y el tiempo que comparten juntos, buscan entretenimiento sano para sus hijos y desconocen la existencia de muchos de los museos de Guatemala y Antigua Guatemala, en otros casos saben que los museos están allí, pero pasan en horas inhábiles por que consideran que nunca los abren.

Muchos otros sencillamente no sospechan que dentro de un museo puede haber muchas horas de entretenimiento y mucho que "curiosear" y por ello no piensan en tomarse unas horas del fin de semana para visitar un museo con la familia.

En el caso de los más jóvenes, consideran que son sitios para investigar y no para entretenerse, ignoran la gran variedad de opciones de museos con que cuenta Guatemala, sus ubicaciones y las actividades adicionales que una entidad de estas desarrolla en pro de una comunidad.



5. CONCEPTUALIZACION

MUSEOS
DE GUATEMALA

5.1 DEFINICIÓN DEL CONCEPTO CENTRAL

Se inició la búsqueda del concepto central, teniendo en mente que debe ser un concepto tan universal que sin importar la edad o el nivel socioeconómico tenga el mismo valor y significado.

Originalmente, el concepto fue “Ven y descubre un patrimonio que te pertenece”, pero la palabra “patrimonio” podría complicar el mensaje y por otro lado, no se decía de qué lugar se habla “Ven y descubre...” pero no dice qué descubrir ni en dónde.

Posteriormente se buscaron sinónimos de “paseo” “entretenimiento y diversión” y se encontró que los guatemaltecos usamos mucho expresiones como “Me fui a dar una vuelta” “tengo que hacer unas vueltas”. Por lo que “vuelta” parecía ser el término apropiado.

“La AMG te invita a dar una vuelta”, sonaba muy frío y nadie sabe aún quien es la AMG. “Vamos a dar una vuelta a los museos”, este ya es el concepto que finalmente se utilizó pero era necesario redactarlo de una forma más amistosa y como si fuese una invitación de parte de alguien más, pues se sabe que el interés propio por visitar un museo en los guatemaltecos es muy reducido.

“Date una vuelta por los museos”

Más que la frase, el concepto que hay detrás de que de que la AMG invite de una manera “trascendente” al grupo objetivo, pretende impulsarlo a visitar alguno de los 29 museos ubicados en Guatemala (capital) y Antigua Guatemala y así dar inicio a una nueva cultura de entretenimiento sano e internalización del patrimonio cultural.

Se planteó este concepto, tomando como referencia la frase del Arquitecto Maza “Date una vuelta por el centro” porque se pretende crear un material atractivo, que sea fácil de entender por sí mismo y que de alguna manera muestre que los museos no son sólo espacios donde se guardan reliquias empolvadas sino lugares donde satisfacer la curiosidad y entretenerse. Para esto se requiere un material más creativo y trascendente que un volante o un folleto, por ejemplo. Se requiere de una invitación que sea memorable.

Por tratarse de una asociación de museos quien invita, se deberá presentar mucha información (29 museos) la cual debe ofrecerse en el mismo material para que no implique que el perceptor deba



hacer esfuerzos adicionales para enterarse y decidirse a ir a alguno de los museos, de ser posible, se proveerá incluso información sobre transporte y sugerencias que faciliten la decisión de visita.

Para llegar a dicho punto, la AMG contará con identidad gráfica propia y apoyo de otras instituciones, posiblemente privadas en el aspecto económico y gubernamentales en cuanto a respaldo para realizar un proyecto de este tipo.

5.2 CONCEPTOS COMPLEMENTARIOS

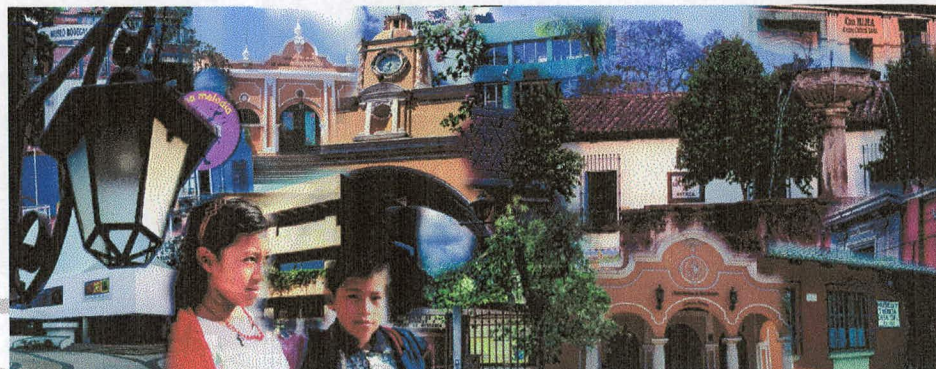
“Tú eres parte de este tesoro cultural, ven a descubrirlo”

Debe identificar a quien lo vea, como un movimiento local, nacional, en el que no hay nada en idiomas extranjeros que pudiera hacerlos sentir fuera de lugar. Esto lograría un mayor interés por parte de la persona, puesto que irá a conocer algo que es suyo y le pertenece por el solo hecho de ser guatemalteco.



MUSEOS

DE GUATEMALA



CONTENIDOS DEL MATERIAL

6. CONTENIDOS DEL MATERIAL GRÁFICO

Inicialmente se desarrollará la imagen institucional de la AMG, que se constituirá de piezas clave que una entidad como esta requiere para su desempeño cotidiano:

- Logotipo
- Hoja membretada
- Tarjeta de presentación
- Layout para presentaciones multimedia (Power Point:) página (s) master para que sirvan de backgrounds en presentaciones para patrocinadores o entidades interesadas.

Con estos elementos terminados, se diseñará el material que funcionará como una invitación para el público objetivo a acercarse a los museos de Guatemala:

- El primero de una serie, cuyo número deberá definir la AMG según su conveniencia, de Mapas pictóricos desplegables: Contendrá imágenes de los 29 museos de Guatemala y Antigua Guatemala inscritos en la AMG; indicaciones generales de acceso a cada uno de ellos; datos como dirección exacta, horarios y tema de cada museo; indicaciones de transporte público; sugerencias para facilitar la visita.

- Primera edición y layout Boletín informativo trimestral: contendrá varias secciones como entrevistas, actividades, exposiciones itinerantes, el museo del mes, noticias de los miembros de la AMG, sección para museólogos, libros, cusos, etc.

6.1 PERSONALIDAD DE LA INFORMACIÓN

De la Imagen institucional

Deberá presentarse como una entidad seria y responsable sin dejar de mostrar un aire jovial pues se quiere revertir la percepción de que los museos son espacios aburridos y pasados de moda.

Deberá buscarse elementos gráficos que muestren a la AMG como una institución Guatemalteca sin caer en algo complejo o caro de producir.

De la Comunicación al público objetivo

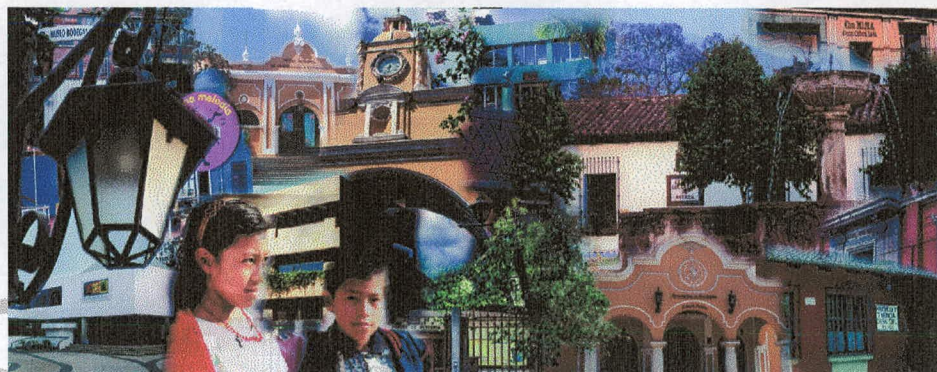
Esta deberá incluir como carta de referencia el logotipo de la AMG, debe ofrecer información clara, comprensible incluso de manera visual.

Su personalidad será cordial, amigable y entretenida, buscando no pasar desapercibida al grupo objetivo.



MUSEOS

DE GUATEMALA



MEDIOS Y DISTRIBUCIÓN

7. MEDIOS A UTILIZAR Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN

7.1 MEDIOS A UTILIZAR

BOLETÍN "A PUERTAS ABIERTAS"

Se publicará una edición cada trimestre, tomando un mes para su distribución a nivel nacional en cada uno de los museos del país que pertenecen a la AMG. Esta cantidad deberá ser suficiente para regalar a los visitantes de cada museo durante los dos meses subsiguientes previos a la nueva edición.

Se cuenta con dos meses y medio para el desarrollo de cada edición incluyendo el tiempo de impresión, los 15 días restantes serán para coordinar cantidades por museo y envíos a partir del día 16.

MAPA PICTÓRICO

Su desarrollo requiere de meticulosa recopilación de información y largo proceso de revisión y aprobación, por lo que se recomienda desarrollar un mapa por año, proceso que debiera renovarse constantemente para mantener actualizada la información de los mapas.

Esto significa que al terminar la ronda de mapas por área geográfica, será necesario hacer una actualización del primer mapa para incluir nuevos museos, cambios de dirección, etc.

El primer mapa abarca la región central, el segundo debiera abarcar Sur- Occidente, el tercero, Nor- Oriente y el cuarto Petén (si se considera que hay suficiente número de museos como para hacer un mapa).

7.2 IMPLEMENTACIÓN

El proyecto propone la impresión de 200,000 mapas pictóricos en una primera etapa a distribuirse de siguiente manera:

Se propone una mecánica promocional de distribución auspiciada por diez marcas guatemaltecas, cuyo aporte será específicamente económico bajo el ofrecimiento de publicar su marca en todas las publicaciones patrocinadas.

MECÁNICA

Se programarán 4 oleadas de distribución a lo largo de un año repartiendo 48,000 mapas en cada una. En un medio masivo impreso, se publicará una serie de anuncio (robapágina, full color) que indicará que al presentar en "x" ubicación un producto de alguna de las marcas patrocinadoras, la persona obtendrá gratis un mapa.



De acuerdo al estimado de inversión, cada uno de los 10 patrocinadores aportaría US\$7,000.00 apadrinando así todo el año que dura el proyecto e incluye el mapa, publicaciones en prensa y 4 ediciones del boletín A PUERTAS ABIERTAS.

De este último, se propone la impresión de 4,500 unidades de cada edición, para repartirlas en los museos del país que la AMG considere apropiados y que a través de los mismos se lleve a cabo su distribución al lector final. Estos se distribuirán mediante la mecánica "Tome uno" y no tendrán costo para el visitante.

CRONOGRAMA

En la siguiente página, se detalla la implementación del proyecto en un cronograma que incluye datos de estacionalidad, cantidades e inversión.

Se propone que la implementación de inicio en octubre por ser la época en que dan inicio las vacaciones de los estudiantes y tanto padres como hijos buscan actividades que realizar. Así mismo, en febrero, las clases dan inicio ya con toda formalidad

y se puede aprovechar el proyecto a través de las instituciones educativas.

La siguiente temporada abarca todo el mes de mayo pues el 18 del mismo, es el día internacional de los museos y puede combinarse con la celebración de esa actividad.

La temporada subsecuente de distribución, sería la última del año, propuesta en esa fecha para mantener intervalos similares y fortalecer de esta forma la presencia del concepto en la mente del grupo objetivo.

Se propone que se hagan publicaciones en prensa en temporadas traslapadas con la distribución para dar oportunidad a que el público se entere previo a iniciar la distribución. Y distribuir el boletín en el mes siguiente para que el mismo recurso humano cubra ambas tareas y que el boletín incluya noticias sobre la recién terminada distribución de mapas.



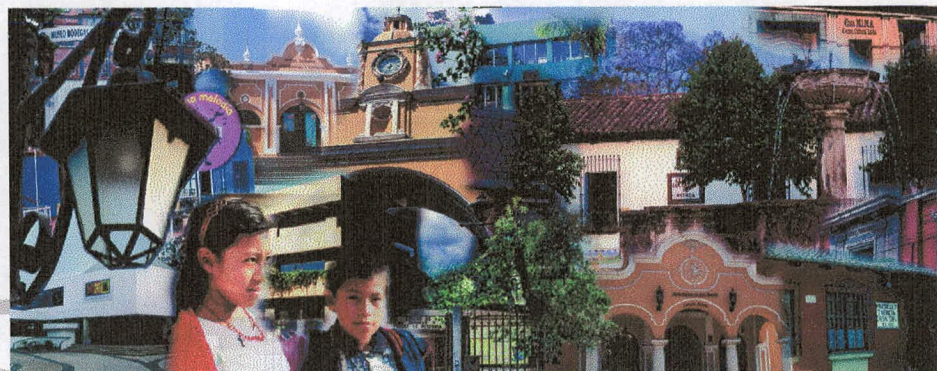
GANT DEL CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO OCTUBRE 2003-SEPTIEMBRE 2004																																																									
MES	OCT				NOV				DIC				ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN				JUL				AGO				SEP				TOTAL								
SEMANA	1	6	13	20	27	3	10	17	24	1	6	13	20	27	3	10	17	24	1	6	13	20	27	3	10	17	24	1	6	13	20	27	3	10	17	24	1	6	13	20	27	3	10	17	24												
MAPA																																																									
Área distribución	Central																Sur-Occid												Nor-Orien												Nor-Orien																
Cantidad	48,000																48,000																								48,000																
Uso AMG																																																									
Cantidad	2,000																																																								
Total	50,000																48,000																												48,000												200,000
Inversión	Q.265,800																																																								Q. 265,800
BOLETÍN																																																									
Área distribución					Nacional																Nacional												Nacional												Nacional												
Cantidad					4,200																4,200												4,200												4,200												
Uso AMG																																																									
Cantidad					300																300												300												300												
Total					4,500																4,500												4,500												4,500								18,000				
Inversión					Q. 1,960																Q. 1,960												Q. 1,960												Q. 1,960								Q. 7,840				
PRENSA																																																									
Apoyo a distrib. mapa																																																									
Publicaciones p/s	2	1	1	1	2											2	1	1	2								2	1	1	1	2															27											
Cobertura	Nacional																Nacional												Nacional												Nacional																
Edición	1/Año 2,003																1/Año 2,004												2/Año 2,004												3/Año 2,004																
Inversión	Q. 75,936																Q. 65,088												Q. 75,936												Q. 75,936								Q. 292,896								
GRAN TOTAL																																															Q. 566,536										



MUSEOS

DE GUATEMALA



BOCETAJE

8. BOCETAJE

MUSEOS
DE GUATEMALA

Se presenta la primera fase de bocetaje de logotipo (Figs. 1 al 5), en la cual se emplea como base el uso de las iniciales de la Asociación de Museos de Guatemala aunque no se define claramente un concepto, una línea gráfica o una unidad en cuanto a color. Todas las opciones se descartan por las razones que se detalla junto a cada uno de los bocetos:



Fig. 1

No es una asociación de apoyo comunitario, no refleja relación a patrimonio cultural.



Fig. 2

Tipografía y colores no acordes a la personalidad de la AMG.



Fig. 3

Grafismo mal logrado y no muestra el concepto de la AMG.



Fig. 4

Demasiado simple.



Fig. 5

Es la opción con más posibilidades aunque no usa más grafismos que la tipografía y estas iniciales aún no son reconocidas por el grupo objetivo

Además, no se incluye ningún símbolo representativo de Guatemala o de los museos y la combinación de tipografías aún no es óptima.

Para iniciar nuevamente el proceso, se parte de que la AMG como sus siglas lo indican, cuenta con todo tipo de museos afiliados, cada uno enfocado en un tema específico. En la búsqueda de un símbolo que los unifique y los represente a todos equitativamente, se concluye que el denominador común de mayor valor es que son guatemaltecos. Se toma al "Quetzal" como el elemento que representará dicha condición y se retoma el proceso utilizándolo dentro del diseño (Figs. 6)



Fig. 6

Ambas propuestas siguen la misma línea, pero el tipo de ilustración no concuerda con el tipo de entidad para la que se está trabajando.

Se selecciona un estilo con líneas más delgadas pues demuestra una personalidad es más seria y acorde a lo que se pretende reflejar aunque aún tiene inconvenientes (Figs. 7 a 9)



Fig. 7

No denota fortaleza por ser todo línea delgada.



Fig. 8

Este boceto ya se aproxima al estilo serio que se busca

para la asociación, aunque las proporciones del ave de acuerdo a los cánones de dibujo, muestran un personaje infantil por tener la cabeza muy grande y el ojo muy cercano al pico.



Fig. 9

Acá ya se modificó el grafismo del Quetzal y se prueban tipografías y encuadres, ahora parece faltarle movimiento.

LOGOTIPO FINAL

Una vez modificado el grafismo, se busca un tipo de letra apropiado, que sea suficientemente legible pero no tan rígido como el propuesto en las dos anteriores opciones.

Este logo aprobado, se empezó a utilizar inmediatamente por la AMG en sus publicaciones de prensa y correspondencia interna como e-mails, memos, etc. de manera informal, es decir, se entregó al cliente un archivo en resolución media y un jpg, el primero fue para uso en prensa y el segundo lo colocaban ellos en sus documentos aún sin lineamientos de diagramación.

La propuesta final está lista, su tipografía tiene ritmo y movimiento, el grafismo adquirió una personalidad seria y amigable al mismo tiempo. La combinación de colores conota formalidad, nacionalismo y confianza (Fig. 10)



Fig. 10

PAPEL MEMBRETADO

Con el logo terminado se trabajaron varias propuestas para papel membretado y tarjeta de presentación (Figs. 11-13).

De las opciones de papel se aprobó la identificada como Fig. 13 por mostrarse más moderna, con más imponencia por su estilo y sus colores. A partir de estos materiales se empieza a plicar los colores Pantone Azul Reflex U y 368 U (verde) para lo relacionado con estos elementos.

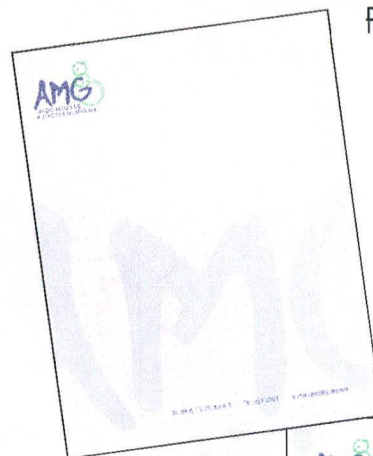


Fig. 11



Fig. 12

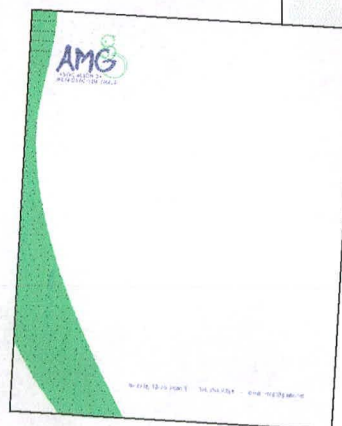


Fig. 13



TARJETA DE PRESENTACIÓN

En este caso se siguió todo el proceso en paralelo al diseño de papel membretado pues se busca guardar unidad de diseño (Figs. 14 y 15)



Fig. 14



Fig. 15

En consecuencia, se diseñó varias opciones acordes al diseño de papel membretado seleccionado con diferente diagramación buscando hacerla más dinámica.

Finalmente, se seleccionó la versión más tradicional puesto que las preliminares discordaban con las normas establecidas para un material como éste, el cual por su pequeño formato no deja muchas opciones al colocar los elementos de maneras poco tradicionales (Fig. 16).



Fig. 16

EL MAPA

Finalmente se inició el la etapa de diseño del mapa, se siguió un largo proceso que dio inicio con la selección del formato, con el cual se buscaba facilitar al usuario la manipulación y transporte de dicha pieza.

El formato para el mapa

Las opciones tamaño pliego ofrecen la ventaja de amplia y detallada información sobre calles y avenidas de acceso a los puntos de interés, espacio suficiente para tamaños de letra claramente legibles y amplio retiro para datos adicionales. Pero a su vez, tienen las desventajas de dificultad en el dobléz, por la cantidad de dobleces debe imprimirse en papeles livianos que son de más fácil deterioro, no es posible abrirlo dentro de un bus urbano en movimiento por ejemplo ya que su tamaño no lo permite y nuestro grupo objetivo es en alto porcentaje usuario de dicho transporte.

Se definió que el tamaño apropiado para no restar legibilidad es no más grande de tabloide (17"x11") con sus respectivos dobleces para que al llevarlo se reduzca.

Los Dobleces

El proceso de definición de los dobleces implicó la revisión de mapas de carretera, mapas de parques temáticos y de otras ciudades como referencia para establecer los dobleces más convenientes.

La primera prueba se hizo siguiendo el tipo de dobléz de los mapas de carretera que generalmente divide en 8 partes verticales y 3 horizontales, la prueba se hizo con 4 y dos respectivamente. Esto no simplificaba relevantemente la manipulación ni era creativamente atractivo (Ref. 1).

Ref. 1



La segunda prueba se hizo combinando dobleces verticales, diagonales y horizontales. Parecía ser más creativo, pero la dificultad para encontrar la

forma de cerrarlo seguía siendo un defecto (Ref. 2). A partir de este momento surge la intención de hacer un doblez que no necesite analizar los dobleces para poder guardarlo.

Ref. 2

Así se llegó a la tercera opción, que era hacerlo tipo acordeón, sólo con dobleces verticales (Ref. 3). El defecto en este caso era que se deterioraría muy rápido al llevarlo cerrado, puesto que el formato queda muy largo y por sentido común el usuario recurriría a doblarlo en dos, cayendo de nuevo en la primera opción.

Ref. 3

La versión final del doblez surgió haciendo dos dobleces que formaran una equis en el papel y uno vertical en la parte central que llevara los extremos centrales hacia el interior. Para reducir el alto se doblaron los picos de los extremos superior e inferior hacia el interior. Esto dio como resultado un doblez que podía desdoblarse tan sencillo como si fuese un bifoliar y cerrarse de igual manera (Ref. 4).

Ref. 4

Posteriormente, por estética e interés en mejorar del diseño de los dobleces, se corrieron dobleces diagonales algunas pulgadas en dirección al centro del formato, lo cual hizo más horizontal el formato cerrado y evitó que las esquinas que van dobladas hacia adentro interfirieran unas con otras y dificultasen la manipulación del mapa (Ref. 5). El inconveniente en este punto es que el exterior por el tipo de dobleces no es muy estético, ni tiene



garantizada la comprensión de cómo abrirlo y cerrarlo. La mejor manera de resolver este aspecto, sería con una pieza de cartulina, con un doblez tipo bifoliar (Ref. 6), sobre la cual se pegan las partes externas del doblez y funcionará como portada y contraportada.

Ref. 5

Portada y contraportada

Esta va impresa solamente en la parte del tiro y gráficamente pretende hacer referencia a elementos arquitectónicos y culturales que se identifican con las localidades que el mapa cubre, en este caso Guatemala ciudad capital y Antigua Guatemala.

El Contenido interior

En definitiva debía incluir imágenes o símbolos que identificaran cada uno de los museos a presentar, información en texto sobre dirección exacta, teléfonos y datos similares, puntos básicos que sirvieran como referencia para ubicarse, información geográfica como zonas, calles y avenidas principales.

Representación de los museos

Tomando en cuenta la necesidad de identificar fácilmente las fachadas de los museos y especialmente de aquellos que están ubicados en lugares comerciales o zonas de poca circulación peatonal, se decidió tomar fotografías de las fachadas de cada uno de los 29 museos incluidos, por

Ref. 6



practicidad se tomaron fotografías digitales, de manera que se evitara el proceso de escaneo de las mismas. Se realizó un proceso de recorte y aplicación de efectos de distorsión a cada foto para integrarlos de una manera más amigable en el mapa.

Finalmente, se simplificó el contenido de cada fotografía, eliminando partes que no agregaran valor a la identificación que se buscaba en cada fachada, esto evita la saturación en las zonas de mayor concentración de museos. Además se colocó las fotos sobre una figura circular con borde rojo, esto unificó visualmente y ordenó la ubicación de todos los museos; por lo mismo, facilita la lectura o visualización para el usuario.

Símbolos de referencia

Se trabajaron ciertos símbolos en un estilo de dibujo semi-real con el fin de que el usuario del mapa encontrara puntos clave que le guíasen para ubicarse en el espacio y el estilo de dibujo pretende diferenciar estos elementos de las fachadas de los museos.

Posteriormente, se determinó un estilo más uniforme entre estos símbolos ya que unos eran más realistas que otros.

Calles, avenidas y vías de referencia

Por el tamaño del formato y la cantidad de museos concentrados en zonas específicas, se decidió no reticular todas las calles y avenidas, sino solamente las que dividen zonas o marcan vías de acceso hacia sectores principales. Si se hizo el ejercicio de reticular en específico la zona 1 y se descubrió que el espacio no era suficiente para que quedaran bien definidas todas las calles y colocadas sobre las mismas todas las fachadas de los museos que hay en esa zona.

Originalmente se trazaron dichas divisiones como simples líneas, luego buscando algo que diera efecto de distintos niveles visuales en cada zona, se aplicó un degradé leve que divide las zonas como piezas de rompecabezas y se trazaron líneas gruesas difuminadas en la misma intensidad de color para marcar calles o avenidas principales.



Identificación de las zonas

Utilizando distintos tipos de letra, con detalles de diseño como bordes de color o recuadros de fondo, se crearon opciones que pudieran identificar las zonas para colaborar a que el usuario reconozca la ubicación del museo que busca.

Debido a la saturación de elementos pequeños en el mapa, el color y las formas no uniformes, hacían ver la diagramación más desordenada en el formato, por lo que se optó por tomar como referencia el estilo de la señalización vial tradicional, letra simple en color blanco sobre un fondo sólido que garantiza la legibilidad.

División Guatemala y Antigua Guatemala

Se hizo una reducción no proporcional que representa la ruta de la capital hacia Antigua Guatemala y de igual manera, el área de esa localidad que concentra el mayor número de museos se reticuló originalmente y causó el mismo problema de visualización, por lo que se simplificó la colocación de cada uno de los elementos en un orden que identificara su ubicación guiándose con la entrada al pueblo y complementándose con la dirección exacta

que al igual que el resto de los museos, aparece escrita en el recuadro de información.

Literales y ombre de cada museo

Para estos también se seleccionó color y tipografía tomando como punto de partida que debían atraer a la vista e identificarse como referencia de búsqueda ya que cada una de las literales se encuentra en el recuadro informativo acompañada de datos útiles para realizar la visita a los museos.

Primero se intentó usar colores encendidos y tipografías gruesas, poniendo ambos elementos (literal y nombre) en el mismo color y estilo.

Después se definió que la literal sería el principal elemento de referencia y el nombre podía ponerse en menor tamaño sin permitir que llegara a perder la legibilidad, se escogió una tipografía gruesa en color blanco y para que sobre saliera se le colocó un borde azul ancho que la separara del fondo. Así se decidió colocar el nombre de cada museo en negro sobre una placa blanca semi transparente y en una tipografía sencilla toda en mayúsculas.



Recuadro informativo

Se trabajó una pleca transparente como fondo para que no se separara completamente del diseño del mapa y utilizando el mismo criterio, se empleó la tipografía que identifica a cada museo tanto en las literales como para los datos que se ofrecen en este espacio.

En relación a los datos, Aparece de nuevo el nombre de cada museo, la dirección, teléfonos y horarios en que los museos están abiertos ya que esto último es una de las debilidades de información de estas entidades.

Retiro

Por el formato y tipo de dobleces, quedan en el retiro dos franjas largas horizontales que originalmente se pensó dejarlas para los patrocinadores.

Posteriormente, se observó que el espacio era demasiado amplio para sólo colocar logotipos, ya que estos quedaban proporcionalmente muy grandes comparado con todos los elementos del interior que en sí son bastante pequeños.

Por lo anterior, se buscó otras opciones de información que se pudiera incluir en ese espacio y que pudieran aportar mayor valor al material, así se decidió usar una de las franjas para colocar rutas de autobuses urbanos que van a las zonas en donde hay museos y la otra franja contiene datos históricos interesantes sobre cada uno de los patrocinadores, lo cual incrementa el valor conceptual de la participación de cada una de las marcas en este proyecto.



Posteriormente se trabajó una retícula en papel calco la que sirvió de guía para armar el diseño en Photoshop (Fig. 17).

Luego se trabajó una primera opción en la cual se estableció el espacio y su respectiva división en zonas y sectores, pero el diseño era bidimensional (Fig. 18), no mostraba textura y resaltaba elementos a un plano superior, aún no se había colocado la fotografías de los museos.

Fue por eso que se empezó un nuevo diseño, que seguía el mismo esquema base, pero con detalles que lo hacían visualmente más atractivo, se ensayaron distintos estilos (Fig. 19) en cuanto a la identificación para cada museo, las zonas, la tipografía de la información en el cuadro, el estilo para dividir las áreas y se trabajó en ilustraciones para algunos elementos clave que ayudarán al usuario a ubicarse con mayor facilidad. En este boceto, ya se posicionan las fotografías de los museos en su sitio aproximado aunque aún no se les ha dado el tratamiento gráfico que las integre de mejor manera al estilo visual del mapa.

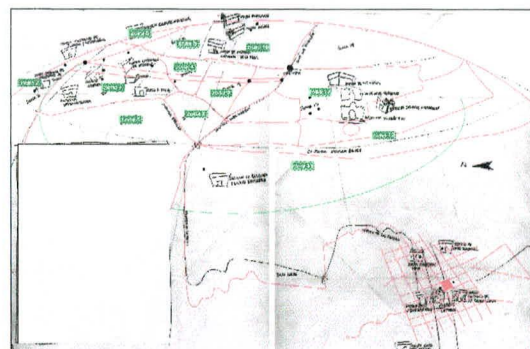


Fig. 17

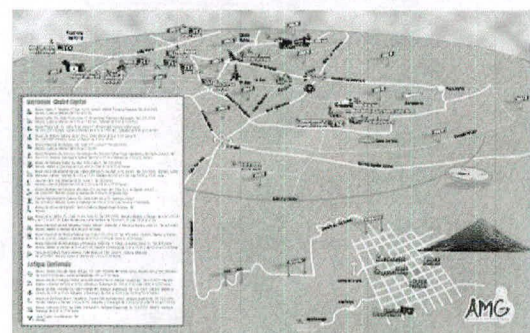


Fig. 18

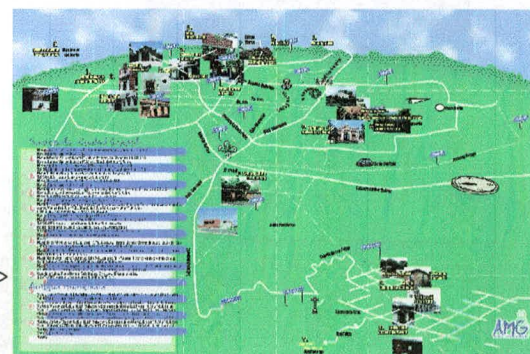


Fig. 19

Cada una de las fotos de las fachadas de los museos, fueron retocadas en Photoshop, recortadas y tratadas con efecto de perspectiva y/o distorsión para que adquiriesen un estilo más acorde al contexto del mapa pictórico.

La imagen identificada como Fig. 20, es la propuesta aprobada del mapa que ya sufrió considerables modificaciones en relación a la anterior (Fig. 19) y que aportaron mucho valor al mismo.

Por ejemplo la tonalidad de color, que se revisó en función de hacer ver un poco más formal el material.

Se modificó la tipografía ya que debido a la gran cantidad de información que era necesaria, debía reducirse en tamaño sin dejar de ser suficientemente clara para su fácil lectura.

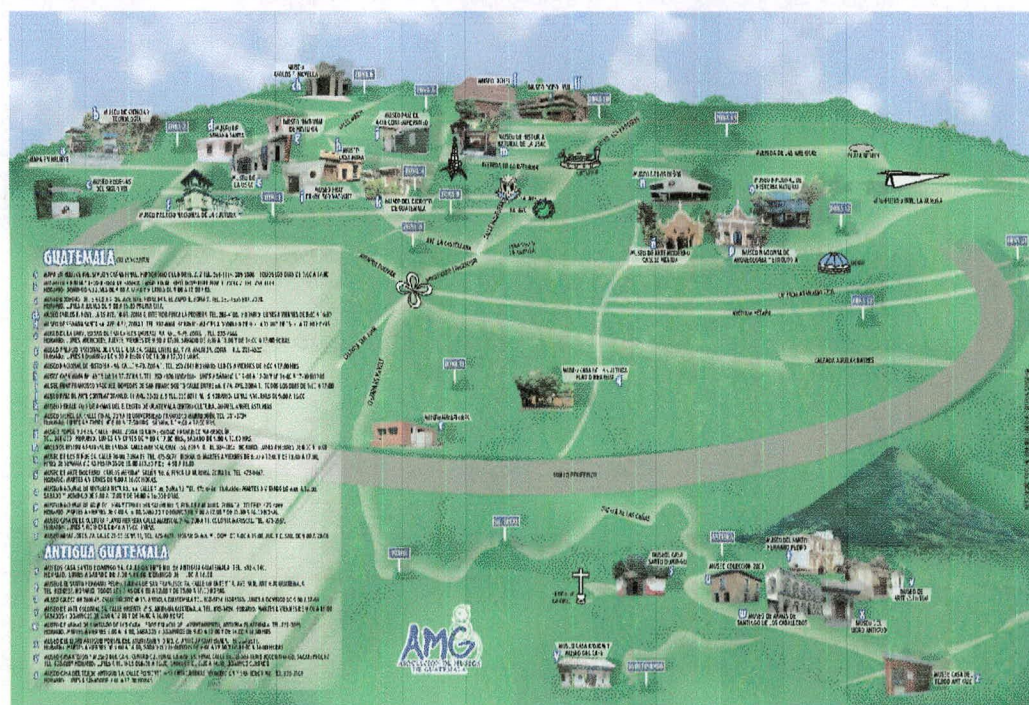


Fig. 20

PORTADA DEL MAPA

Este elemento en realidad, requirió cambios leves durante su proceso ya que se emplearon colores ya establecidos y un collage de fotografías que hablan por sí solas, transmitiendo el concepto que se pretende de una manera muy fácil.

El collage representa el gran cúmulo de información que el material encierra y por incluir imágenes de museos, de paisaje, gente y elementos particulares del entorno cultural del país, es fácil concluir el contenido (Fig. 21).

Fue necesario revisar las tonalidades de azul para hacerlo ver más formal, pues va representando a la Asociación de Museos de Guatemala.



Fig. 21

BOLETÍN

El formato del boletín será un folio 17"x11" con doblez para hacer 4 páginas en total.

Se inició el proceso de diseño trabajando varias opciones para la portada ya que eso definiría el estilo de las páginas restantes. La primera propuesta (Fig. 22) se hizo proponiendo que se llamará del modo genérico "Boletín AMG", pero posteriormente se analizó que la labor de atraer visitantes y "admiradores" es por sí sola una tarea difícil y más aún si el que se pretende que sea un enlace con estas personas aparenta ser "aburrido".

Fue por tal razón que se le puso el nombre "AMG a puertas abiertas", concepto que va más allá de ser un simple nombre y pretende decir al grupo objetivo que este medio es una entrada al mundo museístico, una forma transparente de la AMG de comunicarse con el público y con los mismos miembros de esta comunidad cultural. Se ensayaron varias opciones de logotipo (Fig. 23) para el boletín partiendo del elemento principal que era el logotipo de la Asociación de museos de Guatemala.



Fig. 22

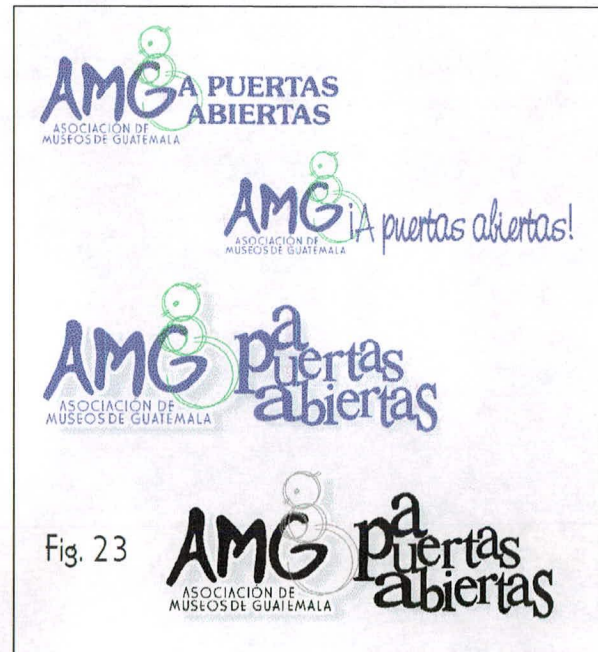


Fig. 23

Ya con el nombre, se hizo dos propuestas más de portada con distintos estilos de diagramación, una representa más el estilo de un pequeño periódico (Fig. 24) y la otra muestra un estilo más similar a portada de revista (Fig. 25).

Todas las opciones están hechas en full color aunque es necesario hacer la versión seleccionada en blanco y negro, ya sea para ser posteriormente impresa a un color especial o tal y como se aprecia en blanco y negro (Fig. 26)



Fig. 24



Fig. 25

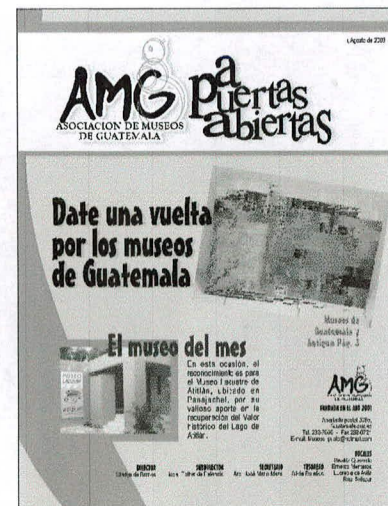


Fig. 26

BOLETIN FINAL

AMG Boletín

Seminario Taller "Museología Moderna"

ORGANIZADO A: Utratraces y Asociación de Museos de Guatemala. **COORDINADOR:** Carlos Mérida. **FECHA:** Del 1 al 7 de septiembre. **LUGAR:** Sala Uno, UNIC. **INFORMACIÓN:** De 8 de mañana a 6 de tarde, en horario de oficina. **INCLUYE:** Materiales de apoyo, mesa de trabajo, refrigerio, transporte y almuerzo. **OPCIÓN:** Análisis por la Asociación de Museos de Guatemala.

TEMAS

1. La que el público espera de un Museo.
 2. Tendencias modernas de exhibición en museos.
 3. Estrategias y métodos de trabajo.
 4. Aplicación de tecnología moderna en museología.
 5. Cómo lograr que el visitante quede interesado en volver.
- Interesados comunicarse al 332-2255 ext. 101.**
Amg, José María Mas, RD 14751

¿Qué sabe usted sobre la primera computadora?

Viene durante los fines de semana, del mes de septiembre. En Plaza Polanco. Escucha el Museo Biblioteca de Ciencias y Tecnología. Y descubre muchas cosas nuevas.

CONTACTO: 332-2255

EL MUSEO MÁS VIEJO DE GUATEMALA

El Museo del Mes es el museo más antiguo de Guatemala. Ofrece al visitante toda una experiencia al hacer y descubrir por sus exposiciones. Quiérase un visitante, este museo, se encontrará cuando se vaya a visitar. Quiérase un visitante, este museo, se encontrará cuando se vaya a visitar. Quiérase un visitante, este museo, se encontrará cuando se vaya a visitar.

MUSEO DEL LIBRO ANTIGUO CONTRATARIA GUAS

Requisitos: 20 a 35 años de edad, estudios de primaria o nivel medio, disponibilidad inmediata, interesados comunicarse al 332-2132.

Museo de los Niños CONTRATARIA MAESTRAS DE PRE-PRIMARIA

Requisitos: 20 a 27 años. Con experiencia, disponibilidad inmediata. Interesados comunicarse al 332-1810.

AMG a puertas abiertas

ASOCIACIÓN DE MUSEOS DE GUATEMALA

Date una vuelta por los museos de Guatemala

El museo del mes
El museo del mes es el museo más antiguo de Guatemala. Ofrece al visitante toda una experiencia al hacer y descubrir por sus exposiciones. Quiérase un visitante, este museo, se encontrará cuando se vaya a visitar. Quiérase un visitante, este museo, se encontrará cuando se vaya a visitar. Quiérase un visitante, este museo, se encontrará cuando se vaya a visitar.

Dentro de una división de tres columnas, esto es para que posteriormente se tomen como ejemplo para rediagramar con distintos contenidos, respetando la retícula trazada para mantener un estilo consistente edición tras edición.

Fig. 27

En el tiro, figura la portada y contraportada del boletín, no está numerado puesto que es un único folio. La portada está diseñada al estilo de portada de revista para no recargarlo y quitarle atractivo. En esta portada siempre debiera ir un titular importante con fotografía y el Museo del mes que es un punto que llama la atención.

Tanto en el interior como en la contraportada, se muestra una gran variedad de opciones de formatos.

BIENVENIDOS

Queridos amigos, este boletín es el resultado de un trabajo conjunto de la Asociación de Museos de Guatemala y la Contrataria Guas. Este boletín es el resultado de un trabajo conjunto de la Asociación de Museos de Guatemala y la Contrataria Guas. Este boletín es el resultado de un trabajo conjunto de la Asociación de Museos de Guatemala y la Contrataria Guas.

Programa de Patrocinios

El programa de patrocinios de la Asociación de Museos de Guatemala tiene como objetivo promover la cultura y el arte en Guatemala. Este programa de patrocinios de la Asociación de Museos de Guatemala tiene como objetivo promover la cultura y el arte en Guatemala. Este programa de patrocinios de la Asociación de Museos de Guatemala tiene como objetivo promover la cultura y el arte en Guatemala.

Padrinos del mes

Los padrinos del mes son los patrocinadores de los museos de Guatemala. Los padrinos del mes son los patrocinadores de los museos de Guatemala. Los padrinos del mes son los patrocinadores de los museos de Guatemala.

¡Date una vuelta por los museos!

La Asociación de Museos de Guatemala, ha creado el programa "Date una vuelta por los museos" para promover la cultura y el arte en Guatemala. Este programa de "Date una vuelta por los museos" para promover la cultura y el arte en Guatemala. Este programa de "Date una vuelta por los museos" para promover la cultura y el arte en Guatemala.

¡Fabulosa Excursión al Museo del Tráfico en Salamá, Baja Verapaz!

Salamanca el domingo 28 de noviembre del Parque Miraflores a las 10 de la mañana y regresando al mismo día a las 6:30 por el mismo sitio. Organizado por INGUAT. 2a. Avenida 1477, zona 1, Centro Cívico, Ciudad de Guatemala. Teléfonos: 332-2255, 332-8009.

MULTIMEDIA

Como elemento complementario al proyecto, se diseñó un lay out para presentación en Power Point, que parte de un slide master (Figs. 28 a 30) diseñado previamente y que buscaba ser muy simple ya que su función es ser el background sobre el que se presenta la información que es importante

El documento es una muestra de la diagramación de los contenidos para la presentación, las modificaciones que se hacen a los slides que incluyen gráficas o fotografías así como la tipografía sugerida para garantizar fácil lectura.

Es una secuencia de slides a los que se les puede agregar efectos de animación y transición para hacer la presentación más dinámica.



Fig. 28



Fig. 29

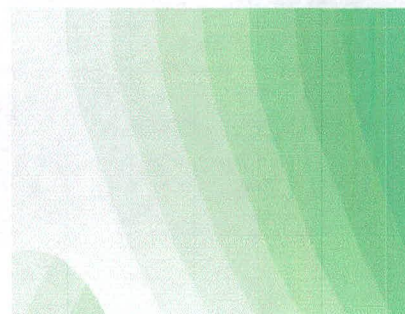
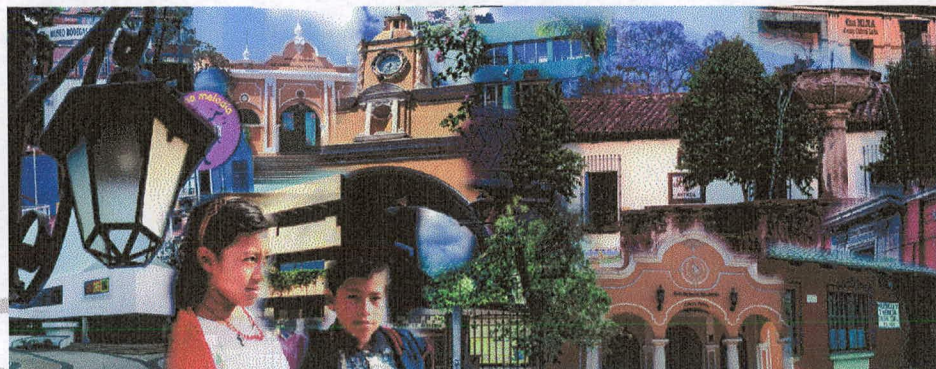


Fig. 30



MUSEOS

DE GUATEMALA



PROPUESTA PRELIMINAR

9. PROPUESTA PRELIMINAR

MUSEOS
DE GUATEMALA

Esta propuesta incluye todos los elementos y piezas descritos en el bocetaje hasta el momento en que acriterio del cliente, la Asociación de Museos de Guatemala, llenaba sus requerimientos. Sin embargo, es preciso evaluar si la propuesta cumple con ciertos criterios técnicos básicos de Diseño Gráfico que en su defecto deberán modificarse de manera que la propuesta final esté de acuerdo, tanto a los requerimientos de forma como los de fondo. En esta propuesta se incluye:

Diseño de Imagen institucional que incluye logotipo, papel membretado, tarjeta de presentación.

Mapa Pictórico #1

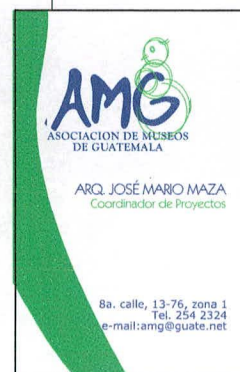
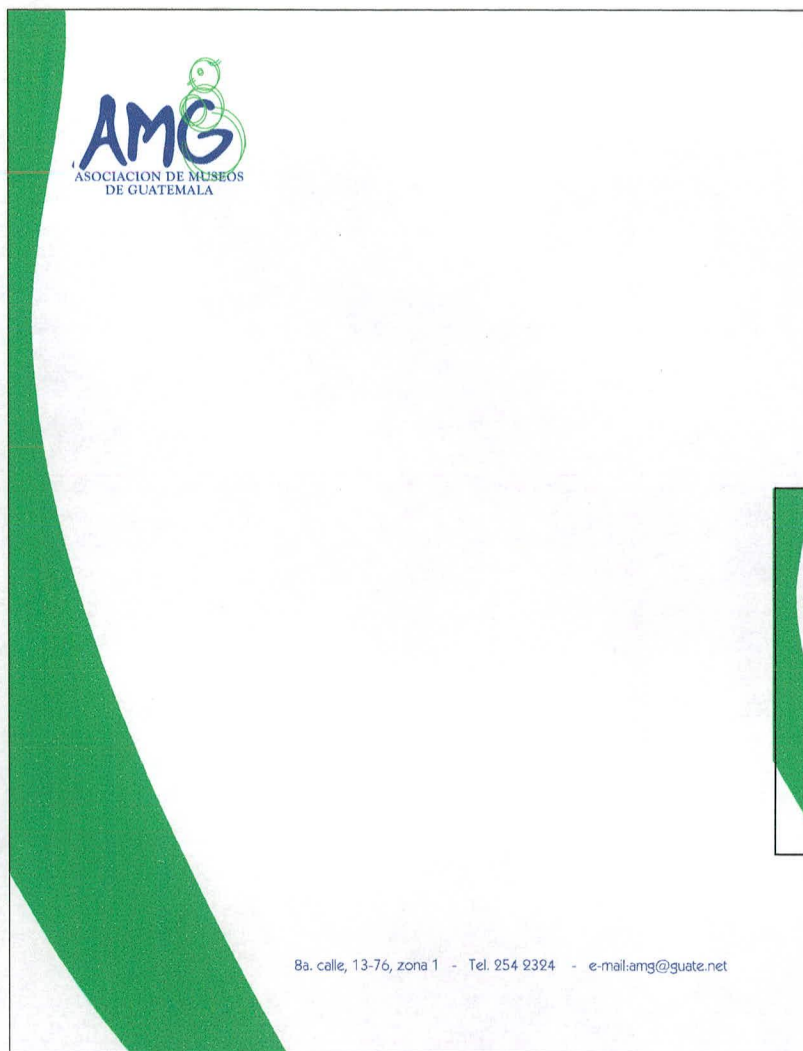
Boletín "A Puertas Abiertas" Edición 1

Formato Multimedia en Power Point para presentación del primer proyecto.

LOGOTIPO

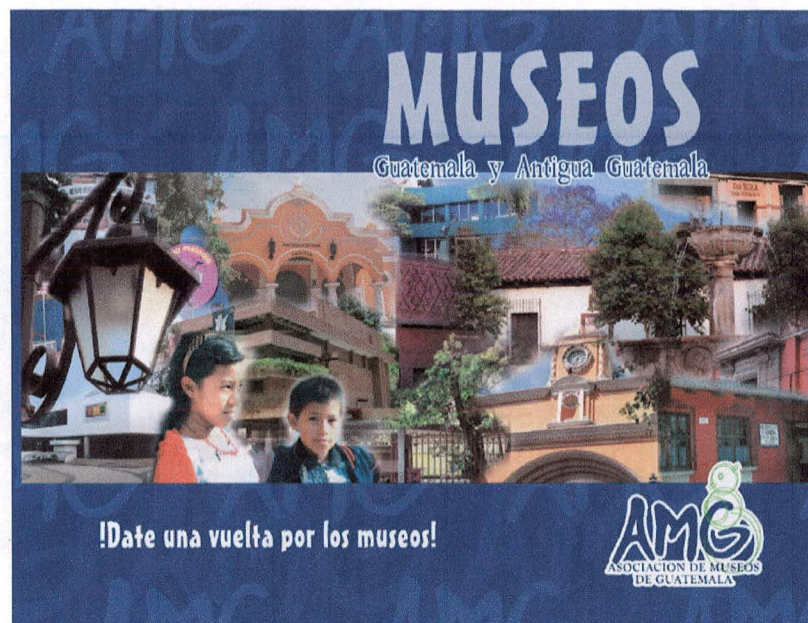


PAPEL MEMBRETADO
Y TARJETA DE PRESENTACIÓN

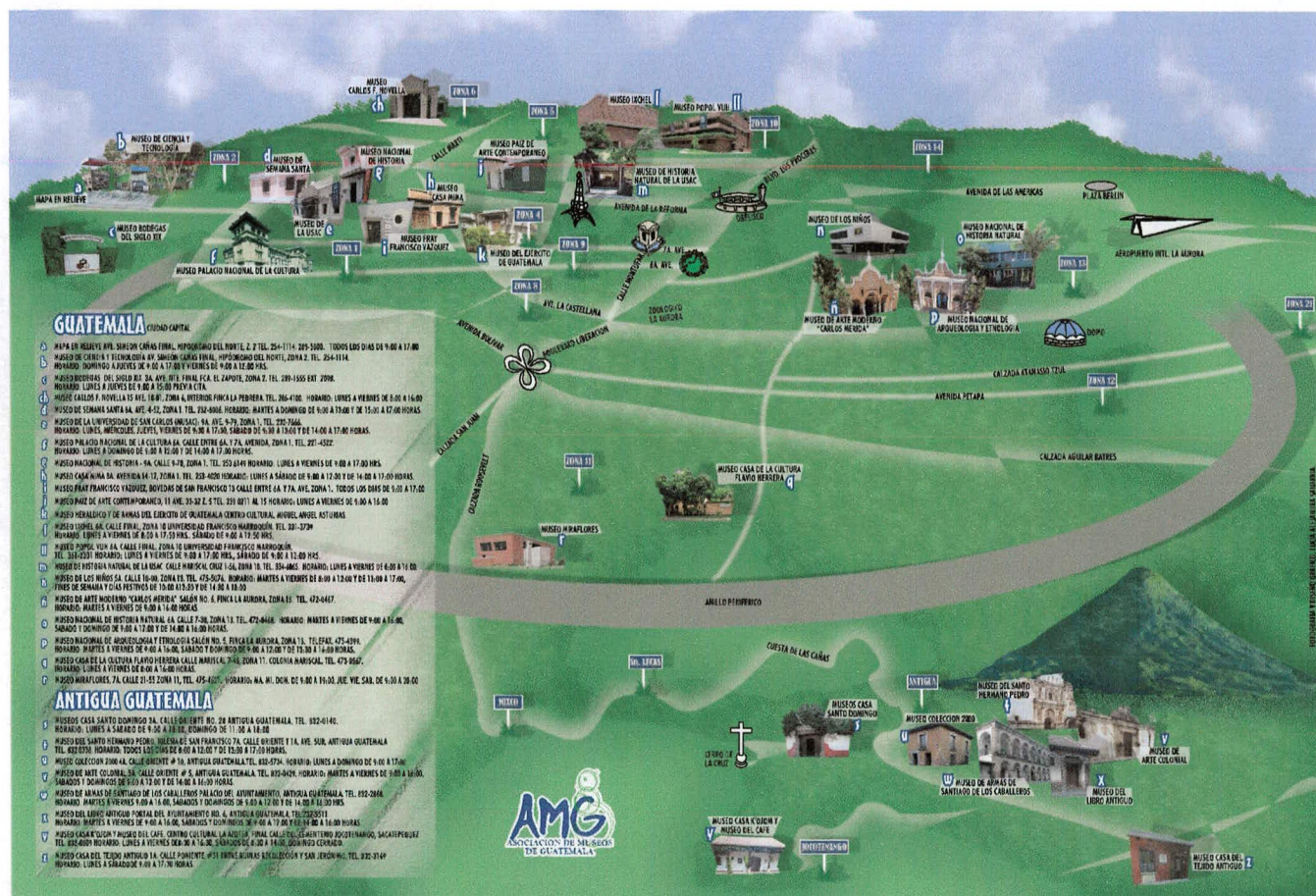


MUSEOS DE GUATEMALA

PORTADA DEL MAPA



MAPA



AMG pa
puertas
abiertas

EDICIÓN I, AÑO 2003

EDICIÓN I, AÑO 2003

Seminario Taller "Museología Moderna"

DIRIGIDO A: Directores y Administradores de Museos de todo el país, Historiadores, Guías Turísticos y todo aquel interesado en el tema.
FECHA: Del 1 al 3 de octubre
LUGAR: Salón Oro, Grand Tikal Futura Hotel.
HORARIO: De 8 de la mañana a 5 de la tarde, los tres días.
COSTO: Q200.00
INCLUYE: Material de apoyo, casos de museología, coffee breaks y almuerzos. Diploma avalado por la Asociación de Museos de Guatemala.

¿Qué sabe usted sobre la primera computadora?

Visite durante los fines de semana del mes de septiembre, En Plaza Palmeras, Escuintla, el Museo Itinerante de Ciencia y Tecnología. Y descubre muchas cosas nuevas.



MUSEO DEL LIBRO ANTIGUO CONTRATARA GUIAS

Requisitos: 20 a 35 años de edad, estudios de turismo a nivel medio, disponibilidad inmediata. Interesados comunicarse al 836 3232.

Museo de los Niños CONTRATARA MAESTRAS DE PRE-PRIMARIA

Requisitos: 20 a 27 años. Con experiencia, disponibilidad inmediata. Interesadas comunicarse al 332 1616

TEMAS

1. Lo que el público espera de un Museo.
2. Tendencias modernas de exhibición en museos.
3. Estructurando y reestructurando el recinto.
4. Aplicación de tecnología moderna en museología
5. Cómo lograr que el visitante quede invitado a volver.

Interesados comunicarse al 284 2315 con el Arq. José Mario Maza. NO FALTE!

EL MUSEO MÁS VIEJO DE GUATEMALA

edificio de incalculable valor histórico que gracias a su nueva administración, ahora ofrece al visitante toda una experiencia al hacer el recorrido por sus modernos pasillos. Quienes han visitado este museo, se sorprenderán cuando vengan nuevamente.

edificio de incalculable valor histórico que gracias a su nueva administración, ahora ofrece al visitante toda una experiencia al hacer el recorrido por sus modernos pasillos. Quienes han visitado este museo, se sorprenderán cuando vengan nuevamente.

edificio de incalculable valor histórico que gracias a su nueva administración, ahora ofrece al visitante toda una experiencia al hacer el recorrido por sus modernos pasillos. Quienes han visitado este museo, se sorprenderán cuando vengan nuevamente.

nueva administración, ahora ofrece al visitante toda una experiencia al hacer el recorrido por sus modernos pasillos. Quienes han visitado este museo, se sorprenderán cuando vengan nuevamente.



AMG pa
puertas
abiertas
ASOCIACIÓN DE
MUSEOS DE GUATEMALA

Date una vuelta por los museos de Guatemala



Museos de Guatemala
y Antigua Pág. 3

El museo del mes



En esta ocasión, el reconocimiento es para el Museo Lacustre de Atitlán, ubicado en Panajachel, por su valioso aporte en la recuperación del Valor histórico del Lago de Atitlán.

AMG
ASOCIACIÓN DE
MUSEOS DE GUATEMALA

FUNDADA EN EL AÑO 2001

Apartado postal 3065,
Guatemala ciudad
Tel. 232-7868 - Fax 232-0721
E-mail: Museos_guaa@hotmail.com

DIRECTOR Gladys de Santos
SUBDIRECTOR Licda. Esther de Palencia
SECRETARIO Arq. José Mario Maza
TESORERO Silvia Bolaños
VIGILANTES Benito Guerrero, Ernesto Monteros, Leticia de Avila, Paul Salazar

AMG Bajas
Alta

EDICIÓN I, AÑO 2003

EDICIÓN I, AÑO 2003

AMG Bajas
Alta

BIENVENIDOS

Guatemala enfrenta su problemática cultural nueva con una difusión promulgada de las instituciones encargadas de la conservación, exhibición y difusión del patrimonio cultural y natural del país. Los museos, los centros, museos, museos de una red de espacios preexistentes, no cuentan con los fondos necesarios para dar a conocer e informar a la población y turismo local y extranjero de sus programas de visita y educación no formal. La AMG promueve y concientiza de esta problemática a las instituciones con la idea de apoyar la labor de los museos a través de actividades que promuevan la investigación y fortalecimiento hasta la capacitación y la promoción de sus servicios y programas.

En esta ocasión planteamos el reto de hacer la imagen de la AMG a través de la publicación de un boletín de "Museos" y a través de una publicación mensual escrita y diseñada por la Asociación para dar a conocer la labor de los museos al público nacional y extranjero de forma sencilla y clara de acuerdo a las necesidades de los museos. El que usted lee en este momento es uno de esos materiales que ofrecerá información sobre actividades que apoyan la promoción de los museos locales, públicos y privados proyectando los servicios que se prestan a la comunidad.

Damos así pues, la bienvenida a todos nuestros lectores a un medio de información que pretende mantener actualizado a la sociedad sobre el fascinante mundo de los museos de Guatemala.

Programa de Patrocinios

Impulsar el desarrollo cultural de nuestro país es uno de los objetivos de la AMG. En este sentido, el apoyo de diversas entidades nacionales y extranjeras, ya sea a través de ayuda económica o brindando algún tipo de soporte técnico, de capacitación, etc., que colabore al mejor desarrollo de la labor que hemos emprendido. Si a usted le interesa ser parte de este proyecto, comuníquese al Tel. 232 2334 con la Licda. Beatriz de Quevedo.

Guatemala enfrenta su problemática cultural nueva con una difusión promulgada de las instituciones encargadas de la conservación, exhibición y difusión del patrimonio cultural y natural del país. Los museos, los centros, museos, museos de una red de espacios preexistentes, no cuentan con los fondos necesarios para dar a conocer e informar a la población y turismo local y extranjero de sus programas de visita y educación no formal. La AMG promueve y concientiza de esta problemática a las instituciones con la idea de apoyar la labor de los museos a través de actividades que promuevan la investigación y fortalecimiento hasta la capacitación y la promoción de sus servicios y programas.

Padrinos del mes

BURGER KING
Siapette
OLMECA
BANCAFE
MUCHAS GRACIAS POR APOYARNOS!

¡Date una vuelta por los museos!

La Asociación de Museos de Guatemala, ha creado el proyecto "Date una vuelta por los museos" con el fin de invitar a los guatemaltecos a acercarse a este tesoro cultural que les pertenece. A partir del 2 de septiembre, busque en anuncios de prensa la ubicación en la que estaremos regalando un mapa, en el que usted encontrará todos los museos de la ciudad capital y Antigua Guatemala, sus ubicaciones, direcciones y horarios de atención. Así, le será más fácil coordinar con su familia, los viajes a los museos que les interesen, en las fechas que les sean más cómodas. Les garantizamos muchas horas de entretenimiento y aprendizaje de incalculable valor.

MUSEOS
QUICK PHOTO
Konica

¡Fabulosa Excursión al Museo del Trapiche en Salamá, Baja Verapaz!

Salendo el domingo 28 de septiembre del Parque Morazán a las 7:00 am y regresando el mismo día a las 6:30 pm al mismo sitio.

Organiza:

INGUAT
7a. Avenida 1-17,
zona 4, Centro Cívico
Ciudad de Guatemala.

Teléfonos
332 2801
332 0099

Museo de Arte Moderno "Carlos Mérida" completamente renovado.

Al igual que en el mundo de la moda, en el arte de estructurar un museo también existen tendencias que van y vienen y hacen de la visita, todo un viaje a través del tiempo o de

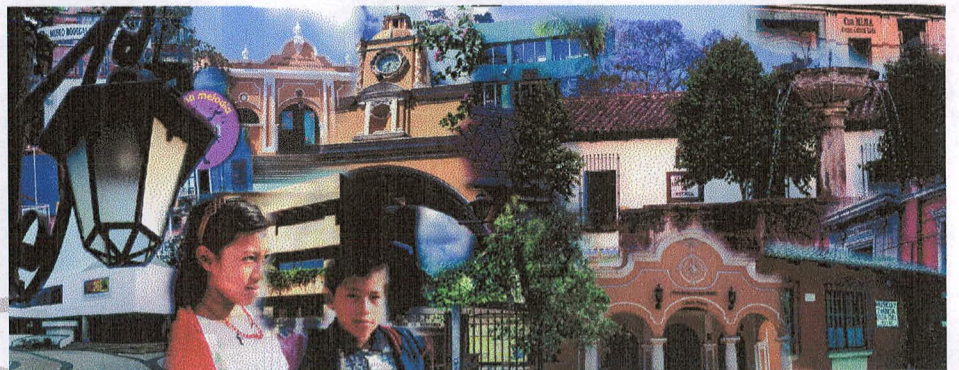
la mente de los expositoras, facilita la secuencia del recorrido y envuelve entre colores, iluminación y sonidos. Este es el caso del Museo Carlos Mérida, ubicado en la zona 15, en un

edificio de incalculable valor histórico que gracias a su nueva administración, ahora ofrece al visitante toda una experiencia al hacer el recorrido por sus modernas salas. Quiérase han visitado este museo, se sorprenderán cuando vayan nuevamente.

Museo de los Niños
VEN ESTE FIN DE SEMANA.
Diviértete jugando,
descubriendo y aprendiendo.
Fin de semana de 10:00 a 13:30 hrs. y de 14:30 a 18:00 hrs. Se. calle 10-00, zona 13. Tel. 475 5076

MUSEOS

DE GUATEMALA



VALIDACIÓN TÉCNICA DEL DISEÑO

10. VALIDACIÓN TÉCNICA DEL DISEÑO PRELIMINAR

Los materiales presentados en la sección anterior, fueron analizados y evaluados por 8 diseñadores gráficos que se desempeñan profesionalmente (Ver anexo).

No en el área de diseño de mapas específicamente, pero sí en el campo de la fotografía, manipulación de imágenes digitales y diseño de materiales informativos y publicitarios.

El instrumento utilizado para el proceso de validación, fue un cuestionario de apoyo (Anexo 5) que sirve de guía para presentar cada uno de los materiales e ir haciendo la indagación respectiva.

A continuación, se describen los resultados con apoyo de los elementos evaluados para definir exactamente cuáles son las modificaciones sugeridas.

Cabe mencionar que en la última reunión de junta directiva de la Asociación de Museos de Guatemala, se presentaron los mismos materiales para hacer un sondeo general de la opinión de "el cliente" respecto de los materiales. Las opiniones fueron favorables con algunos cambios solicitados, aunque con ese grupo de personas no se utilizó un instrumento de validación.

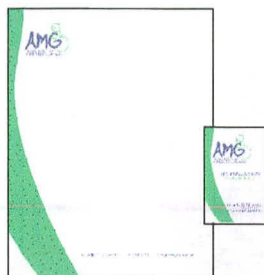
RESULTADOS

LOGOTIPO

1. Se considera que por sus colores y grafismo si es representativo de una asociación nacional de su tipo.
2. Hubo varias sugerencias respecto a modificar la tipografía secundaria, aunque la principal si les pareció apropiada.
3. Se sugirió hacer alguna modificación al grafismo específicamente en el área de la cabeza, pues la colocación de los detalles puede modificar la expresión del personajes.



PAPEL Y TARJETA



1. En general, la diagramación sí les pareció agradable.
2. La combinación de color por ser la del logo, sí es apropiada.
3. El estilo sí les parece acorde a la personalidad de la AMG.

MAPA (PORTADA E INTERIOR)

Este fue quizá el más difícil, pero en más entretenido de evaluar, por su gran cantidad de detalles.

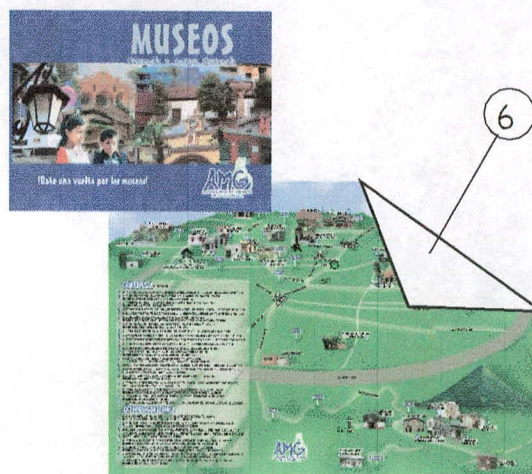
1. El tamaño les parece apropiado.
2. La combinación de fotografía, ilustración y tipografía sí les parece coherente aunque hubo un comentario de uno de los entrevistados que consideró que el estilo de la ilustración se podía mejorar.

3. El material si les parece apropiado para todo público.

4. El formato y sus dobleces les parecieron apropiados y de fácil manipulación. Sobre este aspecto hubo buenos comentarios en relación a que no tiene que analizarse una vez abierto todo el detalle de los dobleces para poderlo volver a dejar como estaba.

5. No consideran que los acabados finos hagan más diferencia que la del costo, por lo que no lo recomiendan.

6. Sugirieron agregar información o presencia de patrocinadores en el espacio del retiro de la pieza interior, ya que parece estar desperdiciado. El resto de la información les parece suficiente.

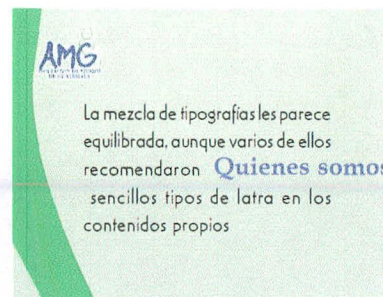


BOLETÍN



1. Opinan que si cumple con los requerimientos de un material de su tipo.
2. Los entrevistados, consideran que con los elementos de esta muestra, si es posible rediagramar con nuevos contenidos sin salirse del estilo propuesto.
3. Indicaron que si hubiese presupuesto, sería más atractivo para el público el boletín impreso a color, pero que como principio si cumple su función.
4. La secuencia de lectura si les parece clara y la diagramación agradable.
5. La mezcla de tipografías les parece equilibrada, aunque varios de ellos recomendaron utilizar pocos y sencillos tipos de letra en los contenidos propios del material ya que la variedad de tipografías propias de los anunciantes no se podrán evitar.

MULTIMEDIA

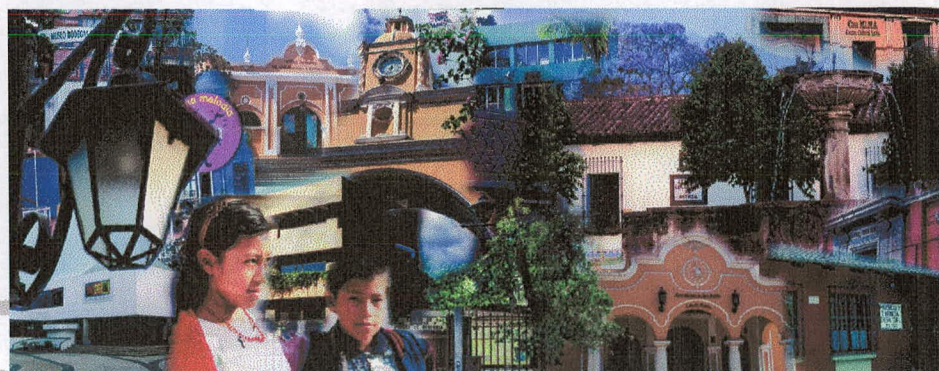


1. El documento si está acorde a la personalidad de la AMG.
2. El estilo es apropiado para empresarios y ejecutivos por su sobriedad.
3. El logo es el elemento institucional representativo, si interesa que aparezca aunque no es indispensable en todos los slides.
4. Si se usa como una plantilla y se reemplaza la información en cada casilla si es fácil de reemplazar.

Aunque no es pregunta en el instrumento, todos recomendaron incluir de una vez los efectos de animación incluso en los titulares de los slides porque al verlo por primera vez parece muy estático y que no está aprovechando óptimamente el recurso de Power Point.

MUSEOS

DE GUATEMALA



PROPUESTA FINAL

11. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

La prioridad básica de acuerdo a las necesidades encontradas mediante la investigación era desarrollar una estrategia que bajo el nombre de la Asociación de Museos de Guatemala contribuyera a mejorar algún aspecto de los museos del país en general.

Esta propuesta engloba dentro del concepto "Date una vuelta por los museos" toda una estrategia de comunicación intermuseos y hacia el público objetivo y está planteada para ser el plan piloto que de inicio a un proyecto integral de largo plazo.

Mediante la imagen institucional de la AMG, se está transmitiendo al grupo objetivo una fortaleza estructural que los museos de Guatemala hasta hace poco no tenían. Por eso es importante un logo sencillo, fácil de comprender a simple vista y fácil de grabarse en la mente de quien lo ve. Para la propuesta final, se modificó el grafismo del logo a manera de hacerlo ver más amable, más amistoso. Un par de modificaciones en los trazos pueden lograr gran diferencia.

El slogan "Date una vuelta por los museos" es el concepto central de toda esta estrategia en la

que se persigue a largo plazo el incremento del interés que los guatemaltecos tienen por los museos y el patrimonio cultural de este país.

Como toda empresa u organización, la AMG hace negocios, entabla relaciones laborales y compromisos corporativos, lo cual es sólo parte de su qué hacer cotidiano, pero requiere de cierta formalidad y elementos que demuestran que tan sólida es como organización, a esto colabora el papel membretado, las tarjetas de presentación y los documentos que tienen como objetivo mostrar a otros los que son y lo que hacen.

Esta propuesta incluye un formato multimedia sencillo, desarrollado en Power Point con la finalidad de servir a la Asociación de Museos de Guatemala como una herramienta de trabajo. Contiene la presentación del primer proyecto, lista para ser utilizada y una diapositiva master para que se puedan armar presentaciones nuevas bajo un mismo formato, dentro de un lay out institucional.

El primer documento multimedia está hecho con información de utilidad para presentar a posibles patrocinadores de este proyecto. Este archivo sufrió cambios radicales de la versión validada a esta



debido al resultado obtenido en dicha evaluación en que profesionales de diseño dijeron que la herramienta que Power Point representa podía ser mucho mejor aprovechada. Con apoyo fuerte del diseño, se rehicieron las plantillas de fondo sin salirse del concepto original insitucional de la AMG.

Pero para fortalecer la estructura que la AMG está construyendo, es necesaria la participación no sólo de todos su asociados, sino también del público que visita los museos, que finalmente es que le da razón a la existencia de todos y cada uno de los museos.

Por lo tanto, la pieza central de esta propuesta es el mapa pictórico que constituye toda una invitación, personalizada y suficientemente detallada para que los guatemaltecos que tenga oportunidad de tenerlo en sus manos se sientan en la tentación de visitar al menos uno de los 29 museos que figuran en el mapa. Involucrar a marcas prestigiosas y sobre todo marcas que han demostrado el gusto por llamarse guatemaltecos y promover lo nuestro, es la estrategia que dará éxito en términos financieros al presente proyecto.

Por eso desde ya se incluyen en el mapa algunos logos de empresas que tienen altas posibilidades de interesarse por participar en el desarrollo de esta propuesta.

Y claro, si el proyecto se desarrolla exitosamente, el grupo objetivo visitará uno o varios museos del mapa pero esas visitas deben aprovecharse para reforzar de algún modo adicional el proceso que ya se ha iniciado con ese visitante. En el aspecto visual, se hizo una modificación final al mapa, se agregó un círculo bajo cada foto como elemento unificador que simplifica la identificación de cada uno de los museos.

Se modificó el estilo gráfico de algunos símbolos que representan referencia de ubicación, para unificar el tipo de dibujo.

No se pretende que haga el recorrido y no vuelva nunca más. En ese momento, el boletín "a puertas abiertas" es el siguiente paso en el proceso.

Este material tiene doble función comunicacional, como se ha explicado antes, es un medio de comunicación intermuseos, la finalidad de

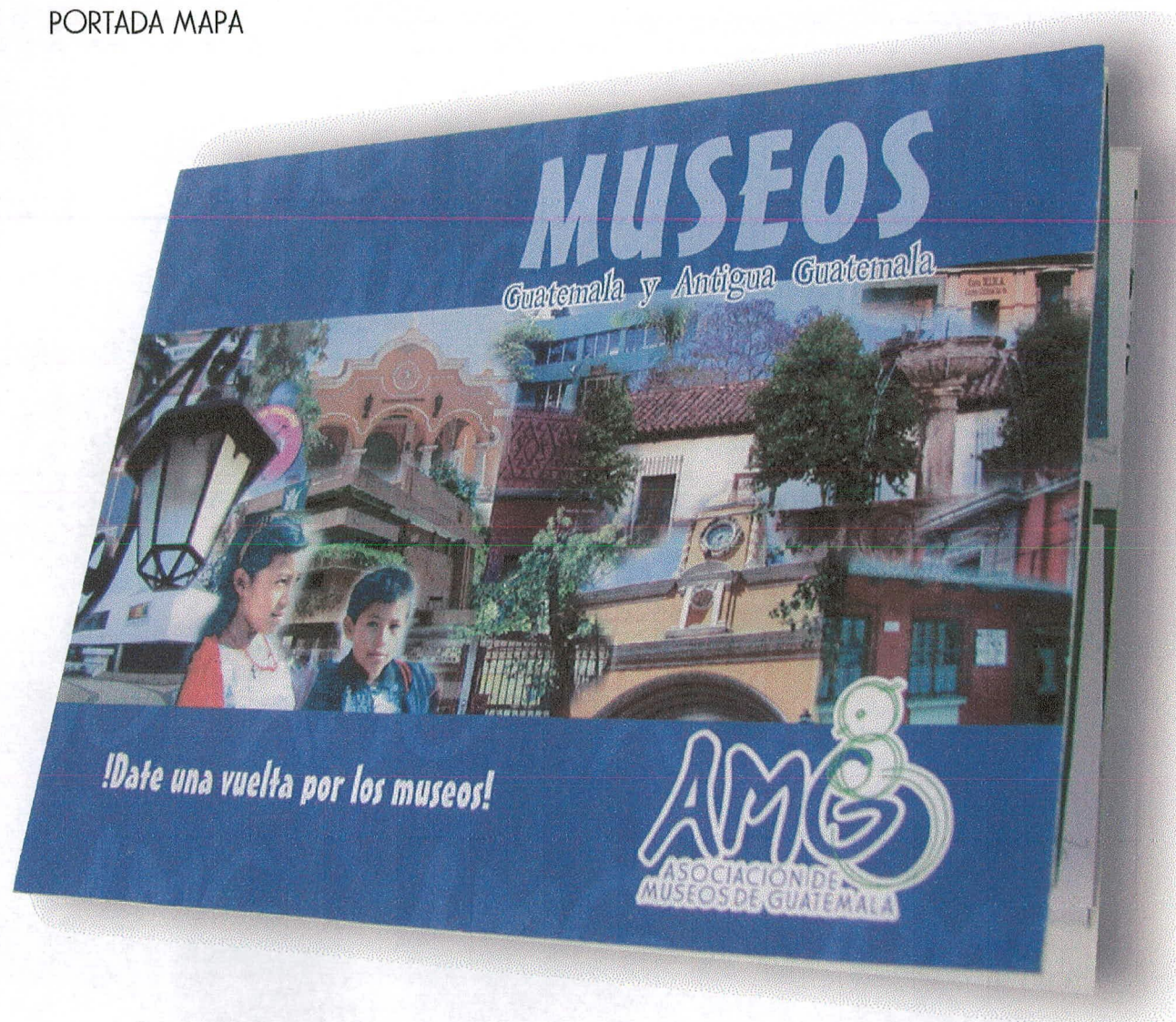


PAPEL MEMBRETADO
Y TARJETA DE PRESENTACIÓN



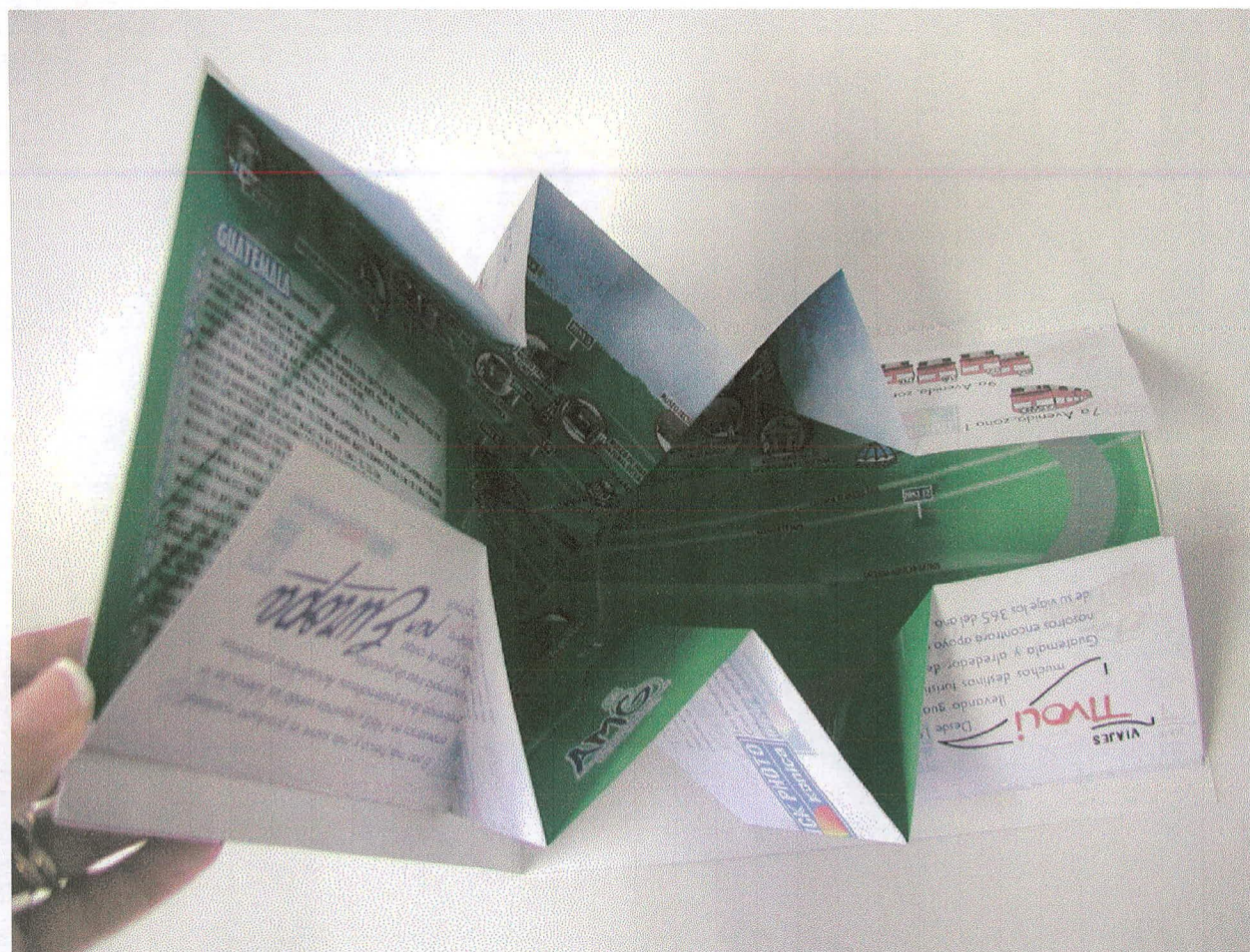
MUSEOS
DE GUATEMALA

PORTADA MAPA



MUSEOS DE GUATEMALA

DESPLEGABLE



INTERIOR MAPA



MUSEOS



REVERSO PARTE SUPERIOR

REVERSO PARTE INFERIOR



CONTRAPORTADA MAPA





EDICIÓN I, AÑO 2003

EDICIÓN I, AÑO 2003

Seminario Taller "Museología Moderna"

DIRIGIDO A: Directores y Administradores de Museos de todo el país, Historiadores, Guías Turísticos y todo aquel interesado en el tema.
FECHA: Del 1 al 3 de octubre
LUGAR: Salón Oro, Grand Tikal Futura Hotel.
HORARIO: De 8 de la mañana a 5 de la tarde, los tres días.
COSTO: Q200.00
INCLUYE: Material de apoyo, casos de museología, coffee breaks y almuerzos. Diploma avalado por la Asociación de Museos de Guatemala.

TEMAS

1. Lo que el público espera de un Museo.
2. Tendencias modernas de exhibición en museos.
3. Estructurando y reestructurando el recinto.
4. Aplicación de tecnología moderna en museología
5. Cómo lograr que el visitante quede invitado a volver.

Interesados comunicarse al 284 2315 con el Arq. José Mario Maza.
NO FALTE!

¿Qué sabe usted sobre la primera computadora?

Visite durante los fines de semana del mes de septiembre, En Plaza Palmeras, Escuintla, el Museo Itinerante de Ciencia y Tecnología. Y descubra muchas cosas nuevas.



MUSEO DEL LIBRO ANTIGUO CONTRATARÁ GUIAS

Requisitos: 20 a 35 años de edad, estudios de turismo a nivel medio, disponibilidad inmediata. Interesados comunicarse al 836 3232.

Museo de los Niños CONTRATARÁ MAESTRAS DE PRE-PRIMARIA

Requisitos: 20 a 27 años. Con experiencia, disponibilidad inmediata. Interesadas comunicarse al 332 1616.

EL MUSEO MÁS VIEJO DE GUTEMALA

edificio de incalculable valor histórico que gracias a su nueva administración, ahora ofrece al visitante toda una experiencia al hacer el recorrido por sus modernos pasillos. Quienes han visitado este museo, se sorprenderán cuando vengán nuevamente. edificio de incalculable valor histórico que gracias a su nueva administración, ahora ofrece al visitante toda una experiencia al hacer el recorrido por sus modernos pasillos. Quienes han visitado este museo, se sorprenderán cuando vengán nuevamente.

nueva administración, ahora ofrece al visitante toda una experiencia al hacer el recorrido por sus modernos pasillos. Quienes han visitado este museo, se sorprenderán cuando vengán nuevamente.



Date una vuelta por los museos de Guatemala



Museos de Guatemala y Antigua Pág. 3

El museo del mes



En esta ocasión, el reconocimiento es para el Museo Lacustre de Atitlán, ubicado en Panajachel, por su valioso aporte en la recuperación del Valor histórico del Lago de Atitlán.



FUNDADA EN EL AÑO 2001

Apartado postal 3065, Guatemala ciudad
Tel. 232-7666 - Fax 232-0721
E-mail: Museos_guatemala@hotmail.com

VOCALÉS

Enrique Quevedo
Emilio Montañas
Leticia de Ariza
Rafael Salazar

DIRECTOR
Gladys de Barrios

SUBDIRECTOR
Licda. Esther de Palencia

SECRETARIO
Arq. José Mario Maza

TESORERO
Silvia Bolaños



BIENVENIDOS

Guatemala sufre de un problema que es una de las causas principales de la conservación, exhibición y difusión del patrimonio cultural y natural del país. Los museos, los cuales, como resultado de una reducción asignación presupuestaria, no cuentan con los fondos necesarios para dar a conocer e informar a la población y turismo local y extranjero de sus programas de visita y educación de (museo). La AMG promueve y organiza de esta preferencia de los recursos con la idea de apoyar la labor de los museos a través de actividades que parten desde la capacitación y fortalecimiento, hasta la capacitación y la promoción de sus asociados y sus asociados.

En este año nos planteamos el reto de lanzar la imagen de la AMG a través de la promoción de un festival de Museos. Para ello se propusieron varias acciones y se acordó crear por la Asociación una serie de actividades que apoyen la labor de los museos al público local y extranjero los horarios, ubicaciones y tarifas de admisión para cada uno de los museos. El que incluye los en este momento es una de esas actividades que ofrecerá información sobre actividades que apoyen la promoción de los museos a través de programas, películas y fotografías proyectando los servicios que se prestan a la comunidad.

Damos así pues, la bienvenida a todos nuestros visitantes a un nuevo modo interactivo que pretende mantener actualizada a la sociedad sobre el fascinante mundo de los museos de Guatemala.

Programa de Patrocinios

Impulsar el desarrollo cultural de nuestro país es una tarea de todos. Es por eso que la AMG está buscando constantemente, el apoyo de diversas entidades nacionales y extranjeras, ya sea a través de ayuda económica o brindando algún tipo de soporte técnico, de capacitación, etc. que colabore al mejor desarrollo de la labor que hemos emprendido.

Si a usted le interesa ser parte de este proyecto, comuníquese al Tel. 232 2834 con la Licda. Beatriz de Quevedo.

Guatemala sufre de un problema que es una de las causas principales de la conservación, exhibición y difusión del patrimonio cultural y natural del país. Los museos, los cuales, como resultado de una reducción asignación presupuestaria, no cuentan con los fondos necesarios para dar a conocer e informar a la población y turismo local y extranjero de sus programas de visita y educación de (museo). La AMG promueve y organiza de esta preferencia de los recursos con la idea de apoyar la labor de los museos a través de actividades que parten desde la capacitación y fortalecimiento, hasta la capacitación y la promoción de sus asociados y sus asociados.

En este año nos planteamos el reto de lanzar la imagen de la AMG a través de la promoción de un festival de Museos. Para ello se propusieron varias acciones y se acordó crear por la Asociación una serie de actividades que apoyen la labor de los museos al público local y extranjero los horarios, ubicaciones y tarifas de admisión para cada uno de los museos.

Padrinos del mes



¡Muchas gracias por apoyarnos!

EDICIÓN I, AÑO 2003

¡Date una vuelta por los museos!

La Asociación de Museos de Guatemala, ha creado el proyecto "Date una vuelta por los museos" con el fin de invitar a los guatemaltecos a acercarse a este tesoro cultural que les pertenece.

A partir del 2 de septiembre, busque en anuncios de prensa la ubicación en la que estaremos regalando un mapa, en el que usted encontrará todos los museos de la ciudad capital y Antigua Guatemala, sus ubicaciones, direcciones y horarios de atención. Así, le será más fácil coordinar con su familia, las visitas a los museos que les interesen, en las fechas que les sean más cómodas. Les garantizamos muchas horas de entretenimiento y aprendizaje de incalculable valor.



¡Fabulosa Excursión al Museo del Trapiche en Salamá, Baja Verapaz!

Saliendo el domingo 28 de septiembre del Parque Morazán a las 7:00 am y regresando el mismo día a las 6:30 pm al mismo sitio.

Organiza:

INGUAT

7a. Avenida 1-17, zona 4, Centro Cívico Ciudad de Guatemala.

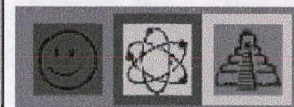
Teléfonos
332 2801
332 0099

Museo de Arte Moderno "Carlos Mérida" completamente renovado.

A igual que en el mundo de la moda, en el arte de estructurar un museo también existen tendencias que van y vienen y hacen de la visita, todo un viaje a través del tiempo o de

la mente de los expositores, facilita la secuencia del recorrido y envuelve entre colores, iluminación y sonidos. Este es el caso del Museo Carlos Mérida, ubicado en la zona 13, en un

edificio de incalculable valor histórico que gracias a su nueva administración, ahora ofrece al visitante toda una experiencia al hacer el recorrido por sus modernos pasillos. Quiénes han visitado este museo, se sorprenden cuando vengán nuevamente.



Museo de los Niños

Ven este fin de semana.

Diviértete jugando, descubriendo y aprendiendo.

Fin de semana de 10:00 a 13:30 hrs. y de 14:30 a 18:00 hrs. Sa. calle 10-00, zona 13. Tel. 475 8878

MUSEOS DE GUATEMALA

SLIDES POWER POINT

Quienes somos

La Asociación de museos de Guatemala es una entidad de carácter cultural, privado y no lucrativo. Dedicado al fortalecimiento de los museos guatemaltecos mediante la creación de proyectos que realicen la gran cadena de museos del país y los promuevan tanto a nivel nacional como internacional. Actualmente contamos con la integración de más de 30 museos en toda el país, incluyendo al sector privado, público, educativo, religioso y militar.

Nuestro respaldo

La Asociación de museos de Guatemala ha encontrado gran apoyo y soporte en entidades internacionales como el International Council of Museums (ICOM), organización creada en 1946 en relación formal con la UNESCO a la que pertenecen museos y museólogos profesionales de diversos países, con el fin de conservar, continuar y comunicar la herencia natural y cultural del mundo, presente y futuro, tangible o intangible.

Nuestro respaldo

Además, a nivel nacional, el Ministerio de Cultura y Deportes, el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), el Instituto Técnico de Capacitación (INTECAP) y cada uno de los museos miembros de la AMG, comparten la visión a futuro de ofrecer a los guatemaltecos un mayor desarrollo cultural al fortalecimiento del conocimiento de su propia roles y su identidad con este país.

Proyecto actual

La primera fase del proyecto funcionará como plan piloto y abarcará los museos de la zona central del país, específicamente Guatemala y Antigua Guatemala. La AMG implementará para ello dos planes que servirán como medio de comunicación entre dicha institución y el grupo objetivo. Entre estos van: el mapa pictórico No. 1 para incrementar el tráfico por los museos y un boletín que será enviado referenciado a los museos, tanto como a sus visitantes sobre lo que sucede en el medio.

Proyecto actual

Conformado en el año 2000 y con varios proyectos ya concluidos, la AMG da inicio a un nuevo proyecto que dará continuidad a varios procesos que operan desde una instancia por la misma. Es una serie de mapas pictóricos que atraerán a los guatemaltecos y a los turistas extranjeros, la oportunidad de hacer un recorrido por los museos de Guatemala, brindándoles toda la información necesaria para ello.

Mapa pictórico

Este mapa pictórico muestra la ubicación de cada uno de los museos existentes en el área definida, su dirección exacta, hora y horarios de atención al público. Gráficamente muestra la fachada de cada museo y elementos clave que pueden servir de referencia para ubicarse fácilmente.

Mapa pictórico

Consiste de un exterior en cartulina coloreada 12 a modo de folio, impreso solamente en el lado a full color y una pieza interior en papel bond coloreado 80, impreso en y retro full color, con dobles espejos para facilitar su manipulación. En ambas secciones existen espacios disponibles para patrocinadores. En el interior, contiene información detallada tanto visual como escrita sobre 21 museos de la ciudad capital y 8 museos de Antigua Guatemala.

Vale...

Boletín

Es un solo folio 11" x 17" doblado por la mitad para hacer 12 páginas, va impreso a 10 y va en papel bond 80g. Cada folio va impreso en colores especiales en full color de acuerdo a fechas relevantes como el día internacional de los Museos y el resto de las ediciones en blanco y negro ya que es un aspecto que no le impide cumplir su cometido.

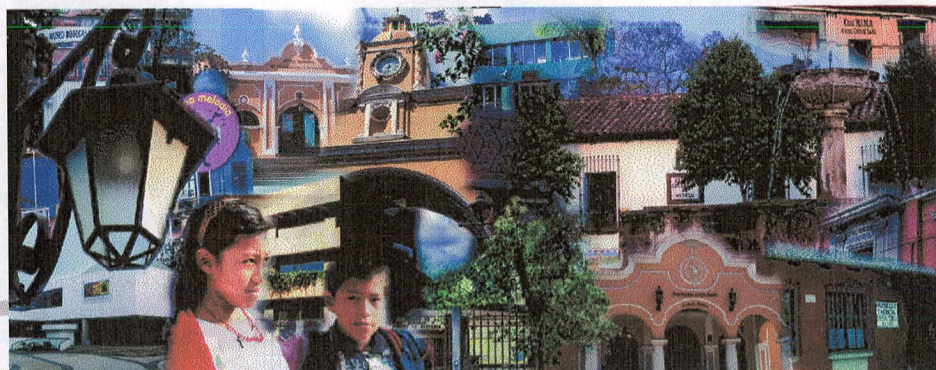
Vale...

¡Muchas gracias!

Si usted le interesa contactarnos, puede escribirnos al teléfono 332 1514 con la extensión 3321, o enviarnos un correo electrónico a amg@asociaciondemuseos.org

MUSEOS

DE GUATEMALA



PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

12. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

A continuación se detallan las especificaciones técnicas utilizadas para la cotización de los materiales propuestos:

PAPELERÍA

1. Papel membretado impreso sólo tiro a dos colores en papel bond 80g.
2. Tarjetas de presentación impresas en cartulina Gilgrest a dos colores, sólo tiro.

BOLETÍN

1 Folio 17"x 11" (medida abierta) impreso tiro y retiro, impresión litográfica en papel bond 90g. en blanco y negro con siza en el medio.

Editora Panamericana cotizó este material incluyendo negativos, en un tiraje de 4,500 unidades en Q1,960.00 (Ver Anexos)

MAPA

Dos Piezas:

1. Portada y contraportada a manera de bifoliar impreso sólo tiro, en litografía, en texcote calibre 12 a una medida abierta de 16.75"x6.5" full color.

2. Interior: impreso en litografía, en papel bond 90g. tiro y retiro, full color, a la medida de 16.5"x11" con guía de dobleces no tradicionales.

Editora panamericana cotizó la impresión de 200,000 mapas con sus dos piezas y armados en Q265,800.00 (Ver Anexos)

PRESUPUESTO DE DISEÑO

Por elaboración de imagen corporativa, incluye logotipo, papel membretado y tarjeta de presentación, Q1,800.00

Por creatividad y elaboración de artes finales de mapa pictórico de los Museos de la Ciudad de Guatemala y Antigua Guatemala, Q 4,500.00

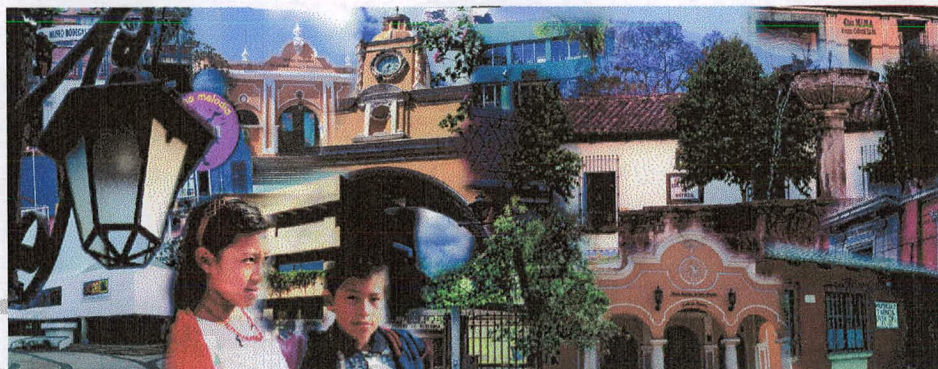
Por diseño y diagramación de boletín informativo "A Puertas Abiertas", Q1,200.00

Por desarrollo de layout para presentación multimedia, Q300.00



MUSEOS

DE GUATEMALA



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

MUSEOS
DE GUATEMALA

CONCLUSIONES

La imagen institucional de la Asociación de Museos de Guatemala, contempla muchos elementos y detalles adicionales a su logotipo, papelería, slogan y formato para presentaciones multimedia.

La imagen institucional la conforman todos aquellos elementos que muestran lo que una organización es y una vez colocadas las bases, como es el caso de la AMG, requiere meticoloso seguimiento para garantizar su fortalecimiento constante. De este modo la imagen institucional va cobrando poco a poco más valor para quienes siguen de cerca sus actividades o para el público en general, provocando el respeto y por tanto la aceptación crédula de lo que la entidad dice o recomienda.

Parte del fortalecimiento de la Asociación se construirá a través del boletín a puertas abiertas. Existe gran cantidad y variedad de información que se puede ofrecer a través de un material como este y es importante tomar en cuenta la opinión y la expresión de todos los que de alguna manera están involucrados en la comunidad museística de Guatemala.

El diseño gráfico juega en este proceso un papel protagonista ya que está poniendo a prueba la posibilidad de dar inicio a una nueva cultura de museos utilizando sus herramientas más valiosas de comunicación visual.

El mapa pictórico constituye un verdadero reto si se da seguimiento al proceso y atención suficiente a la implementación recomendada.

El proceso de creación de este tipo de materiales hace aflorar situaciones sobre cada uno de los museos que a veces son desconocidas incluso para sus propios dirigentes. Al ver las fotos de las fachadas, se dan cuenta que su rótulo no se ve, que las paredes están ya muy sucias o que su ubicación no es de tan fácil acceso, aspectos que van en detrimento de los museos y que, apesar de que no era objetivo de este proyecto encontrar, salieron a luz y fueron de gran utilidad para el mejoramiento de los mismos.



RECOMENDACIONES

Es recomendable revisar constantemente los factores de la imagen institucional que constituyen herramientas valiosas para el crecimiento de la Asociación y tomar en cuenta que el trabajo realizado en este proyecto en relación a la imagen corporativa es un punto de partida que establece lineamientos de uso que deben ser respetados para proyectar una imagen consistente.

Constantemente será necesario tomar nuevas acciones en relación a la imagen institucional, es recomendable anotar que este factor abarca decoración de las instalaciones hasta las notas vía email pues todo debe concordar con un estilo y una personalidad.

Sería apropiado, conformar un equipo de personas que tengan a su cargo la recolección de información para el boletín A Puertas Abiertas, se puede por ejemplo asignar como tarea adicional a uno de los miembros que reciba en su dirección electrónica las noticias de los museos, a otro que se encargue de los avisos de empleo, etc. Por el tamaño del boletín y al periodicidad con que se propone publicarlo, es factible que se maneje en coordinación con el trabajo diario.

Es indispensable que toda la información recopilada se entregue al diseñador de dos a tres semanas antes de la fecha de impresión para contar con tiempo suficiente para captar más información si hiciera falta, cancelaciones e inconveniencias que puedan surgir en el proceso.

Es necesario que a partir de que se ponga en marcha el proyecto y empiece a correr su año de vigencia, se inicie con el proceso formal de la creación del segundo mapa pictórico, la Asociación deberá definir con cuál de las áreas geográficas se continúa el proceso para iniciar el recorrido de toma de fotografías que es una de las etapas más largas del proceso.

Vale la pena tomar en cuenta que el proceso de revisión, una vez terminado es bastante largo, pues cada director de museo debe revisar y corroborar sus datos o actualizar la información que haya podido variar durante los meses de trabajo.

Además, se recomienda iniciar un proceso de búsqueda de nuevas oportunidades de llegar a los guatemaltecos por diferentes medios, para que el



MUSEOS

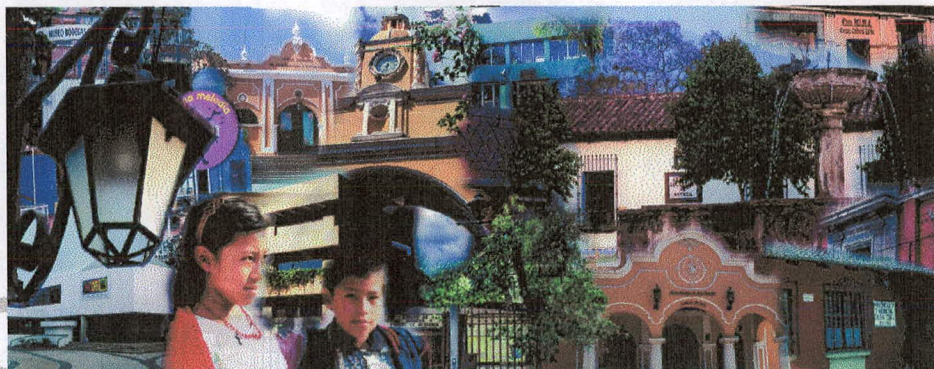
DE GUATEMALA

primer contacto que está a punto de establecerse no sea el último y que la semilla que se está sembrando hoy florezca en una cultura de museos donde estos lleguen a ser verdaderos eslabones de la educación y fuente de saber popular.



MUSEOS

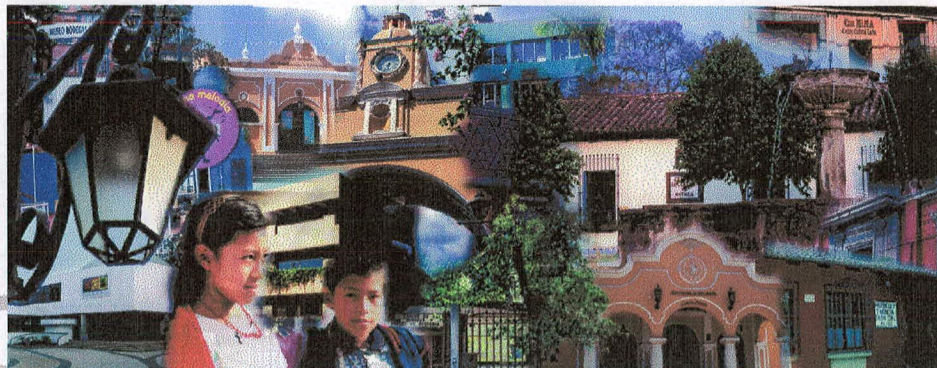
DE GUATEMALA



III PARTE

MUSEOS

DE GUATEMALA



BIBLIOGRAFIA

MUSEOS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DE GUATEMALA

- Argueta, María Esperanza; Chin, Erick; Del Valle, Ana Violeta; Méndez, María Eugenia; Obregón, Luis Rodolfo; Salazar, Magda. Plan Director para la Sistematización de la red nacional de Museos 1,992 - 2,000. Editorial Cediguat. Guatemala, Guatemala. 1,994.
- Castañeda Asturias, Guisela. Tesis: Centro Artesanal en Museo Santiago Atilán Departamento de Sololá. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 1988. Págs. 109-136.
- ENCICLOPEDIA SALVAT Salvat Editores, S.A. Barcelona, España, 1971.
- García, Axel. Tesis: Manual de Operación y Administración para los Museos de Guatemala. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 1992.
- González, Doris. Tesis: Importancia que tiene el Diseño Gráfico como Imagen de una Empresa. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 1992.
- <http://www.cempro.com/museo.htm>
- <http://www.geocities.com/psicoresumenes/public/percepcion.htm>
- http://www.ilam.org/gt//guat_main.html
- <http://www.inguat.net/ingues/esarcmuseum.html>
- <http://www.mirros.irasrv.net.il/vlmp/latin-america.html>
- <http://www.popolvuh.ufm.edu.gt/Español>
- <http://www.ufm.edu.gt/ufm/cultura/ixchel.htm>
- Lee Martínez, Larry. Tesis: Uso del Contraste en los Logotipos Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 1991.
- Lynton, Norbert. Ver el Arte. Traducción de Mariano Navarro y Miguel Martínez-Lage. Editorial Herman Blume. España. 1985. Págs. 7-11.
- Méndez Arriaza, Ligia. Tesis: Y Cómo se le ocurrió esto a este fulano. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 1998.
- Montaner, J. Nuevos Museos. Editorial Gustavo Gilli, S.A. España 1990.
- Ovalle Aguilera, Mario Rodolfo. Tesis: Museo de Ciencia y Tecnología Alimentaria para Niños. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 1994. Págs 39-43.
- Ramírez, Ana Sylvia. Artículo: Museums for Everyone. Revista Revue. Revue Magazine. Guatemala. Ed. No.5 Agosto, 2000. Pág. 10.

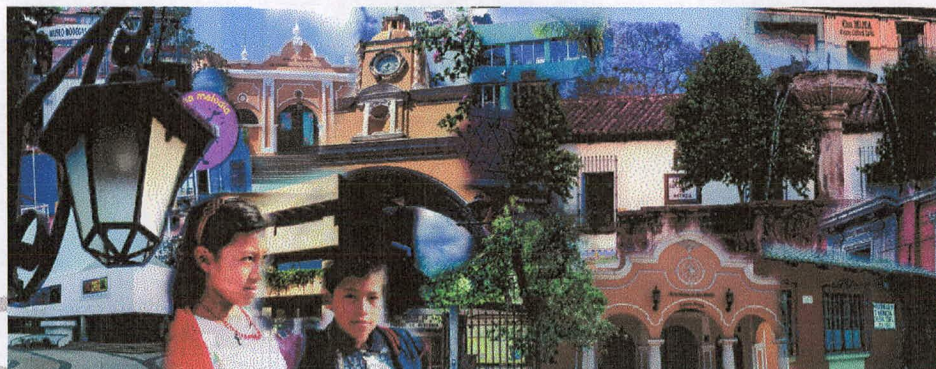


- Rietti López, Dino Francisco. Tesis: Museo de Investigación Científica. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 1983. Págs. 1-7.
- Costa, Johan. Imagen Global. Grupo Editorial Ceac, S.A.. Barcelona, España. 1997.
- Blume, Herman. Haga usted mismo su Diseño Gráfico. Herman Blume Central de Distribuciones, S.A.. Madrid, España. 1989.
- Rice, F. Phillip. Desarrollo Humano. Traducción del inglés de la obra Human Development. Practice-Hall Hispanoamericana, S.A. 1997.
- Díaz Cuevas, Eva; Vargas Florido, Maria Elena. Tesis: El Diseño Gráfico en la Diagramación. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 1989.
- Braham, Bert. El Manual del diseñador Gráfico. Traducción del inglés de la obra The Graphic Arts Studio Manual. Celeste Ediciones. Madrid, España. 1991.
- Fuentes Sánchez, María de los Angeles. Tesis: Internet en Guatemala: Un Medio de Comunicación. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 1998.
- Méndez, Claudia. Tesis: Publicidad Social, un medio para promover el desarrollo de la Sociedad. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 1999.
- Mendal Sommarriba, Carmen. Tesis: Reglamentación y Regulación de la Publicidad en Guatemala. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 1998.
- Mencos, Carmen Patricia. Tesis: Guía Práctica para la Elaboración de Un Plan de Medios. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 1999.
- Sandoval, Melba Haydee. Tesis: La Publicidad a través de los Medios de Comunicación Tradicionales, versus la Publicidad en Internet. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 2000.



MUSEOS

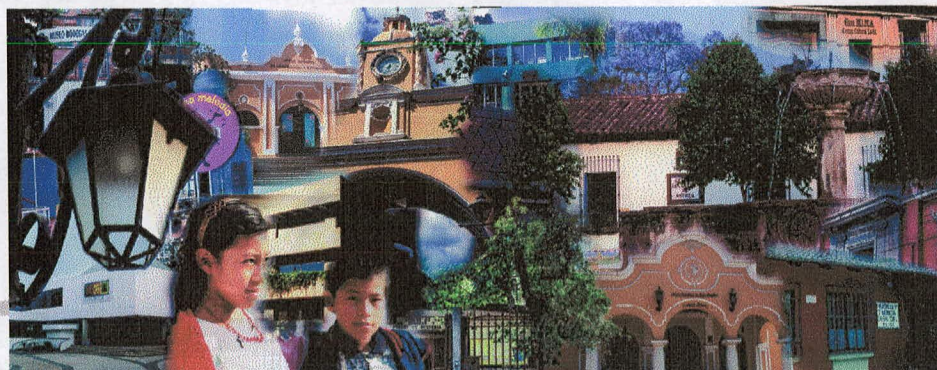
DE GUATEMALA



ANEXOS

MUSEOS

DE GUATEMALA



ANEXO 1

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Museo: _____

1. Cuenta con señalización? Exterior ☐ SI ☐ NO Interior ☐ SI ☐ NO

2. ¿Cumple esta con su objetivo? MAL 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - EXCELENTE

3. ¿Cuenta el museo con información impresa? ☐ Afiches
☐ Folletos, bifolios o unifolios
☐ Mapa o plano del museo
☐ Guía de visita
☐ Credenciales para cada muestra
☐ Material de invitación al público

4. ¿Cuenta el museo con guías especializados? ☐ SI ☐ NO

5. La apariencia física del museo, ¿Es estéticamente agradable? ☐ SI ☐ NO

6. En cuanto al servicio a los visitantes: 1=malo 2=regular 3=buena 4=excelente

☐ Atención del personal ☐ Ubicación ☐ Parqueo ☐ Seguridad (delincuencia callejera) ☐ Amplitud de espacios interiores

DATOS DEL MUSEO

Tema: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____

E-mail: _____

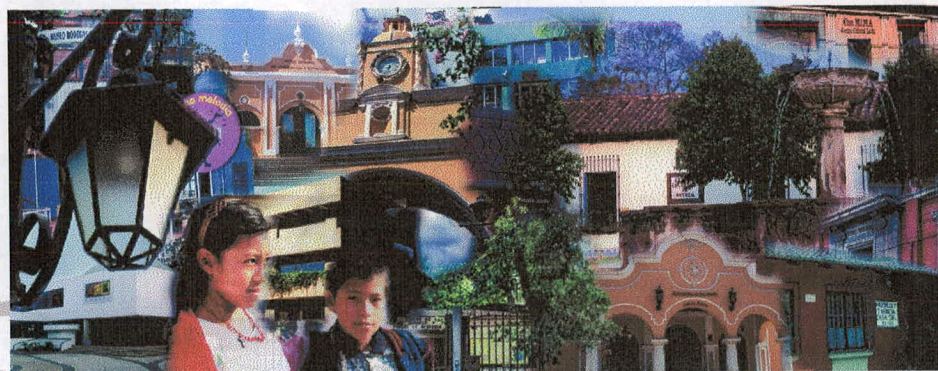
Horario de atención al público: _____

Nombre del Director (a) del museo: _____



MUSEOS

DE GUATEMALA



ANEXO 2

CUESTIONARIO

Gracias por tomarse unos minutos de su tiempo para responder a las siguientes preguntas. El presente cuestionario es parte del proyecto de tesis de la Srita. Lucía Alejandra Sanabria, estudiante de Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar.

Respuesta corta o selección:

1. ¿Cómo se clasifica el museo que usted dirige?
 Por su manutención: ☐ Estatal ☐ Privada ☐ Universitaria
 Si es privado, ¿Qué empresa o empresas lo apoyan? _____
 Por su tipo y tema ☐ De Arte ☐ De Ciencias Naturales
☐ De Arte Moderno ☐ Museo Regional
☐ De Historia y Arqueología ☐ Científico y Técnico
☐ De Etnografía y Folklore ☐ Universitario
☐ Al Aire Libre
 ¿Cuál fue el primer museo de este tipo que existió en Guatemala? _____
2. ¿Cuentan actualmente con proyectos para promover el museo? ☐ SI ☐ NO
 ¿De qué tipo? _____
3. ¿Cuenta el Museo con Imagen Gráfica? ☐ SI ☐ NO
 Subraye: Logotipo Papel membretado Tarjetas de Presentación Carpetas Sobres Otros ¿Cuales? _____
4. ¿Cuenta este museo con material impreso? ☐ SI ☐ NO
 Subraye: Afiches Volantes Postales Folletos Guías de Visita Mapas otros ¿Cuales? _____
5. ¿Cuenta el museo con artículos promocionales? ☐ SI ☐ NO
 Subraye: Playeras Gorras Llaveros Lapiceros Calendarios Vasos Otros ¿Cuales? _____
6. ¿Cuenta este museo con programas escolares anuales? ☐ SI ☐ NO
7. ¿Entre qué rango de edades se encuentran principalmente sus visitantes? (puede subrayar varios)
☐ -3 a 10 años ☐ 11 a 16 ☐ 17 a 24 ☐ 25 a 45 ☐ de 46 años en adelante
8. La mayoría de sus visitantes son: ☐ Nacionales ☐ Extranjeros
9. La mayoría de sus visitantes pertenecen al Nivel socioeconómico ☐ A ☐ B ☐ C ☐ D
10. El rango de visitantes mensuales es de
☐ Menos de 1000 personas ☐ De 1000 a 2000 ☐ De 2000 a 4000 Más ¿Cuántos? _____
11. ¿Por qué considera usted importante que los guatemaltecos visiten este museo? _____

12. ¿Qué cree que es lo más atractivo de este museo para los visitantes? _____
13. ¿Pertenece este museo a alguna Asociación? ☐ SI ☐ NO ¿A cuál? _____

14. De 1 a 10 en que uno representa el mínimo ¿Como calificaría usted el interés de los guatemaltecos por visitar los museos de su país?
15. ¿A qué cree que se deba?

16. ¿Existe un grupo específico al que usted considere importante informar sobre este museo? ☐ SI ☐ NO
¿Cuál?

Gracias nuevamente. Para armar un registro de museos de Guatemala, por favor sírvase llenar los siguientes datos con la mayor exactitud posible:

Nombre Completo del Museo: _____

Dirección: _____

Código Postal: _____

Teléfono y Fax: _____

E-mail: _____

Horario de atención al público: _____

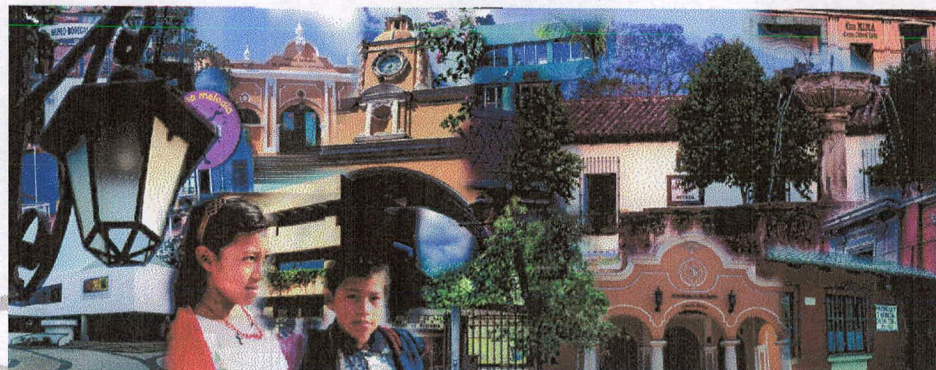
Nombre completo del Director (a) del Museo: _____

Fecha de hoy: _____



MUSEOS

DE GUATEMALA



ANEXO 3

GUIA DE ENTREVISTA #1

Presentación con el Sr. Roberto Anleu
Explicación del proyecto

Temas a tratar durante la entrevista

1. ¿Qué es la museología?
2. ¿Existe el estudio de la museología en Guatemala?
3. ¿Cómo ve la situación actual de los museos guatemaltecos?
4. ¿Según la museología como debe promoverse a un museo y con quienes?
5. ¿Cómo puede intervenir el diseño gráfico en la museología?
6. Observación dentro de Casa Museo Internacional de Movimiento Artístico (M.I.M.A.)

¿Cuenta el museo con señalización? Exterior ☐ SI ☐ NO Interior ☐ SI ☐ NO

¿Cumple esta con su objetivo? MAL - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - EXCELENTE

¿Cuenta el museo con información impresa?

- ☐ Afiches
- ☐ Folletos, bifoliales o unifoliales
- ☐ Mapa o plano del museo
- ☐ Guía de visita
- ☐ Credenciales para cada muestra
- ☐ Material de invitación al público

¿Cuenta el museo con guías especializadas? ☐ SI ☐ NO

La apariencia física del museo, ¿Es estéticamente agradable? ☐ SI ☐ NO

En cuanto a servicio a los visitantes: 1=malo 2=regular 3=bueno 4=excelente

☐ Atención del personal ☐ Ubicación ☐ Parqueo ☐ Seguridad (de delincuencia callejera) ☐ Amplitud de espacios interiores

DATOS DEL MUSEO

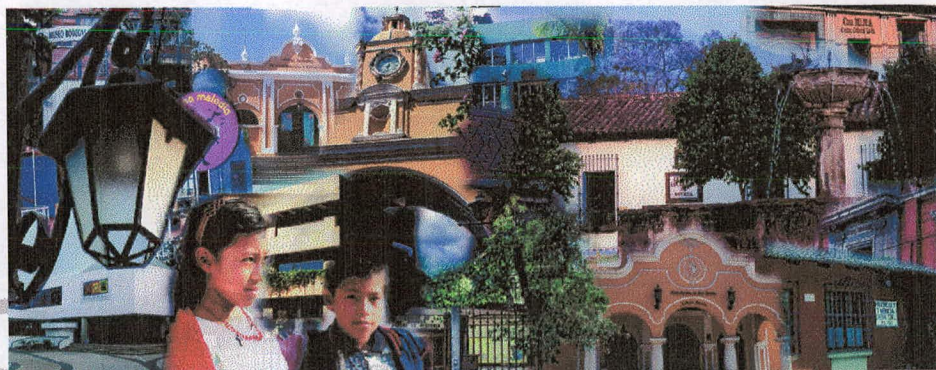
Dirección _____

Teléfono _____

e-mail _____

Horario de atención al público _____

Nombre del Director (a) _____



MUSEOS

DE GUATEMALA

ANEXO 4

GUIA DE ENTREVISTA #2

Presentación con la Srita. Lucía Prado
Explicación del proyecto

Temas a tratar durante la entrevista

1. ¿Quién y dónde fundó el primer museo de Guatemala?
2. ¿Dan trato especial a las piezas que pertenecieron a ese museo?
3. ¿Cómo llegaron a ese museo las piezas?
4. Observación dentro del Museo de Historia Natural

¿Cuenta el museo con señalización? Exterior ☐ SI ☐ NO Interior ☐ SI ☐ NO

¿Cumple ésta con su objetivo? MAL - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - EXCELENTE

¿Cuenta el museo con información impresa?

- ☐ Afiches
- ☐ Folletos, bifoliales o unifoliales
- ☐ Mapa o plano del museo
- ☐ Guía de visita
- ☐ Credenciales para cada muestra
- ☐ Material de invitación al público

¿Cuenta el museo con guías especializados? ☐ SI ☐ NO

☐ S ☐ N

o4=excelent

O

e
☐

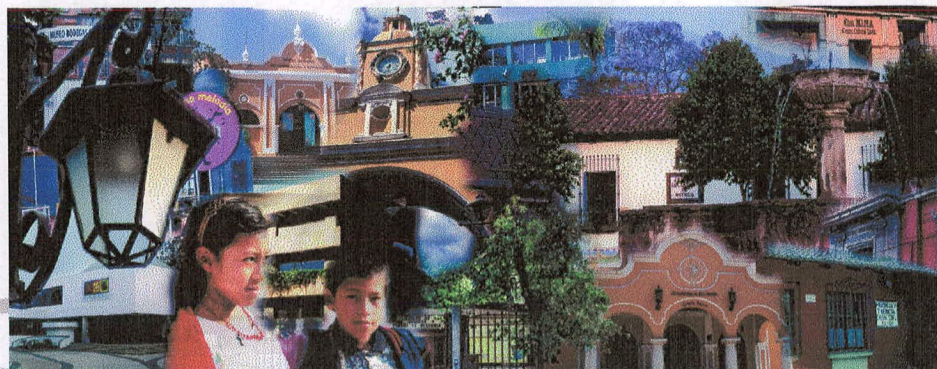
I ☐ Ubicación ☐ Parqueo ☐ Seguridad (de delincuencia callejera) ☐ Amplitud de espacios interiores

O
n
o
l
o



MUSEOS

DE GUATEMALA



ANEXO 5

Universidad Rafael Landívar
Proyecto de Tesis
Lucía A. Sanabria

VALIDACIÓN TÉCNICA DE LA PROPUESTA DE DISEÑO

Dar una breve introducción al entrevistado y proceder a explicar:

1. El objetivo y función general para los que fue creada la Asociación de Museos de Guatemala
2. Definir la personalidad que dicha organización quiere proyectar
3. Mostrar el logotipo,

En base a las definiciones ofrecidas y de acuerdo a su criterio como profesional del Diseño Gráfico, por favor responda a las siguientes preguntas relacionadas a la imagen institucional de la AMG, calificando de 1 a 10, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 10 totalmente de acuerdo.

LOGOTIPO

1. ¿Es representativo de una institución nacional de este tipo? _____
2. ¿Es apropiada la tipografía? _____
3. ¿Está bien logrado el grafismo? _____

PAPEL MEMBRETADO Y TARJETA DE PRESENTACIÓN

1. ¿Es visualmente agradable la diagramación de ambas piezas? _____
2. ¿Es apropiada la combinación de color? _____
3. ¿Le parece acorde con la personalidad descrita? _____

A continuación se presenta el boletín, dando tiempo suficiente para que sea revisado completo.

En relación al boletín responder de acuerdo al mismo criterio de calificación:

BOLETÍN A PUERTAS ABIERTAS

1. ¿Cumple con los requerimientos de un material informativo de su tipo? _____



2. Para ser una muestra de lay out ¿Contiene la variedad de posibilidades suficientes como para ser re-diagramado posteriormente de acuerdo a nuevos contenidos? _____
3. ¿Considera que si se imprimiera en full color cumpliría mejor con su cometido? _____
4. ¿Es visualmente agradable y de clara secuencia de lectura? _____
5. ¿Es apropiada la mezcla de tipografías? _____

Luego se muestra el mapa pictórico y de igual manera, se le da el tiempo que sea necesario para que el material sea revisado por completo

MAPA PICTÓRICO

1. ¿Es su tamaño apropiado y de clara legibilidad? _____
2. ¿Es coherente la combinación de fotografía ilustración y tipografía? _____
3. ¿Le parece un material apropiado para todo público? _____
4. ¿El formato y sus dobleces son de fácil manipulación? _____
5. ¿Considera que los acabados finos harían alguna diferencia? _____
6. ¿Le parece suficiente la información proporcionada? _____

Finalmente, se muestra la presentación en Power Point explicando que la idea es establecer un formato que la Asociación pueda emplear posteriormente para preparar sus propias presentaciones de proyectos a empresarios o informes de cualquier tipo.

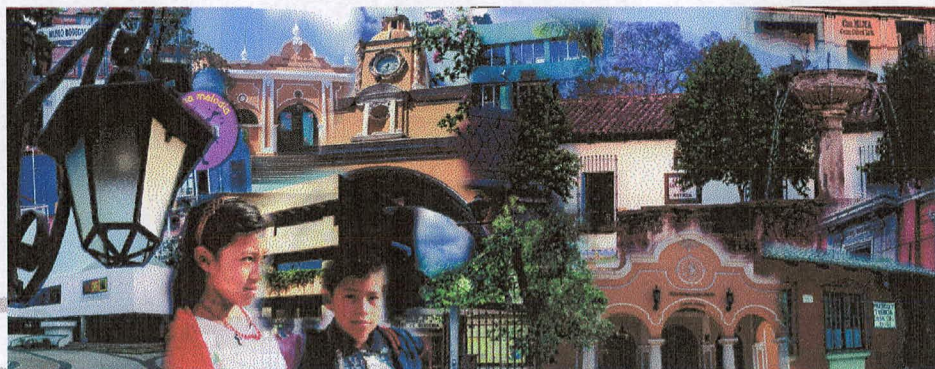
MULTIMEDIA

1. ¿Considera apropiado el estilo de diseño para hacer presentaciones a empresarios a nivel gerencial y ejecutivo? _____
2. ¿Considera indispensable la aparición constante del logo de la AMG como formato institucional? _____
3. ¿Le parece coherente con la personalidad de la Asociación? _____
4. ¿En su opinión, esta muestra sería fácil de reemplazar con nuevos contenidos? _____



MUSEOS

DE GUATEMALA



ANEXO 6

MUSEOS DE GUATEMALA

GO
LIBRERIA PANAMERICANA

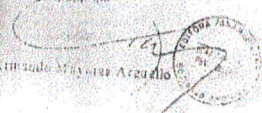
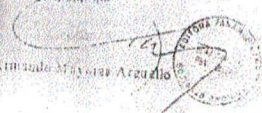
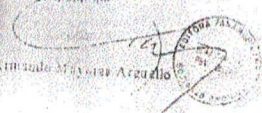
Comprobante 11 de Agosto de 2003

GENORTE
LIBRERIA SANABRIA
PRINTEP

CANTIDAD	DESCRIPCION	TOTAL
200,000	HOJAS INTERIORES FULL COLOR TIRO Y RETIRO BORDO 90 16 1/2 x 16"	Q. 119,300.00

SUBTOTAL IVA Y REPARACIONES

Sin otro particular

Atestado por
Atestado por: 
Atestado por: 
Atestado por: 

GO
LIBRERIA PANAMERICANA

Comprobante 13 de Agosto de 2003

GENORTE
LIBRERIA SANABRIA
PRINTEP

CANTIDAD	DESCRIPCION	TOTAL
200,000	FORTADAS FULL COLOR TIRO EXCOTE 12 16 3/4 x 16 5/8 s/Barniz	Q. 146,500.00
100,000	IDBM PERO CON BARNIZ	Q. 158,000.00

SUBTOTAL IVA Y REPARACIONES

Sin otro particular

Atestado por
Atestado por: 
Atestado por: 
Atestado por: 



