



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

***DISEÑO VISUAL DE
PÁGINA WEB INFORMATIVA
PARA EL MUSEO NACIONAL DE
ARQUEOLOGÍA Y ETNOLOGÍA DE
GUATEMALA, DIRIGIDA A LOS
ESTUDIANTES DE NIVEL MEDIO Y
PROFESIONAL CON ESPECIALIDAD EN
HOTELERÍA Y TURISMO.***

JOSUÉ AÁRON MOLLINEDO RODRÍGUEZ

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2018.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

FACULTAD DE ARQUITECTURA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

*DISEÑO VISUAL DE PÁGINA
WEB INFORMATIVA
PARA EL MUSEO NACIONAL DE
ARQUEOLOGÍA Y ETNOLOGÍA
DE GUATEMALA, DIRIGIDA A
LOS ESTUDIANTES DE
NIVEL MEDIO Y PROFESIONAL
CON ESPECIALIDAD EN
HOTELERÍA Y TURISMO.*

PRESENTADO POR:

**JOSUÉ AÁRON
MOLLINEDO RODRÍGUEZ**

AL CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
DISEÑO GRÁFICO CON ÉNFASIS INFORMÁTICO
VISUAL, ESPECIALIDAD MULTIMEDIA

“EL AUTOR ES RESPONSABLE DE LAS DOCTRINAS SUSTENTADAS, ORIGINALIDAD Y CONTENIDO
DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN, EXIMIENDO DE CUALQUIER RESPONSABILIDAD A LA FACULTAD
DE ARQUITECTURA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS”

NÓMINA DE AUTORIDADES



DECANO	DR. BYRON ALFREDO RABE RENDÓN
VOCAL I	ARQ. GLORIA RUTH LARA CORDÓN DE COREA
VOCAL II	ARQ. SERGIO FRANCISCO CASTILLO BONINI
VOCAL III	MSC. ARQ. ALICE MICHELE GÓMEZ GARCÍA
VOCAL IV	BR. KEVIN CHISTIAN CARRILLO SEGURA
VOCAL V	BR. IXCHEL MALDONADO ENRÍQUEZ
SECRETARIO	MSC. ARQ. PUBLIO ALCIDES RODRÍGUEZ LOBOS



TRIBUNAL EXAMINADOR

DR. BYRON ALFREDO RABE RENDÓN	DECANO
LIC. OTTO VALLE BONILLA	ASESOR
LIC. FERNANDO FUENTES	CONSULTOR
LIC. CLAUDIA LEAL	CONSULTOR
MSC. ARQ. PUBLIO ALCIDES RODRÍGUEZ LOBOS	SECRETARIO

AGRADECIMIENTOS

A MIS PADRES

Agradezco primordialmente a mis padres, por su constante e incondicional apoyo en todos sentidos en esta etapa profesional de mi vida. Sin duda alguna el impulso que me dieron bajo principios y valores, hace que busque ser una mejor persona; seguir creciendo profesionalmente.

A MI ABUELA SANTOS

Quien me enseñó a encontrar la fuerza para forjar el carácter y encontrar el tiempo justo para el amor.

A MI TÍO ARMANDO

Por ser un pilar en la familia y tener la paciencia al transmitir sus conocimientos como un buen amigo, más que un tutor.

A MI HERMANA

Quien fue un apoyo en todo momento, en toda su existencia.

A MIS CATEDRÁTICOS

Mis más sinceras gracias, por brindar su voz, sus fuerzas, por compartir su sabiduría y por iluminar el camino de sus estudiantes.

***LOS MUSEOS DE
VERDAD SON LOS
SITIOS EN LOS
QUE EL TIEMPO SE
TRANSFORMA EN
ESPACIO.***

ORHAN PAMUK

ÍN —
— *DI*
CE

CAPÍTULO No. 01

Introducción	P. 03
Antecedentes	P. 04
Problema	P. 04
Justificación	P. 05
Objetivo de Comunicación	P. 08

CAPÍTULO No. 02

Descripción de la Institución	P. 10
Objetivos	P. 12
FODA	P. 13
Perfil del Grupo Objetivo	P. 14

CAPÍTULO No. 03

Conceptos Fundamentales	P. 20
Conceptos de Diseño	P. 22
Conceptualización	P. 29
Concepto Creativo	P. 29
Diseño de Plataforma Web	P. 30

CAPÍTULO No. 04

Validación	P. 42
Resultados	P. 44
Propuesta Final	P. 46
Fundamentación Técnica	P. 52
Conclusiones	P. 56
Recomendaciones	

CAPÍTULO No. 05

Lecciones Aprendidas	P. 58
Presupuesto	P. 59
Referencias	P. 60

ANEXOS

Glorario	P. 61
Bibliografía	P. 63
Anexos	P. 66

CAPÍTULO

No.01

Introducción	P. 03
Antecedentes	P. 04
Problema	P. 04
Justificación	P. 05
Objetivo de Comunicación	P. 08

INTRODUCCIÓN

Las páginas web son una fuente de información directa, específica y especializada, en donde la o el interesado puede buscar y encontrar la información total o parcial que le ayudará como fuente alterna a la solución de su búsqueda, debido a la versatilidad del uso de información.

Los museos son portales físicos de conocimiento que recopilan información por medio de informes, gráficas e investigaciones, esta información es de uso público para él o los interesados. Debido a la falta de fuentes de información sobre el uso correcto de dichas instituciones, esta información y la falta de accesibilidad a la información digital, la información quedan en desuso o se da el uso inadecuado.

A continuación se presenta una propuesta de portal web de carácter informativo que posee como finalidad facilitar la información de los museos, permitiendo mostrar los servicios con los que disponen, incentivar y despertar el interés en el espectador a través de la filosofía de los mismos.

Se trabajó con la Dirección General de Museos, la cual es una fuente accesible de información cultural

y científica de nuestro país, Guatemala, que recopila la información especializada que se maneja en cinco museos nacionales de Guatemala:

Museo de Arte Moderno, Museo de Historia Nacional, Museo de Historia Natural, Museo del Ferrocarril y el Museo de Arqueología y Etnología.

Debido que en la actualidad los museos de Guatemala no poseen un portal o canal virtual de comunicación correctamente actualizado tomando como referencia la web 2.0 y valiéndose de uno de los objetivos específicos que indica que su función es el facilitar y difundir la información con fines educativos, se dispone a complementar dicho objetivo a través de la propuesta de página web enfocada a la Dirección General de Museos y puntualiza directamente en el Museo de Arqueología y Etnología con el fin de brindar un sitio web actualizado, agradable, flexible, de fácil acceso y sobre todo un canal virtual que comunique la información certificada y de carácter profesional de la cual se dispone.

01. ANTECEDENTES

La conservación de información a través del tiempo convierte a los museos en recopiladores de información certificada y oficial.

En Guatemala estas instituciones son centros especializados que poseen la capacidad de trabajar y clasificar información cultural y científica certificada de nuestro país y su historia a través de profesionales especializados, cada uno en el perfil que cada institución maneja.

Actualmente el museo nacional de Arqueología y Etnología de Guatemala posee un sitio web que se encuentra desactualizado, dicha institución cuenta con perfiles en redes sociales como medios de información al público en general.

02. PROBLEMA

En la actualidad (2013), el Museo Nacional de Arqueología y Etnología se encuentra con un déficit en los recursos que brinden la información de todos los servicios que se pueden adquirir en dicha institución. Debido a lo mencionado anteriormente se desconoce el funcionamiento del museo y se desaprovecha su potencial como fuente de información científica del patrimonio nacional.

Por lo que se hace necesario la creación de un portal que facilite a los estudiantes interesados los datos necesarios que el museo pueda brindar y complementar sus inquietudes e investigaciones.

03. JUSTIFICACIÓN

3.1 MAGNITUD

Según el sitio web www.museoscentroamericanos.net en el 2013 hay 35 museos públicos solo en la capital, 11 regionales y 27 museos privados de los cuales 16 cuentan con un sitio web básico con la información vital de la institución, los otros se puede tener accesos a su información de contacto a través de directorios digitales.

Se debe tomar en cuenta los objetivos generales de los centros, espacios culturales y museos en Guatemala, cuyo enfoque es la difusión de la información con el fin de informar o educar acerca de los patrimonios naturales y culturales del país.

Según datos que nos brinda la dirección de museos de Guatemala en sus estadísticas generales se muestra que el 15% de las personas que visitan el museo de arqueología son estudiantes de alguna área a fin con fines de investigación.

Siendo el museo una organización que conserva cantidades de información catalogada y coordinada, esta debería de poseer la capacidad de transmitir información con fines educativos de forma accesible.

En Guatemala no cuenta actualmente con una fuente de información certificada por especialistas en el área de etnológica y arqueológica; accesible, libre para cualquier interesado. En internet existen información que no está certificada y, sin embargo es accesible para los estudiantes. Esto conlleva a grados de desinformación, derivados de la gran cantidad de información de carácter dudoso existentes en la red. Un sitio web que es capaz de difundir e informar, datos precisos en relación a conocimientos del área etnológica y arqueológica, cuyo beneficio sea principalmente para estudiantes de una carrera especializada.

3.2 TRASCENDENCIA

Si la indiferencia que existen entre el público que es estudiante y los museos continúa, es inevitable considerar como posible la desacreditación de los mismos, como entidades educativas, y calcándolos bajo el concepto de galerías.

La desinformación creada por diversas fuentes no certificadas y en muchos otros casos desarrollada fuera del país, situando en este caso la información digital, se encuentra claramente que esta posee una mezcla de información etnológica ajena al territorio guatemalteco.

Una de las múltiples ventajas de un portal virtual es la facilidad de acceso que posee el interesado en este caso la población estudiantil al interactuar mediante dicho sitio, creando el acercamiento deseado entre el grupo objetivo y la institución.

Es necesario crear una identificación más estrecha entre el público y los centros culturales y museos, por la cual, es indispensable un acercamiento a través de métodos interactivos, que busque la formación educativa y cultural.

3.3 VULNERABILIDAD

A través de mecanismos basados en las disciplinas del diseño gráfico, el desarrollo visual de un sitio web contribuirá creando una interacción con el público en este caso en orden de categorías, los estudiantes de primer grado son los de alguna carrera especializada, segundo grado estudiantes de educación básica y de tercer grado estudiantes de educación primaria hacia el ente cultural en este caso el museo, dando a conocer la importancia de dicha institución como sus funciones y la información disponible. Este será capaz de proveer información certificada y orientada al patrimonio cultural, etnológico y arqueológico del territorio nacional.

3.4 FACTIBILIDAD

En base a datos recabados en reuniones realizadas en julio de 2012 con la Dirección General de Museos, entidad que esta a cargo del Museo de Arqueología y Etnología, el interés por la divulgación y estructura digital se presenta como una oportunidad para la divulgación de información y sus actividades científicas y culturales.

El proyecto se basa en facilitar el acceso por un medio de comunicación de gran alcance y cuya vida sea prolongada hasta la actualización de nuevas tecnologías. Con la ventaja de ser administrable por un software libre que se integra a redes sociales y puede ser manejado por una sola persona.

Esto lo convierte en un proyecto de carácter informativo y de fácil acceso a la población.

04. OBJETIVOS

4.1 GENERAL

Desarrollo visual de una página web de carácter público que posea la información certificada del Museo Nacional de Arqueología y Etnología de Guatemala con el fin de informar a estudiantes con carreras especializadas o afines al perfil de la institución.

4.2 ESPECÍFICOS

- Proveer al Museo Nacional de Arqueología y Etnología un diseño de interfaz de carácter accesible con la finalidad de facilitar la información al interesado.
- Informar a los estudiantes o público interesado sobre la información y actividades del Museo Nacional de Arqueología y Etnología según sus carácter cultural y científico.

CAPÍTULO

No.02

Descripción de la Institución	P. 10
Objetivos	P. 12
FODA	P. 13
Perfil del Grupo Objetivo	P. 14

05. PERFIL DEL CLIENTE

5.1 HISTORIA DEL PRIMER MUSEO NACIONAL

En la página de internet del museo de Arqueología y Etnología se indica lo siguiente:

El primer Museo de Guatemala se inauguró el 7 de enero de 1866 y fue conocido como el Museo de la Sociedad Económica de Amigos del País, ubicado en el lugar que hoy ocupa el Congreso de la República.

El 30 de junio de 1898 se ordenó la creación del primer Museo Nacional para solemnizar el XXVII aniversario de la Revolución Liberal de 1871. Las instalaciones de este Museo se situaban en el Palacio de La Reforma, al final de la actual Avenida de La Reforma y fue destruido por los terremotos de 1917-1918.

El Museo volvió a funcionar de 1921 a 1926 en la antigua Iglesia de El Calvario y luego, en 1931, se trasladó al Salón del Té, un edificio localizado en el centro del Parque Zoológico La Aurora.

A causa de la remodelación de este salón, el Museo se reubicó en 1946, en la sede que ocupa actualmente, el Salón 5 de la Finca La Aurora, en los terrenos donde se realizaba la Feria de Noviembre para el presidente Jorge Ubico. Las nuevas instalaciones fueron arregladas entre 1946 y 1947, tras lo cual se abrió al público en septiembre de 1948. En los años setenta se decidió hacer una reestructura y cambiar la exhibición permanente como se puede observar en la actualidad.

El Museo ofrece oportunidades para que voluntarios, estudiantes y profesionales, aprendan y aporten nuevos conocimientos.

Entre sus actividades más importantes se encuentra el Simposio Anual de Arqueología, exposiciones nacionales e internacionales, así como programas educativos.

5.2 DIRECCIÓN GENERAL DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES

Según información que brinda La Dirección de Museos y Centros Culturales, es una institución sin fines de lucro dependiente del Ministerio de Cultura y Deporte, que tiene como finalidad el fortalecer la red Guatemalteca de Museos.

5.3 MISIÓN

Reunir, investigar, conservar, restaurar, exhibir y divulgar el patrimonio arqueológico y etnológico de los guatemaltecos.

5.4 VISIÓN

Ser la institución pública líder en promover los aspectos culturales que sirvan para la educación y recreación del público en general por medio de una exhibición de alta calidad bien planificada, organizada y montada, utilizando los conceptos base de museología y museografía, para así transmitir una experiencia completa.

5.5 OBJETIVOS

- Por medio de la investigación, reunir información que complemente el contenido de la exhibición
- Lograr niveles óptimos de conservación para proteger y así, prolongar la vida de los objetos que conforman parte de nuestro patrimonio cultural.
- Presentarle al público la historia de la cultura maya por medio de una exhibición planificada, ordenada y concisa para que sea una herramienta en el conocimiento y difusión de la misma.
- Divulgar, por los diferentes medios de comunicación, información complementaria a la exhibición permanente y sobre las diversas actividades que se realizan en el museo.

06. FODA

6.1 FORTALEZAS

- Posee el acceso a cantidad diversa de información.
- Se apoya de información certificada por profesionales.
- Institución con diversas actividades culturales.
- Actualmente hace uso de redes sociales.
- No existe el uso correcto de un portal web y otros medios de comunicación.

6.2 OPORTUNIDADES

- Creciente interés por la cultura de parte de los guatemaltecos y extranjeros.
- Cuenta con el potencial de divulgar información, en la actualidad se abre cada día más acceso a los medios de comunicación digital.
- A través del programa de ejercicio de práctica supervisada de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos se puede trabajar proyectos que ayuden a la estructura de la comunicación digital del museo.

6.3 DEBILIDADES

- Existe poco recurso humano para el desarrollo de una página web.
- Poca iniciativa institucional de generar nuevos proyectos de comunicación y diseño.
- Los procesos protocolarios reducen o aplazan la aplicación de proyectos de innovación.

6.4 AMENAZAS

- El presupuesto de dicha institución es inestable debido a factores externos.
- Falta de personal capacitado.
- Los cambios de gobierno pueden re-estructurar y eliminar procesos o avances en proyectos de innovación.

07. PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

7.1 PERFIL GEOGRÁFICO

Son jóvenes estudiantes universitarios, bachilleres, básicos y primaria que residen en el área metropolitana.

7.2 PERFIL DEMOGRÁFICO

Nivel Socioeconómico B - Medio (ver table 1.1). Son hombres y mujeres en edades de 10 a 28 años.

El perfil del interesado se divide en las siguientes categorías, el enfoque se da principalmente en el primero.

Nuestro primer segmento son estudiantes universitarios con carreras especializadas a los temas afines al museo.

El segundo grupo son estudiantes de bachillerato los cuales están cursando un carreras especializadas en hotelería y turismo o temas relacionadas al museo.

El tercer grupo son jóvenes y adolescentes de educación básica y primaria, con tareas en relación a clases específicas dentro de su formación.

La ocupación de nuestro primer grupo son estudiantes y algunos cuentan con sub-empleos para poder sostener sus estudios, las otras dos clasificaciones son estudiantes dedicados al estudio y relaciones interpersonales.

7.4 PERFIL PSICOGRÁFICO

El estilo de vida de nuestro interesados por lo general el ambiente en que transitan cotidianamente es relajado, dedicado hacia aspectos académicos, interpersonales y deportivos en su mayoría, en muchos casos también a programas u organizaciones humanitarias.

7.5 PERFIL ACTITUDINAL

Por lo general estas personas entran en la clasificación de los millenials, inmersos en la inmediatez de la tecnología, dominan por ende múltiples redes sociales, son emprendedoras y gustan del intercambio de conocimiento y fuentes alternativas de información para adquirir nuevas habilidades, co-crear y colaborar con el fin de ver un progreso, forman parte de la generación de los millenials, cuestionando y generando nuevos sistemas creativos.

Esta población hace uso frecuente el uso de la web, y es conciente de su potencial como herramienta de investigación.

Hace uso de teléfonos inteligentes, sigue tendencias de comida y tecnología.

	NIVEL ALTO AB (4.2%)	NIVEL MEDIO-ALTO C1 (5.5%)	NIVEL MEDIO-BAJO C2 (32.5%)	NIVEL BAJO D (38.3%)	NIVEL POPULAR E (19.5%)
INGRESOS MENSUALES	Ingresos superiores a los a Q49.600 al mes.	Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23, 500 al mes.	Ingreso familiar oscila en un promedio de Q10, 500 al mes.	Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500.	Su ingreso promedia Mensual menor a los Q 1,100.
EDUCACIÓN	La mayoría son graduados universitarios, mucho de ellos con grados avanzados	Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.	Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.	Secundaria incompleta o Primaria completa.	Su nivel educacional es Escaso y en muchos casos no cursado ningún estudio.
OCUPACIÓN	Propietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, ganaderas, empleados administrativos de alto nivel, etc.	Tienen un nivel de vida bastante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos.	Por lo general son profesionales, Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.	El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, obreros sin especialización alguna como conserjes mensajeros, etc. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar.	El jefe de familia realiza tareas que no Requieren ningún conocimiento, usualmente no tiene trabajo fijo, sino que en trabajos de oportunidad.
VIVIENDA	Vivienda propia y lujosa con mas de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales.	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.	Habitan en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales.	Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casi siempre alquiladas.	Poseen viviendas precarias en zonas marginales.
APARATOS ELÉCTRONICOS	Disponen todos los bienes de confort (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisión a color, aparatos eléctricos, cable o antena parabólica.	Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.).	Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como: estufa, refrigera-dora, radio, televisión y otros.	Poseen artículos como CD, equipo de sonido, radio grabadora y refrigeradoras de marca y modelo económico.	Prácticamente no poseen artículos de confort, salvo televisor y radio.
SERVICIO DOMESTICO	2 o más. Servicio domestico.	1 mínimo. Servicio domestico.	1 o no tiene servicio domestico.	No.	No.
VEHÍCULOS	Poseen más de 2 automóviles de alto precio y de modelo reciente, pagados al contado (BMW, Mercedes Benz, etc.)	Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente.	Poseen vehículo de modelo no reciente.	Usualmente no tienen automóvil y si lo tienen seguramente lo compraron usados y de modelo muy anterior.	No.
EDUCACIÓN HIJOS	Sus hijos en edad escolar o universitaria son educados en el extranjero en los mejores colegios y universidades del país.	La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país.	Sus hijos se educan en colegios y universidades del país.	Sus hijos estudian en las escuelas públicas.	No alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas.
VIAJES AL EXTERIOR	Frecuentemente viajan al extranjero.	Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.	Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales.	Cuando viajan lo hacen al interior del país.	No.

Tabla 01.

Definición de Niveles SocioEconómicos : www.url.edu.gt/PortalURL/Archivos/49/Archivos/ca5.pdf,
(Recuperado 28 de abril de 2013)

8.0 CULTURA VISUAL

Canales de comunicación:

- Internet
- Televisión
- Cine

Medios:

- Televisión
- Cine
- SmartPhone
- Tablets
- PC
- Laptops.

9.0 REFRENCIAS VISUALES

Lugares más visitados en redes sociales en Guatemala.

Pages Brands Celebrities Entertainment Media Politics Sports Places				
#	Place	Likes	Checkins	Were Here Count
1	 Antigua Guatemala.	36 347	24 839	315 055
2	 Oakland Mall Guatemala	178 984	12 585	44 915
3	 Miraflores	231 857	6 665	73 609
4	 IRTRA Mundo Petapa	7 092	6 335	63 974
5	 Westin Camino Real Hotel, Guatemala city, Guatemala	2 811	6 115	47 189
6	 Cinepolis Miraflores	4 151	5 944	19 142
7	 Paseo Cayala	5 712	5 726	44 316
8	 Pradera Concepcion	2 547	5 274	17 456
9	 Isla de Flores, Peten	1 129	5 080	33 898
10	 Monoloco Bar, Antigua Guatemala.	4 245	4 909	17 352

Tabla 02.
Top 10, Lugares
más visitados en
Facebook, en
Guatemala: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/guatemala>
(Recuperado 3 de
mayo de 2013)

Páginas más visitadas en redes sociales en Guatemala.

Pages		Brands		Celebrities		Entertainment		Media		Politics		Sports		Places	
#	Page	Local Fans		Fans		ER		Score							
1	 Facebook for Every Phone	1 085 681		239 100 061		0.022%		29%							
2	 Tigo Guatemala	605 494		836 156		0.097%		57%							
3	 Claro	548 743		792 501		0.103%		57%							
4	 FC Barcelona	425 101		42 421 188		0.129%		66%							
5	 Leo Messi	380 216		45 335 537		0.146%		49%							
6	 Real Madrid C.F.	335 486		38 106 793		0.172%		53%							
7	 McDonald's Guatemala	328 442		382 393		0.102%		56%							
8	 "Ricardo Arjona"	322 475		10 178 120		N/A		N/A							
9	 Taco Bell Guatemala	313 884		354 691		0.039%		N/A							
10	 Facebook en Español	294 690		14 992 611		N/A		N/A							

Tabla 2.1.
Top 10, Páginas más visitadas en Facebook, en Guatemala: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/guatemala> (Recuperado 3 de mayo de 2013)

Marcas más visitadas en redes sociales en Guatemala:

TOP 10

Pages	Brands	Celebrities	Entertainment	Media	Politics	Sports	Places
#	Page	Local Fans	Fans	ER	Score		
1	 Tigo Guatemala	605 494	836 156	0.097%	57%		
2	 Claro	548 743	792 501	0.103%	57%		
3	 McDonald's Guatemala	328 442	382 393	0.102%	56%		
4	 Taco Bell Guatemala	313 884	354 691	0.039%	N/A		
5	 Coca-Cola	277 016	64 729 494	0.005%	27%		
6	 Cerveza Gallo	263 164	319 349	0.319%	N/A		
7	 Domino's Guatemala	256 672	269 268	2.961%	70%		
8	 Pizza Hut Guatemala	241 780	291 051	0.082%	52%		
9	 PlayStation	217 640	32 365 090	0.018%	29%		
10	 PlayStation	217 637	9 918 326	0.183%	65%		

Tabla 2.2.
Top 10, Marcas más visitadas en Facebook, en Guatemala: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/guatemala> (Recuperado 3 de mayo de 2013)

CAPÍTULO

No.03

Conceptos Fundamentales	P. 20
Conceptos de Diseño	P. 22
Conceptualización	P. 29
Concepto Creativo	P. 29
Diseño de Pataforma Web	P. 30

10. CONCEPTOS FUNDAMENTALES

10.1 MUSEO

Según la Guía para la Creación y Fortalecimiento de los Museos de Guatemala (2010) define, “un museo como una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.”

10.2 MUSEO NACIONAL

Es aquel que en sus colecciones unidisciplinarias o multidisciplinarias, dentro de la especialidad que le fuera asignada, es representativo como compendio de la totalidad nacional, según la Guía para la Creación y Fortalecimiento de los Museos de Guatemala (2010).

10.3 ARQUEOLOGÍA

Según P. Bosh Gimpera en El problema etnológico y la arqueología (<http://arkeobotanika.pbworks.com/f/Bosch+Gimpera+1923+RIEV.pdf>) la disciplina académica que estudia los cambios que se producen en la sociedad (económicos, políticos, ideológicos), a través de restos materiales distribuidos en el espacio y contenidos en el tiempo.

10.4 ETNOLOGÍA

Parafraseando a Bosch nuevamente se afirma que la etnología es la ciencia social que estudia y compara los diferentes pueblos y culturas del mundo antiguo y actual.

La etnología busca establecer relaciones comparativas entre las características de los diferentes pueblos humanos desde diferentes

aspectos como son: Diversidad cultural, subsistencia, sistemas económicos, religión, expresión, etc.

10.5 PATRIMONIO CULTURAL

Según la Guía para la Creación y Fortalecimiento de los Museos de Guatemala (2010) define, “El Patrimonio Cultural como bienes e instituciones que por declaratoria de autoridad competente, se integra y constituya con bienes muebles o inmuebles, públicos y privados, relativos a la paleontología, arqueología, historia, antropología, arte, ciencia, tecnología y la cultura en general, incluido el patrimonio intangible, que contribuye al fortalecimiento de la identidad nacional”.

CONSERVACIÓN

En base a lo que nos cuenta la carta internacional sobre la conservación y la restauración de monumentos y sitios, podemos decir que mantener algo o cuidar de su permanencia. Continuar la práctica de costumbres, virtudes y cosas semejantes. Guardar con cuidado algo. monumentos implica primeramente la constancia en su mantenimiento.

11. CONCEPTOS DE DISEÑO WEB

11.1 WORLD WIDE WEB

Afirmando bajo el texto de La navegación hipertextual en el World-Wide Web: implicaciones para el diseño de materiales educativos, II Congreso de Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación para la Educación Universitat de les Illes Balears, se dice que en informática, la World Wide Web (WWW) o Red informática mundial es un sistema de distribución de información basado en hipertexto o hipermedios enlazados y accesibles a través de Internet.

11.2 PAGINA WEB

También podemos contextualizar que una página web es el nombre de un documento o información electrónica adaptada para la World Wide Web y que puede ser accedida mediante un navegador. Esta información se encuentra generalmente en formato HTML o XHTML, y puede proporcionar

navegación a otras páginas web mediante enlaces de hipertexto. Las páginas web frecuentemente incluyen otros recursos como, script e imágenes digitales, entre otros.

11.3 HIPERTEXTOS

Es el nombre que recibe el texto que en la pantalla de un dispositivo electrónico, permite conducir a otros textos relacionados, pulsando con el ratón o el teclado en ciertas zonas sensibles y destacadas. La forma más habitual de hipertexto en informática es la de hipervínculos o referencias cruzadas automáticas que van a otros documentos. Si el usuario selecciona un hipervínculo el programa muestra el documento enlazado.

Es importante mencionar que el hipertexto no está limitado a datos textuales, podemos encontrar dibujos del elemento especificado o especializado, sonido o vídeo referido al tema. El programa que se usa para leer los documentos de hipertexto se llama “navegador”, el “browser”, “visualizador” o “cliente” y cuando seguimos un enlace decimos que estamos navegando por la Web.

11.4 FUNDAMENTOS BASICOS DEL DISEÑO WEB

Como se puede observar en Blog, Fundamentos básicos del Diseño Web, un diseñador Web necesita saber manejar el color, la tipografía, la simetría, la dimensión espacial así como de resolución en pantallas, optimización de imágenes y animación.

Cada una de estos factores logra que un sitio se destaque no solo por su estética si no por su agilidad, versatilidad y accesibilidad.

10.5 TIPOGRAFÍA

La tipografía es el oficio que trata el tema de las letras, números y símbolos de un texto impreso (ya sea sobre un medio físico o electromagnético), tales como su diseño, su forma, su tamaño y las relaciones visuales que se establecen entre ellos.

10.6 COLOR

Nos basamos en el texto Definición de Color (<http://definicion.de/color>) para poder decir que el color es una sensación que producen los rayos luminosos en los órganos visuales y que es interpretada en el cerebro. Se trata de un fenómeno físico-químico donde cada color depende de la longitud de onda.

10.7 COLOR RGB

Las palabras de los profesionales en el color José M. Artigas, Pascual Capilla y Jaume Pujol mencionan en Tecnología del Color (http://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=6Gb0Y5yRXD8C&oi=fnd&pg=PA7&dq=color+rgb&ots=i-KFdL3zVW&sig=vM1XiodrrlYeiWSUjBXnGp4nLW4#v=onepage&q=color%20rgb&f=false) que para la descripción RGB (del inglés Red, Green, Blue; “rojo, verde, azul”) de un color hace referencia a la composición del color en términos de la intensidad de los colores primarios con que se forma: el rojo, el verde y el azul.

Este modelo de color está basado en la síntesis aditiva, con el que es posible representar un color mediante la mezcla por adición de los tres colores luz primarios.

10.8 EL COLOR RGB EN MONITORES DE COMPUTADOR

Seguendo con el conexto del color según los autores mencionados en la Tecnología del Color, en las pantallas de computadoras, la sensación de color se produce por la mezcla aditiva de rojo, verde y azul, en una serie de puntos minúsculos llamados píxeles.

Cada punto de la pantalla es un píxel y cada píxel es, en realidad, un conjunto de tres subpíxeles; uno rojo, uno verde y uno azul, cada uno de los cuales brilla con una determinada intensidad.

10.9 ANIMACIÓN

La animación es un proceso utilizado para dar la sensación de movimiento a imágenes, dibujos u otro tipo de objetos inanimados (figuras de plastilina, por ejemplo).

Existen numerosas técnicas para realizar animación que van más allá de los familiares dibujos animados. La animación se realiza por medio de una serie de dibujos, pinturas o fotografiando los minúsculos cambios hechos repetidamente a un modelo de la realidad o a un modelo tridimensional virtual; también es posible animar objetos de la realidad y actores. Entre los formatos de animación (o que soportan animación) se encuentran el GIF, el SWF (animación flash), etc.

Las animaciones en GIF son guardadas imagen por imagen pero existen otro tipo de animaciones que no se logran así, sino que son interpretadas y “armadas” en tiempo real al ejecutarse (como las de formato SWF).

11. CONCEPTO CREATIVO

El concepto creativo es un conjunto de información recogida para sintetizar todos los elementos que nos permiten transmitir la información necesaria y comunicar a nuestro público objetivo el mensaje elegido. Este forma por tanto una de las partes más importantes del proceso creativo, ya que servirá como base para el desarrollo de los demás pasos a dar. En él se vuelca el mayor esfuerzo para dejar bien definido el mensaje que se desea transmitir para cumplir con los objetivos de comunicación.

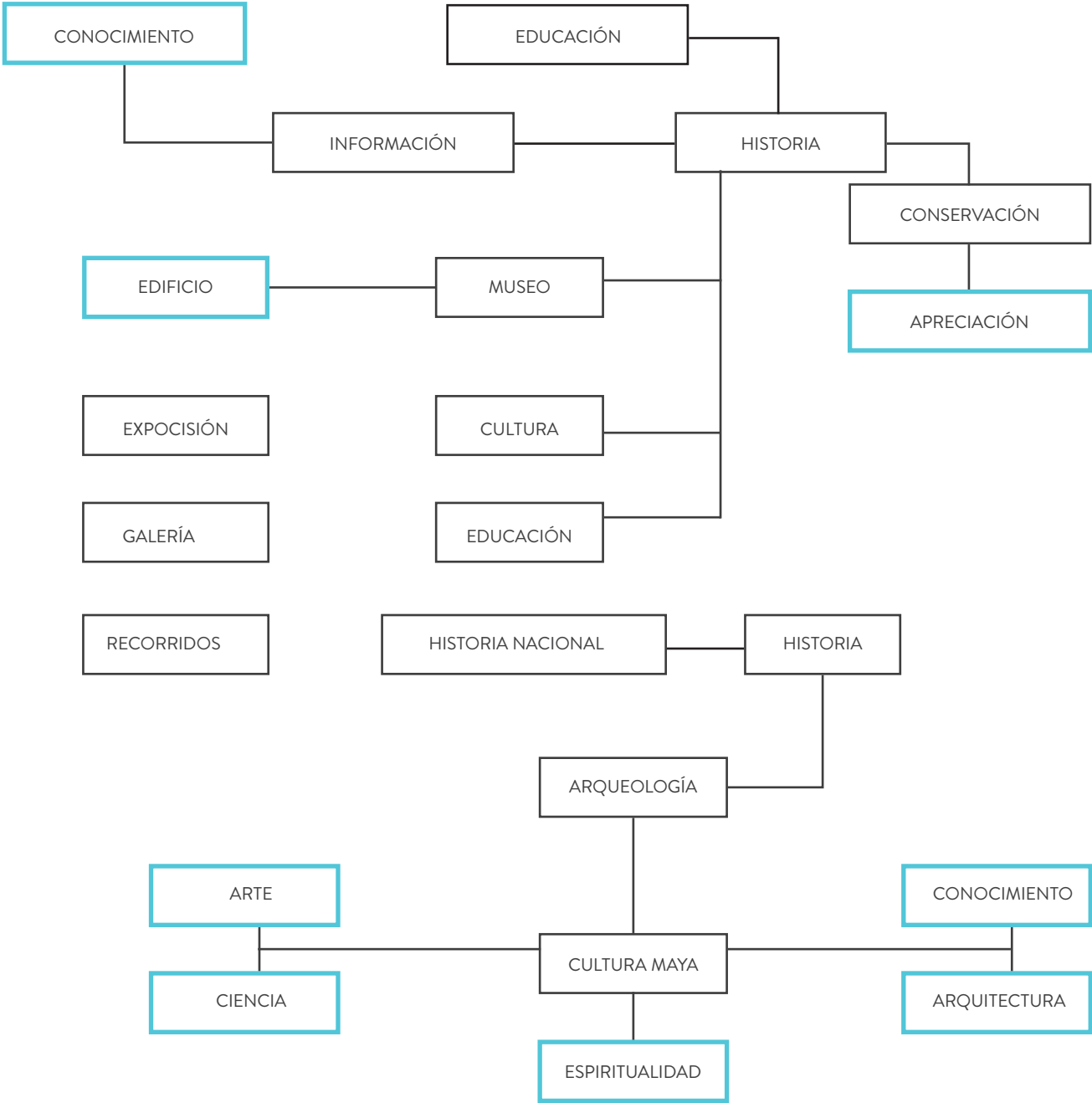
11.1 MAPA MENTAL

Los mapas mentales son un método útil para extraer y memorizar información. Son una forma lógica y creativa de tomar notas y expresar ideas que consiste, literalmente, en cartografiar reflexiones personales sobre un tema.

Todos los mapas mentales tienen elementos comunes. Cuentan con una estructura orgánica radial a partir de un núcleo en el que se usan líneas, símbolos, palabras, colores e imágenes para ilustrar conceptos sencillos y lógicos.

11.1.2 MAPA MENTAL

Desarrollo de mapas mentales para definir ideas primarias, y delimitar el concepto a una palabra simple.



ESPIRITUALIDAD

Conocimiento sagrado.

APRECIACIÓN

Galería.

CONOCIMIENTO

Cuna del cocimiento.

ARQUITECTURA

Portal maya.

11.2 RELACIONES FORZADAS

Crear un vínculo inexistente entre casi cualquier par de cosas, y obtener ideas nuevas y soluciones. Una manera útil de desarrollar relaciones es hacer una selección de objetos o figuras para ayudar a generar ideas.

ESPIRITUALIDAD

Portal maya.

12. CONCEPTUALIZACIÓN

Portal es un término que proviene de puerta.

El portal es la primera pieza de la casa, que presenta la puerta principal y que permite acceder al resto de los salones.

Un portal, es una entrada a infinidad de conocimientos.

13. DISEÑO DE SITIO WEB

Hoy en día el internet es utilizado en todo el mundo, y nos permite acceder a múltiples recursos y conocer diversas facilidades. Este medio otorga al público información acerca del museo, sus contenidos y actividades culturales.

El alcance de un sitio web en este caso lo hace una herramienta necesaria para una institución que preserva y difunde conocimiento, como lo es el Museo de Arqueología y Etnología de Guatemala.

13.1 ACTIVIDADES DEL SITIO

Lo que se busca con la creación de un sitio web para la organización es:

- Presenta la institución, su misión y objetivos.
- Da a conocer la historia del museo.
- Contiene Información de carácter cultural y científico.
- Da a conocer piezas en exposición.
- Da a conocer actividades culturales por realizar.
- Direcciona a redes Sociales.

13.2 MAQUETACIÓN

HEADER

Presenta a la institución Dirección General de Museos, e indica en que pagina interna se encuentra ubicado.

BUSCADOR

Ubicado sobre la parte izquierda del header, cuya función es buscar temas y publicaciones dentro de la página.

BACKGROUND

Este depende de la ubicación dentro del sitio, presente atrás de todos los elementos, cuenta con gran presencia.

BARRA DE MENÚ

Bajo el header se encuentra la barra de menú, que muestra las secciones con información en relación a la Dirección General de Museos

- Nosotros
- Museos
- Galería
- Contáctenos

13.3 MENÚ DE MUSEOS

Se despliega un listado de museos del área metropolitana de Guatemala:

- Museo de Ciencias Naturales.
- Museo de Arqueología y Antropología.
- Museo de Historia Nacional.
- Museo de Arte Moderno.
- Museo del Ferrocarril.

13.4 MUSEO DE ARQUEOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA

El Museo Arqueología y Antropología cuenta con sus propios sub menús:

- Nosotros
- Historia
- Contenidos
- Pieza del Mes
- Galería
- Contáctenos

13.5 SECCIONES

NOSOTROS

Breve presentación del la institución como recopilador y difusor de conocimiento. junto a su misión y objetivos.

HISTORIA

Presenta la historia del museo nacional de Arqueología y Antropología, fundación, desarrollo y evolución de la misma.

CONTENIDOS

Un área de descarga de información de carácter cultural y científico, certificada por el museo, en relación a conocimientos de Arqueología y Etnología nacional.

PIEZA DEL MES

Presentación de una pieza en específico, seleccionada de una colección en exhibición, ya sea por su relevancia, procedencia, etc.

GALERIA

Muestras de piezas de colecciones en exhibición.

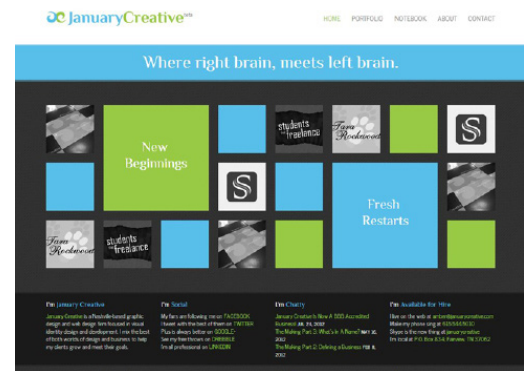
CONTÁCTENOS

Información correspondiente; horarios de atención, dirección del museo, teléfonos, fax y correos.

13.6 DISEÑO “METRO”

El lenguaje de diseño de Microsoft, también conocido como “Metro”, es la nueva ola que barre a través del diseño web. Combinaciones de colores sólidos, botones con texto, bloques planos en 2D, casilleros brillantes que representan diversos programas, todos somos parte de este lenguaje de diseño. Metro fue inspirado en parte en las señales que se encuentran comúnmente en sistemas de transporte público y en parte por los directores del clásico diseño gráfico suizo.

Es minimalista, luciendo una interfaz que se remonta a lo básico y ofrece ambientes simples y ordenados a los usuarios.



Artículo en formato electrónico:

“Equipo Wix” (15 enero, 2013) 5 Tendencias de Diseño

Web Para el 2013. 4 de abril de 2013: <http://es.wix.com/blog/2013/01/tendencias-diseno-web-2013/>

Metro diseño es básicamente lo contrario de Esqueuomorfismo, presentando elementos que no se parecen en nada a la vida real. El año que viene, Windows 8 será mucho más común en nuestro entorno tecnológico, y esperamos que este enfoque de diseño influya en la forma de diseñar y pensar en la web.

Es debido a la flexibilidad que nos da el diseño metro que se considera el apropiado a implementar en el diseño de interfaz para el museo.

***“ANALIZAMOS UNA DE
LAS MÁS RECIENTES
TENDENCIAS EN EL
MUNDO DEL DISEÑO
WEB: EL USO DE LOS
BLOQUES DE COLOR:
SUS DISTINTAS
VERTIENTES”***

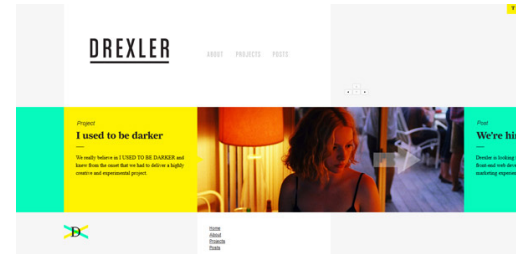
CARRIE COUSINS

13.7 DISEÑO “BLOQUES DE COLOR”

La tendencia de los bloques de color se basa en el alto contraste y este es interpretado por el usuario como un diseño con “energía”.

Si este es ejecutado apropiadamente surge un efecto es sencillo creando consigo un fuerte interés visual. Estos bloques de color contrastan con las áreas sin color (o negras) para centrar la atención de los usuarios.

Esta es una tendencia pero a su vez una técnica de diseño atemporal que puede adaptarse durante mucho tiempo dada la simplicidad y su atractivo universal.



Artículo en formato electrónico

“Carrie Cousins”(04 de febrero de 2013) Tendencia de Diseño Web: Bloques de Color. Recuperado 4 de abril de 2013: <http://www.desarrolloweb.com/articulos/disenio-web-bloques-color.html>

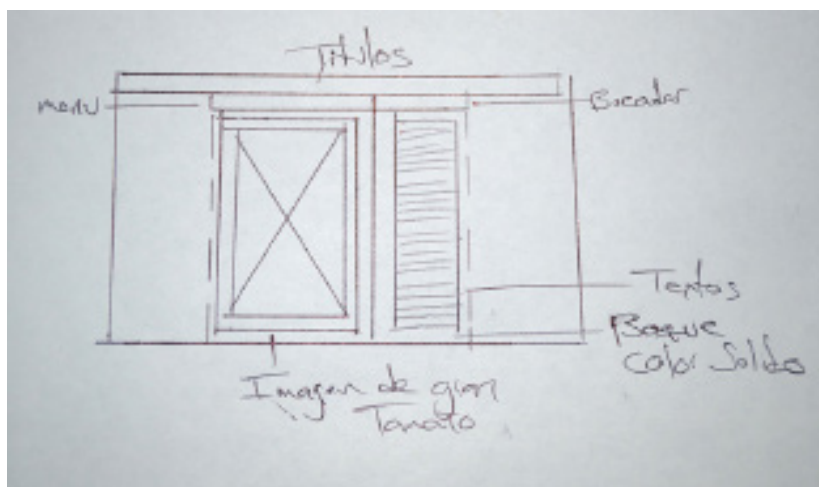
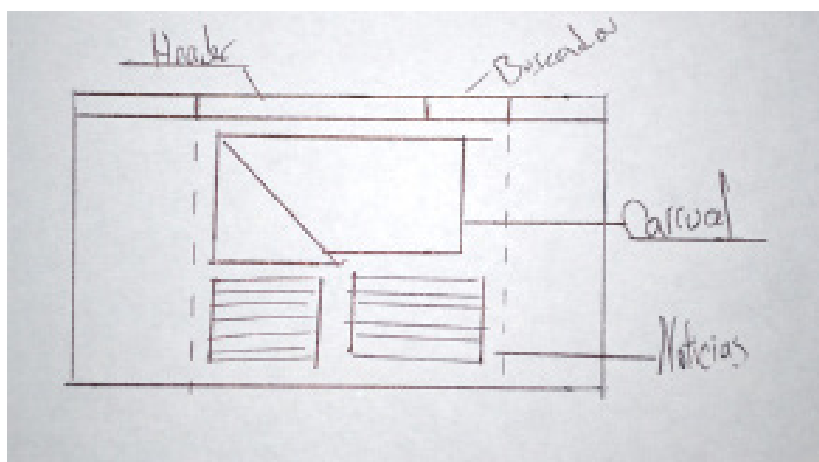
13.8 COLOR RGB

La descripción RGB (del inglés Red, Green, Blue; “rojo, verde, azul”) de un color hace referencia a la composición del color en términos de la intensidad de los colores primarios con que se forma: el rojo, el verde y el azul.

Es un modelo de color basado en la síntesis aditiva, con el que es posible representar un color mediante la mezcla por adición de los tres colores luz primarios.

14. PRE-BOCETAJE PAGINA WEB

Etapa en la que se da una primera idea gráfica de la maquetación de la página web.

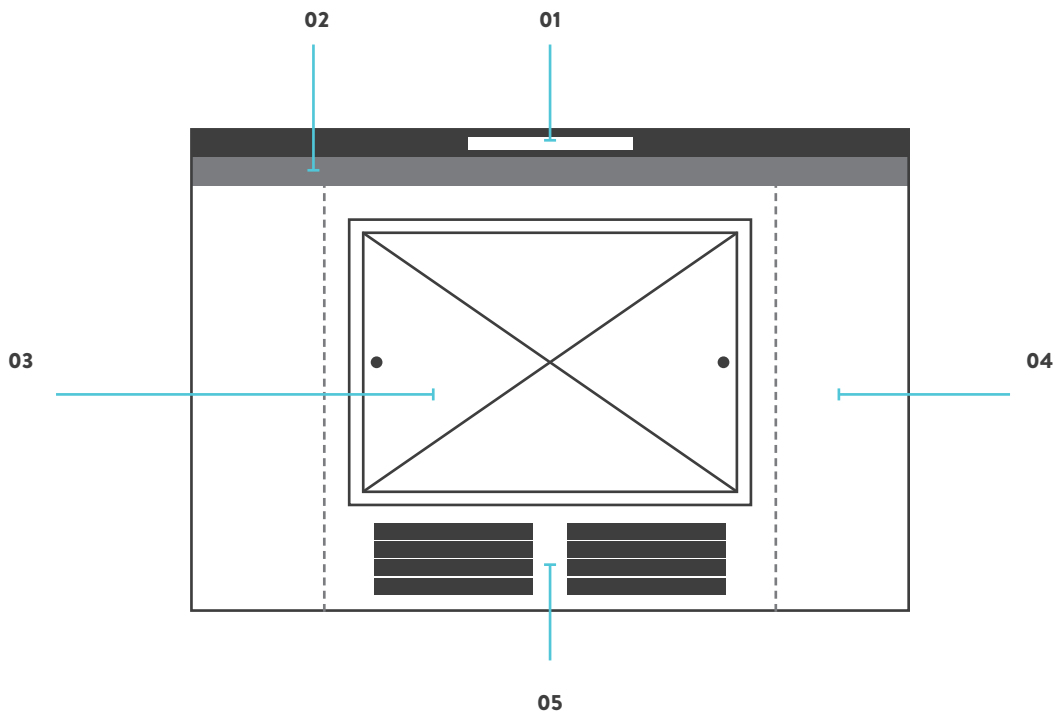


14.1 ETAPA DE BOCETAJE

Siguiendo la línea de diseño metro se plantea un diseño con pocos elementos, en busca de un recorrido visual simple, fácil de entender y navegar. Utilizando bloques sólidos como elemento principal.

HOME

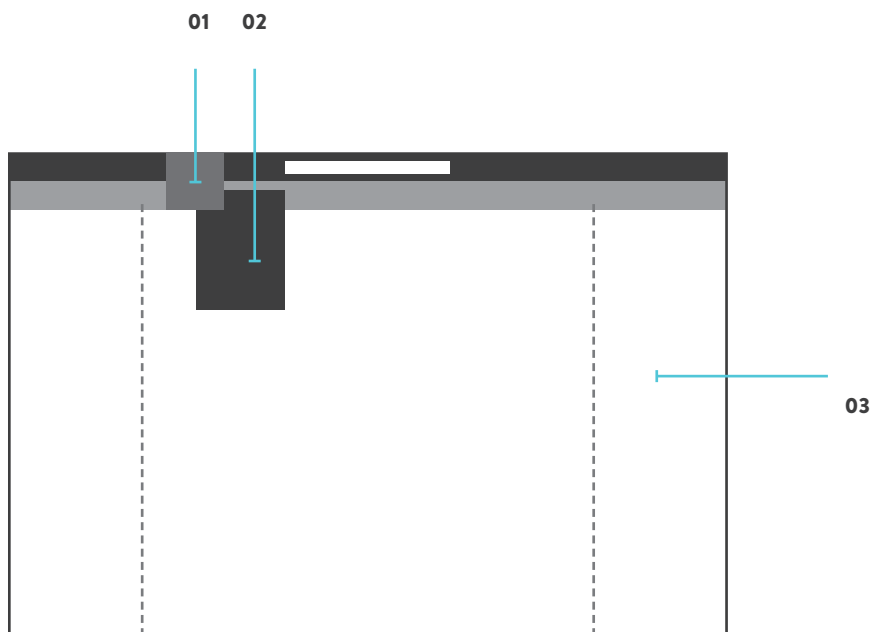
1. Buscador
2. Barra de menú
3. Carrusel
4. Fondo
5. Descripción



SELECCIÓN DE MENÚ

El menú que nos dirá donde nos encontramos ubicados dentro del sitio, de este se desplegarán las entradas a varios museos y sus contenidos.

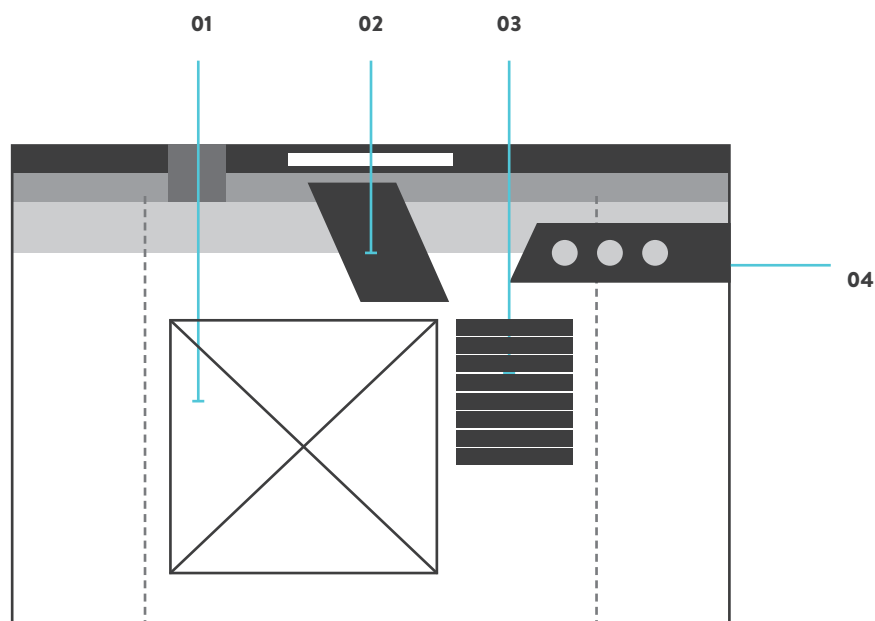
1. Logotipo
2. Menú
3. Photo Background



INTERNA-CONTENIDO

En la selección del museo, aparecerán sub menús de esta institución, que nos llevará a contenidos del museo.

1. Imagen
2. Sub-menú
3. Descripción
4. Redes sociales



15. DIGITALIZACIÓN

Inicialmente se plateó una pagina, centrada en el usuario y buenas prácticas en diseño web, con un efoque en la usabilidad con el fin de mejorar la experiencia en el uso de la misma.

Teniendo como fundamentos el diseño metro cuyo parámetros son

el diseño minimal, el uso de colores contrastados y tipografías que faciliten la lectura, los componentes de la pagina se simplifican a una imagen en fullscreen y un menú que nos facilita la busqueda ya en el sitio.

Acontinuación se presenta las diferentes páginas de navegación:

1. HOME



—
38
—



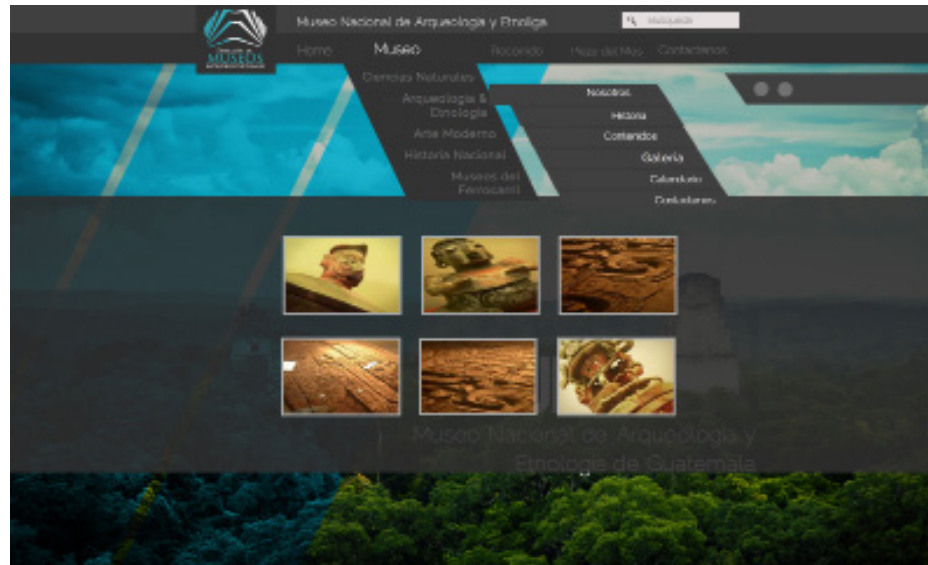
4. MUSEO DE ARQUEOLOGÍA Y ETNOLOGÍA



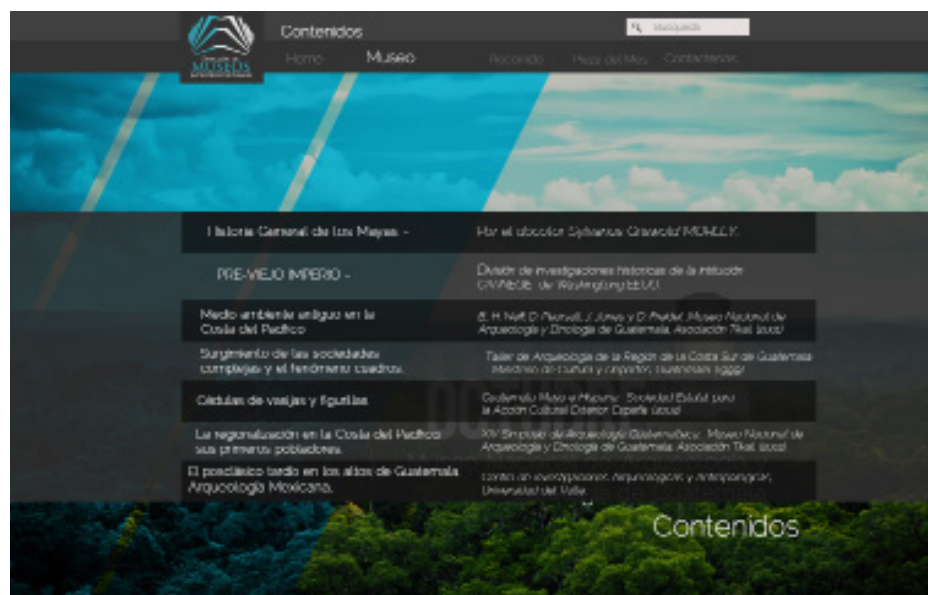
5. HISTORIA: MUSEO DE ARQUEOLOGÍA Y ETNOLOGÍA



6. GALERÍA: MUESO DE ARQUEOLOGÍA Y ETNOLOGÍA



7. CONTENIDO: MUSEO DE ARQUEOLOGÍA Y ETNOLOGÍA



CAPÍTULO

No.04

Validación
Resultados

P. 42
P. 44

16. COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA

El método utilizado para validar la eficacia del proyecto en este caso fue la entrevista, ya que permite una experiencia más directa con su grupo objetivo, al mismo tiempo dando la oportunidad de hacer observaciones del grupo estudiado.

Las ventajas de este método son:

- La información es más exacta (el entrevistador puede aclarar o explicar).
- A través de simple observación puede extraerse información.
- El entrevistado puede dar respuestas espontáneas.

16.2 VALIDACIÓN DE COLEGAS

Para la validación del área de colegas, se realizó una presentación del sitio web, con respecto a sus objetivos de diseño y comunicación.

Se hicieron entrevistas, y se colocó como punto central en un debate abierto.

16.1 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Durante los días miércoles 10, viernes 12, sábado 13 y Martes 16 de octubre, se realizaron una serie de entrevistas utilizando a una serie de muestras digitales del sitio web de la Dirección General de Museos con respecto a su contenido en relación al Museo Nacional de Arqueología y Etnología de Guatemala.

Los aspectos a calificar del proyecto fueron:

- Compresión
- Atracción
- Legibilidad
- Aceptación
- Involucramiento

Edgar Dominguez Rendon /
Diseñador Grafico Multimedia
Ricardo Alejandro Pérez Pérez /
Diseñador Grafico Multimedia
Bayron Alejandro Guzman /
Diseñador Grafico Multimedia
Victoria Hernandodez de Ardón /
Diseñador Grafico Multimedia

16.3 VALIDACIÓN CON ESPECIALISTAS

Para la validación del área especialista se realizaron dos entrevistas con el personal de la Dirección General de Museos y Centros Culturales, enfocándose en las necesidades de comunicación de dicha institución.

Maestro Fernando Moscoso Moller /
Director de Centros Culturales.
Arquitecto Ricardo Barrera /
Dirección de Restauración

16.4 VALIDACIÓN ESPECIALISTAS

Para la validación con el grupo objetivo se realizaron una serie de entrevistas a jóvenes que cursan la carrera de Hotelería y Turismo (Muestra de la entrevista en anexos).

19 años	Cecilia Pivaral	Estudiante nivel medio
19 años	Lidia Cash	Practicante nivel medio
19 años	Andrés Ortiz Peláez	practicante nivel medio
21 años	Nancy Perez	Estudiante nivel Profesional
22 años	Carlos Andrés Pivaral	Estudiante nivel Profesional
23 años	Juan Fernando Martínez	Estudiante nivel Profesional
21 años	Adelina Hernández	Estudiante nivel Profesional
23 años	Jennifer Padilla	Estudiante nivel Profesional
25 años	Jose Hernández	Estudiante nivel Profesional

17. RESULTADOS

COMPRENSIÓN

El factor común de esta respuesta fue el entendimiento como una institución moderna, acompañado de un sentimiento de tranquilidad así como de carácter profesional.

ATRACCIÓN

El factor común de este aspecto, fueron las respuestas de aceptación dirigidas hacia la imagen utilizada de fondo, que representa al Museo Nacional del Arqueología y Etnología.

LEGIBILIDAD

La legibilidad fue el punto con mayor aceptación de todas las entrevistas.

ACEPTACIÓN

Según las entrevistas, la navegación dentro de la pagina, puede ser considerada como simple. Existe una gran aceptación hacia la Institución, el sitio web y la línea Gráfica aplicada a estos.

PROPUESTA FINAL

Propuesta Final

P. 46

Fundamentación Técnica

P. 52

PROPUESTA FINAL

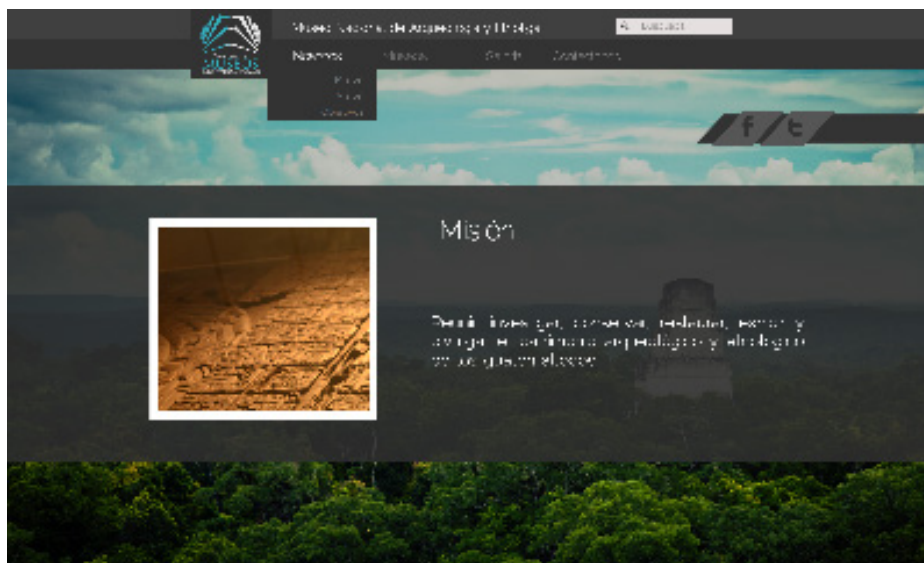
1. DIRECCIÓN DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES



2. GALERÍA: DIRECCIÓN DE MUSEOS Y CENTROS CULTURALES



3. MUSEOS: MUSEO DE ARQUEOLOGÍA Y ETNOLOGÍA DE GUATEMALA



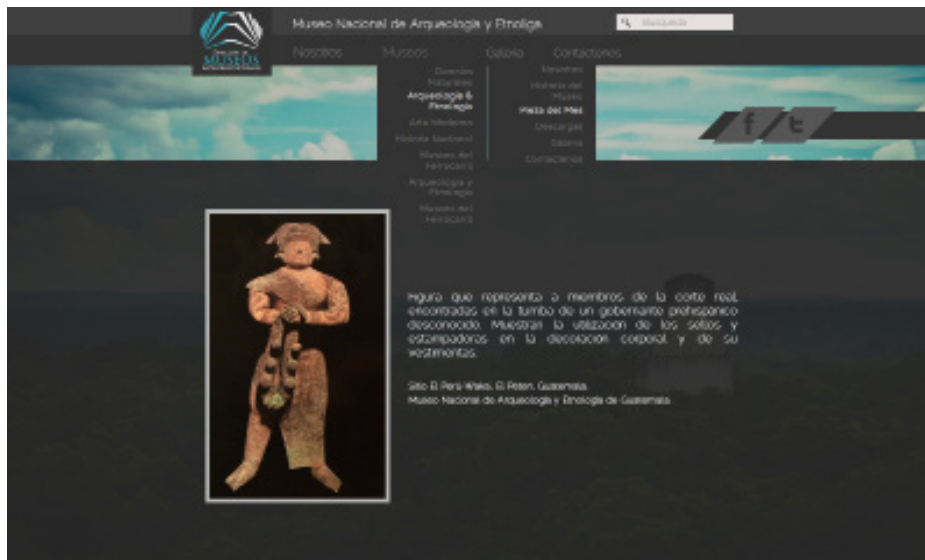


4. HISTORIA: MUSEO DE ARQUEOLOGÍA Y ETNOLOGÍA DE GUATEMALA





5. PIEZA DEL MES: MUSEO DE ARQUEOLOGÍA Y ETNOLOGÍA DE GUATEMALA



—
50
—



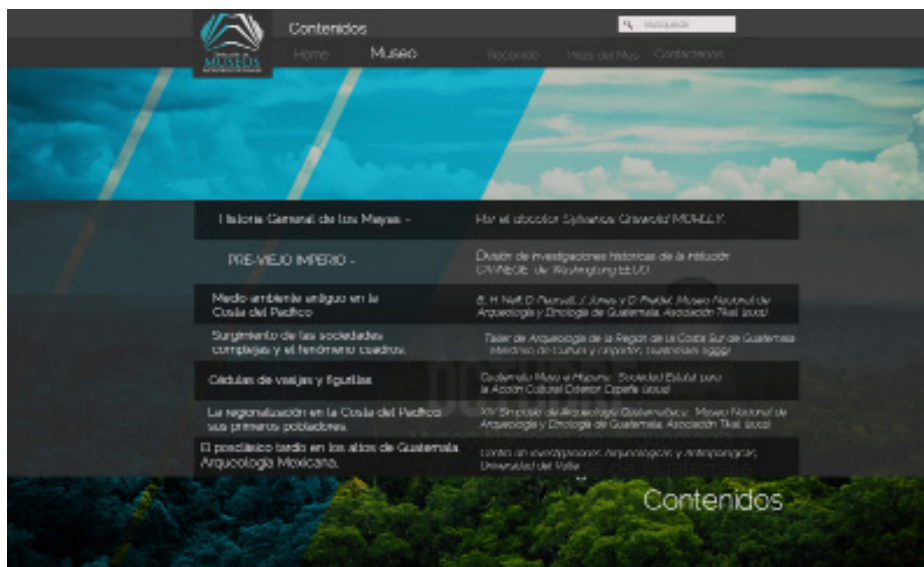
Galeria



8. CALENDARIO: MUSEO DE ARQUEOLOGÍA Y ETNOLOGÍA DE GUATEMALA



9. CONTACTO



FUNDAMENTACIÓN TÉCNICA

CROMATOLOGÍA

A partir de la digitalización se inicia a trabajar con un amarillo tipo ocre, buscando pertenencia desde el punto de vista rustico o histórico.

La utilización de grises para preservar la neutralidad en la diversidad de temas dentro del sitio y para mantener la presencia del Background.

En la segunda etapa de colorización se cambia al color azul. El Azul simboliza el centro del universo maya, conocimiento y sabiduría, basado en el NAWAL: NO'J KAB'AN Kal, se representa con el azul.

Y finalmente el color gris es un color neutral muy recurrente para los museos.

FIGURA

Se busca la simplificación de la figura a través de cuadrados y rectángulos alineados en analogía de la construcción de las estelas y los lineamientos de diseño metro.



HEX:
404040



HEX:
#333333



HEX:
1dc9d8



RGB:
R: 51 G:51 B:51



RGB:
R: 64 G:64 B:64



RGB:
R: 76 G:200 B:216



TIPO DE FUENTE

El tipo de fuente tipográfica utilizada es CarroisGothicSC, es de las familias sin serif y su construcción fue realizada para uso digital, permitiendo la legibilidad y de alto impacto.

Haciendo una analogía se puede observar que sus finos y simples acabados se sincronizan con el diseño de la misma web.

BACKGROUND

El background es dependiente de la ubicación dentro del sitio y se basa en una fotografía que refleje la especialización de conocimientos de dicha institución.

Las imágenes a utilizar son FullScreen ya que representan una galería, con el objetivo principal de apreciar mejor los detalles de la misma.

APLICACIÓN DE IMAGEN

En la pagina Web se utilizan colores y bordes sólidos, poca variación de tonos, todo en búsqueda de la simplicidad, utilizando líneas planas sin perspectiva, y como referencia el libro de grabados, (Sellos Prehispánicos, Galería Guatemala, Fundación G&T Continental).

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
opqrstuvwxyz

0123456789



CAPÍTULO

No.05

Coclusiones	P. 56
Recomendaciones	P. 57
Lecciones Aprendidas	P. 58
Presupuesto	P. 59
Referencias	P. 60
Glorario	P. 61
Bibliografía	P. 63

CONCLUSIONES

- Se logró la identificación y aceptación de parte del grupo objetivo hacía la nueva identidad que la institución muestra ahora en la web y que se le brindó como parte de los objetivos de este proyecto al Museo Nacional de Arqueología y Etnología de Guatemala.
- Se creó una interfaz diseñada con los principios de diseño visual enfocados en el usuario, en donde el mismo se siente cómodo, logrando cumplir con el objetivo de facilitar la información y acceso a la misma.
- Se permitió visualizar y promover a través de la página web la información, el contenido y las actividades propias de la institución a los jóvenes estudiantes con especialidad en holetería y turimos.
- Se desarrolló una herramienta funcional, ya que el sitio web cumple con las buenas prácticas y la usabilidad web, todo pensado en el usuario en donde todo se muestra de una forma clara y sencilla de entender.

RECOMENDACIONES

- Para las personas encargadas del mantenimiento de la página web con el fin de mantener la unidad visual es aconsejable que dicha persona tome en cuenta los parámetros dejados en el logo guide.
- El web master a cargo del sitio web tendrá que acudir al manual de usuario y así poder entender con practicidad como actualizar todo contenido dentro de la misma.
- Tener los mismos lineamientos en el tipo de información de contenido y actividades de la institución.
- Que toda persona que proponga una actualización de interfaz y programación tenga en cuenta la aplicación de buenas prácticas y la usabilidad web, ya que esto permite que el usuario interactúe de mejor manera en el sitio web.

LECCIONES APRENDIDAS

- El diseñador gráfico del énfasis multimedia de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de arquitectura de la Universidad de San Carlos especializado como licenciado en informático visual debe y tiene que poder manejar con mayor fluidez los términos, conceptos y aplicaciones de buenas prácticas en el desarrollo web. Independientemente de la enseñanza este debe buscar conocimiento adecuado para manejar lo dicho anteriormente, ya que esto permite que las personas respeten y tengan una idea enfocada a lo que el diseñador gráfico realiza.
- Toda práctica para llevar a cabo un proyecto de graduación debe ser tomada desde la parte profesional y debe ser llevado a la realidad en tendencias, insight, mensaje, concepto y tecnologías así como en presupuestos, ya que esto ayuda a que toda persona interesada en leer el proyecto tenga la idea de cómo se cotiza en el medio.
- En áreas técnicas el diseñador en proceso de desarrollar un proyecto de graduación debe tomar en cuenta y tener claro que manejador de contenido es el adecuado para facilitar la actualización de un sitio web para el web master y así facilitar el proceso de actualización.
- Se debe tomar en cuenta que para la realización de un sitio web se toman detalles a considerar antes de diseñar, como la compra de espacio en la web (hosting), como optimizarlo y las tendencias actuales de diseño y desarrollo.

PRESUPUESTO

Diseño de páginas (maquetación)	Q 4,500.00
Tratamiento de imágenes	
Selección tipográfica	
Diagramación y estructura web	
Dirección de Arte - Concepto	
Creativo	
Programación web	Q 3,200.00
Maquetación	
Programación de enlaces	
Otros Gastos	
Compra del Hosting por un año	Q 800.00
Compra del dominio	Q 600.00
Manual de publicaciones y lineamientos	Q 500.00
TOTAL	Q 9,600.00

REFERENCIAS

LIBROS

Guía para la creación y fortalecimiento de los Museos de Guatemala, Dirección de Museos y Centros Culturales Ministerio de Cultura y Deportes (Guatemala 2010).

Sellos Prehispánicos, Galería Guatemala, (Guatemala 2011) Fundación G&T Continental.

INTERNET

Datos y estadísticas, Educación y analfabetismo en Guatemala, recuperado el 17 de Octubre de 2012, de (http://www.investinguatemala.org/index.php?option=com_content&task=view&id=18&Itemid=21&lang=espanol/)

Definición de Arqueología, recuperado el 17 de Octubre de 2012, de (<http://arkeobotanika.pbworks.com/f/Bosch+Gimpera+1923+RIEV.pdf>)

Definición de Entrevista, recuperado el 18 de Octubre de 2012, de (<http://www.e-mas.co.cl/categorias/marketing/marketinuug.htm>)

Definición de Entrevista, recuperado el 18 de Octubre de 2012, de (<http://www.e-mas.co.cl/categorias/marketing/marketinuug.htm>)

Definición de Etnología, recuperado el 17 de Octubre de 2012, de P. BOSH GIMPERA, El problema etnológico vasco y la Arqueología (<http://arkeobotanika.pbworks.com/f/Bosch+Gimpera+1923+RIEV.pdf>)

Fundamentos básicos del diseño web, recuperado el 17 de Octubre de 2012, de <http://www.cristalab.com/blog/fundamentos-basicos-del-diseno-web-c981/>

GLOSARIO

BOCETO

También llamado esbozo o borrador, es un dibujo realizado de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar ideas, lugares, personas u objetos. Puede ser un primer apunte del objeto ideado que aún no está totalmente definido.

(http://www.editorialrm.com/img/pressbook/pressbook_84_1.pdf)

DISEÑO

Se define como el proceso previo de configuración mental, “pre-figuración”, en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Utilizado habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas creativas.

(http://www.editorialrm.com/img/pressbook/pressbook_84_1.pdf)

ESTUDIO GEOGRÁFICO

El espacio geográfico es un concepto utilizado para la ciencia geográfica para definir el espacio organizado por la sociedad. Es el espacio en el que se desenvuelven los grupos humanos en su interrelación con el medio ambiente, por consiguiente es una construcción social, que se estudia como concepto geográfico de paisaje en sus distintas manifestaciones (paisaje natural, paisaje humanizado, paisaje agrario, paisaje industrial, paisaje urbano,

P. BOSH GIMPERA (2012). El problema etnológico vasco y la Arqueología
(Recuperado en <http://arkeobotanika.pbworks.com/f/Bosch+Gimpera+1923+RIEV.pdf>)

etc.). También se emplea el término territorio.

ESTUDIO DEMOGRÁFICO

Es la ciencia que tiene como objetivo el estudio de las poblaciones humanas y que trata de su dimensión, estructura, evolución y características generales.

La demografía estudia estadísticamente la estructura y la dinámica de las poblaciones, así como los procesos concretos que determinan la formación, la conservación y la desaparición de las poblaciones, como lo son los de fecundidad, mortalidad y migración -emigración e inmigración.

ESTUDIO PSICOGRÁFICO

La segmentación de mercado es el proceso de dividir, como su palabra lo dice de segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños, que tengan características y necesidades semejantes. Algunos ejemplos son grupos o segmentos homogéneos (por ejemplo, las personas en un segmento son similares en sus actitudes sobre ciertas variables).

http://es.wikipedia.org/wiki/Segmentaci%C3%B3n_de_mercado

ACTITUD

Es la forma de actuar de una persona, el comportamiento que

<http://es.wikipedia.org/wiki/Actitud>

emplea un individuo para hacer las cosas.

ENTREVISTA

Es una conversación entre dos o más personas, en la cual uno es el que pregunta (entrevistador) y otro el que responde (entrevistado). Estas personas dialogan con arreglo a ciertos esquemas o pautas de un problema o cuestión determinada, teniendo un propósito profesional.

La Entrevista, Universidad
Autónoma de Santo Domingo
Facultad de Humanidades

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GUIA PARA LA CREACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LOS MUSEOS DE GUATEMALA, Dirección de Museos y Centros Culturales, Ministerio de Cultura y Deportes Guatemala, 2010.

GALERÍA GUATEMALA, Fundación G&T Continental, Sellos Prehispanicos, patrimonio Cultural Guatemala, Editorial Galería de Guatemala, año 2011, Numero 39.

Valle, Otto (2009). Guía para desarrollar el proyecto de grado. Documento que contiene los lineamientos de la Escuela de Diseño

Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos De Guatemala para desarrollar y presentar el informe final del proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico.

Definición de Niveles SocioEconómicos: http://www.url.edu.gt/PortalURL/Principal_01.aspx?sm=c2&s=210

Top 10, Páginas más visitadas en Facebook, en Guatemala: <http://www.socialbakers.com/>

ANEXOS

COTIZACIÓN DE DISEÑO



PLAN DISEÑO DE SITIO WEB.

Digitalización Logotipo y adaptación al Sitio
Página principal (Home)
Formulario de contacto
Diseño del Sitio Web
Galería de imágenes
No hay límites de fotografías

Suite de Administración Web en línea, que le incluye:

- Módulo de Estadísticas del sitio
- Módulo de Administración Web (páginas y contenidos)
- Módulo Usuarios Administradores
- Módulo de Administración de Menús
- Módulo de Administración de Imágenes y Archivos
- Módulo de Eventos y Noticias
- Módulo de Suscripciones

Plan diseño de sitio web Q.7,000.00

Capacitación para administrar la página (cortesía de zona 22)

Total web Q.7,000.00

Formas de pago

*Pago contado Q.7,000.00

**2 pagos Q.3,500.00

* Pago total al finalizar el sitio web

** Primer pago en aprobación del diseño y segundo pago al finalizar el sitio web.

COTIZACIÓN DE HOSTING

arribahost

Presentamos nuestros servicios de hosting web.

Desde correo empresarial, hasta soluciones de alto rendimiento y respuesta, **arribahost** forma parte de empresas guatemaltecas desde el 2008.

Nuestro enfoque principal es el servicio al cliente. Somos guías encargados de asegurar su éxito administrando su presencia en Internet.

El hosting es simple. Una interfaz intuitiva y básica facilita el uso de herramientas, desde leer su correo, hasta crear su sitio web en 5 pasos.

	 ECONÓMICO	 POPULAR	 CORPORATIVO
Capacidad	2 GB	10 GB	ilimitado
Cuentas de Correo	100	500	ilimitado
Transferencia Mensual	200 MB	1500 MB	ilimitado
Cuentas FTP*	2	40	ilimitado
Estadísticas del Sitio Web			
INVERSIÓN ANUAL	Q590 ^{+IVA}	Q990 ^{+IVA}	Q1490 ^{+IVA}

* FILE TRANSFER PROTOCOL cuentas para subir/bajar archivos a su disco duro virtual. Útil para backups, administrar archivos o desarrollo de sitios web.

Esta en buenas manos.

Nosotros administramos la transferencia de su dominio y cuenta de hosting, usted simplemente se entera de los pasos a seguir.

Garantía

Servidores internacionales con un 99% de tiempo de actividad. Su inversión puede ser reembolsada en caso de no llenar sus expectativas.

Estamos cerca.

A una llamada de distancia, nuestra prioridad es llegar a soluciones. Hablemos.

Mauricio González
Representante de Ventas

(502) 5888 6607
mauricio.gonzalez@arribahost.com

arribahost

ENTREVISTA REALIZADA A
ESTUDIANTES

Validación

WebSite, para La Dirección General de Museos y Centro Culturales

Estudiantes en la especialidad de Hotelería & Turismo

Edad:.....

Sexo:.....

Zona en la que habita:.....

1.¿Le parece adecuada el tipo de letra utilizado, en la pagina?

0%	25%	75%	100%
nada			Me gusta

2.¿La letra es legible y se puede leer?

0%	25%	75%	100%
nada			Me gusta

3.¿el tamaño de la letra es adecuado?

0%	25%	75%	100%
nada			Me gusta

-----	-----
muy pequeña	muy grande

4.¿Los colores utilizados en la pagina, le parecen adecuados?

0%	25%	75%	100%
nada			Me gusta

5.¿las imágenes utilizadas en la paginas internas le parecen adecuadas?

0%	25%	75%	100%
nada			Me gusta

6.¿Las formas y figuras utilizadas le parecen adecuadas?

0%	25%	75%	100%
nada			Me gusta

7.¿Que sensación le provoca Los colores Gris y Azul utilizados en la pagina?

8.¿Que sensación le provocan las franjas azules, utilizadas sobre la imagen interna, de arqueología?

9.¿Le parece entendible o lógico el sitio Web?

0%	25%	75%	100%
nada			Me gusta

10.¿Le parece Fácil el manejo dentro del sitio Web?

0%	25%	75%	100%
nada			Me gusta

11.¿Le parecen adecuados los temas q posee la pagina?

0%	25%	75%	100%
nada			Me gusta

12.¿Que le agregarías?

Guatemala, agosto 23 de 2018.

Señor Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **JOSUÉ AARÓN MOLLINEDO RODRÍGUEZ**, Carné universitario: **200719202**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO VISUAL DE PÁGINA WEB INFORMATIVA PARA EL MUSEO NACIONAL DE ARQUEOLOGÍA Y ETNOLOGÍA DE GUATEMALA, DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE NIVEL MEDIO Y PROFESIONAL CON ESPECIALIDAD EN HOTELERÍA Y TURISMO**, previamente a conferírsele el título de Licenciado en Diseño Gráfico con énfasis Informático.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica que exige la Universidad.

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



Lic. Maricella Saravia
Colegiada 10,804
Lic. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiada 10,804

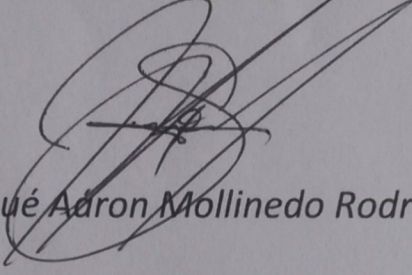
Profesora Maricella Saravia de Ramírez
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: **3122 6600** - **5828 7092** - **2252 9859** - - maricellasaravia@hotmail.com

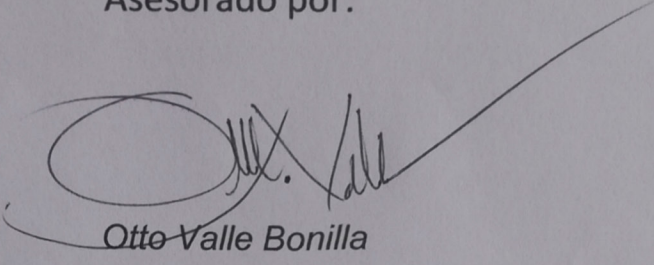
**"Diseño visual de pagina web informativa para el museo nacional
de arqueología y etnología de Guatemala, dirigida a los estudiantes
de nivel medio y profesional con especialidad en hotelería y
turismo"**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

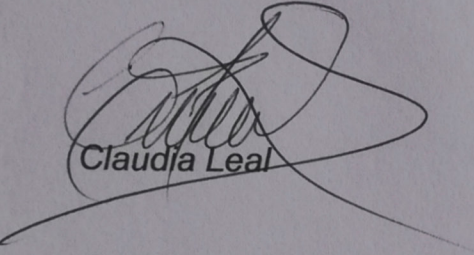


Josué Adron Mollinedo Rodríguez

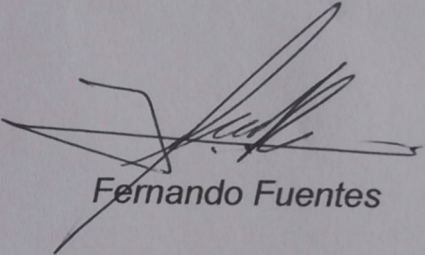
Asesorado por:



Otto Valle Bonilla



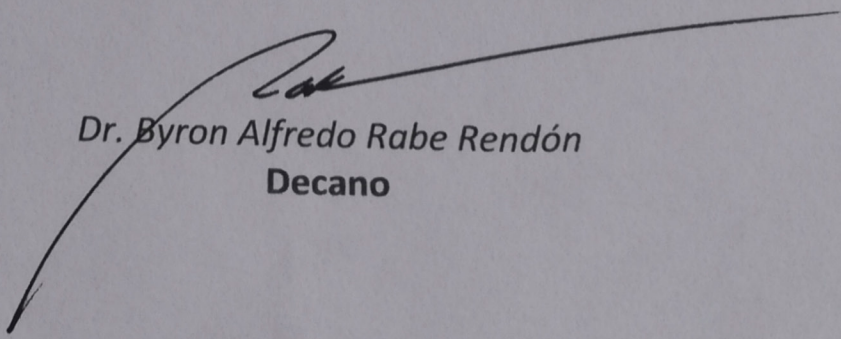
Claudia Leal



Fernando Fuentes

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano



MUSEO DE

ARQUEOLOGÍA



DIRECCIÓN DE
MUSEOS
& CENTROS CULTURALES

