



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

## **TRABAJO DE TITULACIÓN**

**CARRERA: DISEÑO GRAFICO**

**TEMA: APLICACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO EN REDES SOCIALES (FACEBOOK)  
PARA PROMOCIONAR LOS MUSEOS DE ARTE DE LA CIUDAD DE QUITO,  
APOYANDO LA GESTIÓN DE LA FUNDACIÓN MUSEOS DE LA CIUDAD”**

**AUTOR: ANGEL ROBERTO RIOS CHAMORRO**

**TUTOR: ING. SILVIA ARCINIEGAS MG.**

**2014**

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, nombrado por la Comisión Académica de la Universidad Tecnológica Israel certifico:

Que el Trabajo de Investigación “APLICACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO EN REDES SOCIALES (FACEBOOK) PARA PROMOCIONAR LOS MUSEOS DE ARTE DE LA CIUDAD DE QUITO, APOYANDO LA GESTIÓN DE LA FUNDACIÓN MUSEOS DE LA CIUDAD”, presentado por el Señor Ángel Roberto Rios Chamorro, estudiante de la Carrera de Diseño, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado que la Comisión Académica de la UISRAEL designe.

Quito, noviembre 2014

### TUTOR

Firma:

Ing. Silvia Arciniegas Mg.

C.C.

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

El abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera de Diseño, declaro que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniera en Diseño Gráfico Empresarial, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, noviembre 2014

### **ESTUDIANTE**

Firma:

Ángel Roberto Rios Chamorro

CC: 171139669-5

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado, designado por la Comisión Académica de la UISRAEL, aprueban EL Trabajo de Titulación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica "ISRAEL" para títulos de pregrado.

Quito, marzo 2014

Para constancia firman:

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

FIRMA PRESIDENTE

---

FIRMA MIEMBRO 1

---

FIRMA MIEMBRO 2

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de titulación es dedicado a mi esposa, a mis padres, a mis hermanos, a mis sobrinos, a mi familia en general quienes en una u otra forma me impulsaron para lograr alcanzar esta, una de las tantas metas por conseguir.

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Tecnológica Israel por la oportunidad que me brindo al enriquecerme de conocimientos.

A los profesores por su constante entrega de sabiduría.

A mis padres por ser un ejemplo de vida y su lucha diaria por hacer de sus hijos unos excelentes profesionales.

A mi esposa por estar por siempre paso a paso en mis logros.

A mis hermanos por los ánimos para concluir este camino.

A mis sobrinos por buscar en mí una guía.

## ÍNDICE GENERAL

	Página
<b>A.- PRELIMINARES</b>	
Portada.....	i
Aprobación del Tutor.....	ii
Autoría de Tesis.....	iii
Aprobación del Tribunal de Grado.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice General de Contenidos.....	vii
Índice de cuadros, gráficos y anexos.....	x
Glosario de abreviaturas y siglas.....	xi
Resumen Ejecutivo.....	xii
Abstract.....	xiii
<b>B.- DESARROLLO</b>	
INFORMACIÓN GENERAL.....	9
INTRODUCCIÓN.....	9
CONTEXTUALIZACION.....	9
TITULO.....	10
PROBLEMA.....	10
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
OBJETIVO GENERAL.....	15
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
MÉTODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	16
PRESUPUESTO.....	18

MARCO TEÓRICO.....	
FUNDAMENTACIÓN DEL PRODUCTO.....	36
VALIDACIÓN.....	40
PRESUPUESTO DEL PRODUCTO A DESARROLLAR .....	42
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>47</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>47</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>48</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>49</b>

### ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico No. 1 Distribución de las redes sociales en el mundo.....	26
Gráfico 2. Aviso Yaku.....	37
Gráfico 3. Aviso MIC.....	38
Gráfico 4. Diagramación Aviso Yaku.....	39
Gráfico 5. Diagramación Aviso MCI.....	40



## Información General

- **Carrera:** Diseño Gráfico
- **Autor:** Angel Roberto Rios Chamorro
- **Tema:** Aplicación del Diseño Gráfico en Redes Sociales (Facebook) para promocionar los Museos de Arte de la Ciudad de Quito, apoyando la gestión de la Fundación Museos de la Ciudad. Octubre 2012 – Octubre 2013.
- **Articulación con la línea sublínea de investigación de la UISRAEL:** Cultura, Educación y Comunicación en la Perspectiva del Buen Vivir.
- **Fecha de presentación:** Abril 2014.

## Introducción

En búsqueda que las personas en general visiten los museos de Quito, el presente trabajo de titulación encontró a través de las redes sociales (Facebook) la manera más adecuada de publicitar dichos museos, los mismos que se encuentran bajo la custodia de la Fundación Museos de la Ciudad.

Todo este trabajo de investigación se resume básicamente en que las personas retomen la cultura visual y visiten en familia los diferentes museos.

## Contextualización

Para este trabajo de titulación se ha tomado en consideración dos de los museos Yaku y Museo Interactivo de Ciencias que se encuentran bajo el control de la Fundación Museos de Ciudad, La Fundación Museos de la Ciudad es una institución municipal con sede en la ciudad de Quito y que está preocupada por mantener y/o conservar todos los elementos que se encuentran vinculados a la cultura, tomando como punto de partida a esta institución para que todos los quiteños y quiteñas y todo aquel que se sienta atraído por cualquier manifestación de cultura lo pueda hacer por medio de esta institución.

## **Título del proyecto**

Aplicación del Diseño Gráfico en Redes Sociales (Facebook) para promocionar los Museos de Arte de la Ciudad de Quito, apoyando la gestión de la Fundación Museos de la Ciudad. Octubre 2012 – Octubre 2013.

## **El Problema**

Este cambiante siglo XXI está generando una serie avances tecnológicos que provocan una especie de efecto dominó en la vida de gran parte de la población, ya que muchas personas son arrastradas por la tecnología y sus distintas aplicaciones y dispositivos.

A pesar de su juventud, la www –World Wide Web, gran telaraña mundial- ha sufrido ya algunas transformaciones. Los primeros constructores fueron científicos que querían crear una manera de intercambiar documentos que fuera independientemente del tipo de máquina usada. Se inventaron el lenguaje HTML (HyperText Markup Language, lenguaje de marcas de hipertexto), como una manera de “poner marcas”, etiquetas, en la estructura del documento para favorecer el intercambio y la comparación. El centro de su investigación no se encontraba en la lógica visual de los documentos, sino en la lógica estructural”. (Lynch & Horton, 2000)

Es así que esta lógica estructural se ha ido incorporando en la cotidianidad de cada ciudad y en la vida de cada individuo. En un inicio la www o también conocida como la web, básicamente era un espacio destinado a encontrar un tipo de información y nada más, difícilmente se podía actualizar. La acción usuario – medio era limitado en información, en calidad y también en aplicaciones. A esta etapa se le ha denominado la web 1.0.

Los usuarios empezaron a crecer, como también crecieron sus necesidades y demandas. Era urgente el intercambio de información, archivos de texto,

imágenes, sonido, video, etc. Así nació la web 2.0. Bajo este criterio, un 4 de febrero de 2004, gracias a la iniciativa de cinco jóvenes de la Universidad de Harvard nace thefacebook.com, claro está que existían otras compañías que también trabajaban en algo similar, pero se nombra a FACEBOOK como la empresa que revolucionó la vida y la interacción de las personas en el ciberespacio. “Pocos usuarios quedan de aquellos que se contentaban con el hecho de poder echarle un vistazo. Hoy, nos dirigimos a la Red en busca de información – información tratada con profundidad, valor, e integridad”. (Lynch & Horton, 2000)

Ahora la evolución de la información y sobre todo la manera en que es procesada y entendida ha cambiado y seguirá cambiando. Se busca un rápido acceso, con intercambio de información rápida, manejando la interacción en una amplia gama de dispositivos no solo de escritorio, no solo móviles. Se busca que la mayor parte de equipos estén conectados, se habla entonces de la web 3.0. “¿Es la **web semántica**? La web 3.0 son aplicaciones web conectándose entre sí, a fin de enriquecer la experiencia de las personas, haciendo uso de formatos especializados que amplían la información y sugiere otra, esto proporciona autonomía respecto del navegador y construcción de la Web Semántica. Web 3.0 también ha sido utilizada para describir el camino evolutivo de la red que conduce a la inteligencia artificial.”. (Universidad Icesi, 2014)

Posiblemente esto pueda ser una exageración para unos y posiblemente sea ya un tema demasiado antiguo para otros, pero la verdad es que en la web existe una comunidad de gente que coopera día a día generando nuevas aplicaciones. ¿Hacia dónde nos están llevando éstas nuevas aplicaciones? ¿Qué nuevos dispositivos aparecerán, cuál será su apariencia y cuál su poder de conectividad y procesamiento?

¿Y ahora la **Web 4.0**? Este término motiva a pensar qué será ese tipo de Web, por ahora algunos señalan que el resultado de Web 3D+ Web 3.0 (web semántica) + Inteligencia Artificial + Voz como vehículo de intercomunicación= Web 4.0 (web total) es decir que una vez se establezca esta web semántica (entre el año 2010 y el 2020) será el turno de avanzar hacia la web 4.0 en la que el sistema operativo establecido en la web cobre

protagonismo, hacia una Web Ubicua, donde el objetivo primordial será el de unir las inteligencias donde tanto las personas como las cosas se comuniquen entre sí para generar la toma de decisiones. Para el 2020 se espera que haya agentes en la Web que conozcan, aprendan y razonen como lo hacemos las personas. Ibid

Ahora, con estos antecedentes históricos y tecnológicos, es bueno generar una reflexión sobre la realidad ecuatoriana y en especial la quiteña en torno al Internet y las redes sociales, más el efecto que estas puedan generar externamente, es decir, ante sus clientes-usuarios y posibles-potenciales clientes-usuarios.

“Cada vez más gente se **conecta a la Internet** en el país. El dato más reciente es que el **35,1% de la población**, que equivale a unos 5,15 millones de personas, ha utilizado este servicio en los últimos 12 meses. Lo anterior representa unos cuatro puntos más que el año previo, según datos publicados ayer por el **Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC)**.

La provincia con mayor penetración de este servicio es Pichincha con un 47% [...] Esta apuesta por el mayor acceso a la red ha dinamizado un sector donde cientos de empresas proveen el servicio o venden equipos. En ambos casos, la mayor competencia se ha traducido en menores costos para los usuarios”. (El Comercio, 2014)

En este sentido los datos establecidos por el INEC muestran información en torno a un crecimiento continuo en cuanto al Internet. Basados en el tema de esta investigación es importante mostrar datos sobre las redes sociales, en este caso “Las redes sociales más usadas en los medios digitales ecuatorianos, por orden de importancia, son: Facebook, Twitter, RSS, Youtube, Ustream, JustinTV, Google+” (CIESPAL, 2012)

¿Cómo las empresas están utilizando estos medios? ¿Qué es lo que sucede al interior del sector público con estas herramientas? “El problema es que muchos usuarios de la Internet y especialmente empresas pequeñas no tienen suficiente tiempo o no tienen recursos suficientes (por ejemplo empleados) para manejar diferentes redes sociales.”. (Korntheuer, 2014)

Cerrando más el espectro de esta investigación y enfocándolo a las redes sociales, se ha tomado como sujeto de estudio a la Fundación Museos de la Ciudad que tiene como misión “Somos una institución cultural orientada a la educación ciudadana, a través de los museos municipales y otras instituciones culturales, para contribuir al conocimiento, apropiación, valoración y disfrute del patrimonio.” (Fundación Museos de la Ciudad, 2014), y que engloba a los museos Museo de la Ciudad, Museo del Agua Yaku, Museo Interactivo de Ciencias [MIC], Centro de Arte Contemporáneo, Museo del Carmen Alto, Qmanda. Cada una de estas entidades desempeña una serie de actividades a lo largo del año.

La Fundación Museos de la Ciudad maneja la página web <http://www.fundacionmuseosquito.gob.ec/> que muestra información amplia sobre sus distintas actividades y tiene un menú con bastante información, sin embargo, es importante anotar que esta página dispone de tres redes sociales: Facebook®, Youtube® y RSS®. El análisis realizado demuestra que el Museo de la Ciudad no tiene una presencia “visible” en Youtube® al momento de entrar a este sitio, simplemente se ingresa a la página de Youtube® y el usuario debe colocar algún tipo de información referente a la Fundación y es ahí que lo vincula al sitio FMC Quito. En segundo lugar se revisó el RSS®, que es un canal de contenido que permite recibir actualizaciones cuando el contenido de la página de la Fundación cambia.

Finalmente se visitó la página de Facebook® de la Fundación Museos de la Ciudad <https://www.facebook.com/FundacionMuseosQuito> y se puede realizar la siguiente conclusión:

1. Esta página fue creada o se “unió” el 30 de abril de 2012, es decir, que el 30 de abril de 2014 cumpliría 2 años de funcionamiento.
2. Al 15 de febrero de 2014 tiene 1336 “Me gusta”.
3. Esta es una página que refleja la característica empresarial que Facebook® maneja, lo que le permite a la Fundación tener dominio o control sobre el entorno de esta página y lo principal manejar distinta información de manera estadística. Es así que se puede mostrar lo siguiente:
  - a. El grupo de edad más popular está comprendido entre los 25 a 34 años.

- b. El número de personas que están hablando de esto (15 febrero de 2014) son 31.

La información obtenida es bastante alarmante, ya que Facebook® es una herramienta muy potente dentro de las redes sociales y dispone de una serie de aplicaciones para interactuar más con sus usuarios. Y este es un serio problema en este medio ya que en 22 meses de funcionamiento tiene 1336 “Me gusta”. Sacando un promedio diario en todo este tiempo se obtiene 0.50 “Me gusta” diarios. Es notorio que la Fundación ha descuidado una herramienta importante de difusión y comunicación a la que no se le da la mayor importancia para dar a conocer sus actividades.

## **Formulación del Problema**

¿De qué manera influye el Diseño Gráfico y la Comunicación en las Redes Sociales con la utilización de Facebook® y las aplicaciones que este medio dispone para promocionar la actividad de la Fundación Museos de la Ciudad y lograr un crecimiento progresivo en la visita a este sitio por medio de los “Me gusta” y difundir de forma masiva las distintas actividades de la Fundación?

## **Justificación del problema**

La actividad que ha desarrollado la Fundación Museos de la Ciudad es altamente valorada en Quito, sin embargo es necesario aplicar estrategias de comunicación y promoción que permitan llegar a más usuarios.

Consecuentemente, es importante sacar partido de todos los medios posibles para difundir las actividades de la Fundación y qué mejor herramienta que el Facebook® para poder plasmar actividades, eventos, concursos, talleres, etc.,

incorporando a la ciudadanía quiteña y del mundo a un espacio vinculado con el arte y sus derivados. Este es un medio que sigue vigente y que tiene día a día nuevos seguidores, el Internet ha permitido romper barreras y ha unido a más y más personas en todo el mundo y permitirá a la Fundación ser un pilar en la cultura del país.

## **Objetivos**

### Objetivo General

Aplicar el diseño gráfico como una herramienta visual y de comunicación que permita la promoción por medio de Facebook de los museos de arte de la ciudad de Quito, apoyando la gestión de la Fundación Museos de la Ciudad.

### Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente esta investigación desde la comunicación, el diseño, las nuevas tecnologías de la comunicación y la interpretación de los resultados obtenidos mediante el perfil del Facebook® de la Fundación Museos de la Ciudad.
- Diagnosticar a través de las diferentes técnicas de recolección de datos los elementos más idóneos para el contenido y la programación del diseño y el manejo de la comunicación en la plataforma de Facebook® para la Fundación.
- Aplicar las herramientas más efectivas dentro del entorno de Facebook® y el Diseño Gráfico para la promoción de la Fundación.
- Validar la propuesta y someterla a cambios y/o modificaciones si ese fuera el caso.

## Metodología de la investigación.

Existen algunos métodos de investigación, sin embargo es importante elegir el método que le dé sentido a la investigación, que se sea la columna vertebral a lo largo del proceso investigativo y sobre todo que arroje algún tipo de resultado. Tomando como punto de partida el tema de este trabajo de investigación “Aplicación del diseño gráfico en redes sociales (Facebook) para promocionar los museos de arte de la ciudad de Quito, apoyando la gestión de la Fundación Museos de la Ciudad”, se ha considerado al Método Histórico Lógico como el más acertado para esta investigación.

Bajo este criterio se puede establecer el contexto global sobre el que va a girar esta investigación, descartar la utilización de la inducción y la deducción como complementos del primer método.

Acompañando a la metodología antes citada es importante incorporar otros procesos metodológicos que permitan operativizar el acopio de información en determinados momentos de la investigación, en este sentido se hace alusión a las técnicas de recolección de información primaria y secundaria.

La **información primaria** estaría encaminada a la recolección de datos por medio de la observación tomando en cuenta que ésta fue estructurada para que no sea sesgada por parte del investigador, es decir, subjetiva. La entrevista es otra técnica importante dentro de este proceso de investigación, ya que permite sostener una conversación con varias personas que conocen sobre la temática investigada y averiguar determinados datos específicos difíciles de encontrar en medios bibliográficos o de cualquier otra índole. Es así que se entrevistó a la Ing. Mariana Lozada Diseñador Grafica de la Fundación Museos de la Ciudad, ver en anexos datos de la entrevista.

Para el tema “Aplicación del diseño gráfico en redes sociales (Facebook)...” se ha establecido la investigación correspondiente buscando información sobre el número de usuarios, así se tiene que junio de 2009 en Quito y Guayaquil se tenía



los siguientes datos: “Las dos ciudades que poseen el 96% de los usuarios de Facebook, distribuyen de manera distinta los usuarios por edad. Al comparar porcentajes de grupos de edades, podemos ver que los usuarios de Guayaquil con menos de 24 años son el 53,04% de los registrados en esa ciudad; Quito por su lado en menores de 24 años acumula el 47,24% del total de sus usuarios. Aunque es poca la diferencia, podríamos indicar que Guayaquil posee más jóvenes dentro de la red (más de la mitad de sus usuarios), mientras Quito posee el 52,76% de sus usuarios con edades mayores a 25 años.” (ecuadorinternetmarketing, 2014)

Por otro lado, en el estudio realizado por Hogo Carrión para IMAGINAR el Centro de investigación para la sociedad de la información en Quito, sostiene “Las cifras a junio de 2010 de la Superintendencia de Telecomunicaciones dan cuenta que el 19% de los ecuatorianos son usuarios de internet. De ellos el 58 % es decir más de un millón y medio son miembros de Facebook. El caso de Quito es particularmente interesante, pues en el Distrito Metropolitano se encuentra el 40% del total de usuarios internet. Del casi millón de quiteños usuarios de internet el 60% es miembro de Facebook. [...] Respecto a la edad, como era de esperarse la presencia de jóvenes y adultos jóvenes domina la esfera de las redes sociales. El 62% de miembros están comprendidos en edades que varían entre 18 y 34 años, sin embargo no resulta nada despreciable la participación de menores de edad que suma el 20% de la población total de miembros en Facebook”. Es importante lograr una proyección de usuarios de Facebook al año 2014, para eso se han obtenido datos del sitio web cobertura digital sostiene que Facebook es la red social con más seguidores “al iniciar el 2014, el dato oficial es que 7 millones de ecuatorianos tienen ya una cuenta en esta red social”. El mismo sitio arroja un dato importante mostrando el “Ranking Top 10 Facebook Ecuador por ciudades (2013) [...] Quito con 1´640.000”. Interpretando los datos antes mencionados se podría entender que en la ciudad de Quito existirían 1´016.800 usuarios de Facebook en edades comprendida entre los 18 a 34 años de edad y abarcando a hombres y mujeres.

La **información secundaria** se hace presente, ya que al tratar el tema de Facebook, por medio de ésta se obtiene un contacto directo con trabajos realizados dentro del mundo científico por medio de instituciones de orden local,

regional, nacional e internacional. Finalmente se cuenta con información de **fuentes internas**, en este caso la Fundación Museos de la Ciudad y no se descartó la utilización de **periódicos** o **revistas** y el **Internet** siempre y cuando fueren de instituciones serias, para esto es importante destacar aspectos como “La oficialidad de la página, tipo de información publicada, validez de la información, etc.” (Villafuerte & Deymor, 2014) A lo largo de esta investigación serán evidenciados cada uno de estos elementos.

## **Presupuesto**

Descripción	Valor
Materiales de oficina	\$ 20
Internet	\$ 120
Valor total	\$ 140

## **Marco Teórico**

Partiendo de que este estudio está vinculado al tema “Aplicación del diseño gráfico en redes sociales (Facebook) para promocionar los museos de arte de la ciudad de Quito, apoyando la gestión de la Fundación Museos de la Ciudad”, es preciso realizar una división de este trabajo en tres partes. La primera estará vinculada al diseño gráfico, la segunda a las redes sociales y la tercera parte a la Fundación Museos de la Ciudad.

### **Diseño Gráfico**

Al referirse a estas dos palabras se ingresa a un universo amplio y al mismo tiempo “conflictivo” ya que se encuentra en constante cambio. Es por eso que esta primera parte está relacionada a mostrar sucintamente algunos aspectos sobre el diseño gráfico. Para algunos autores esta actividad es tan antigua, como antiguo es el hombre ya que sustenta o fundamenta los trazos realizados en varias cavernas, para luego pasar de forma evolutiva a utilizar arcilla y a registrar

una serie de trazos-símbolos que buscaban reconocer detalles cuantitativos sobre distintos tipos de propiedades, para luego ir evolucionando a actividades que estaban vinculadas al arte, especialmente a la plástica. Otros autores menos tradicionalistas hablan de la actividad del diseño gráfico situándolo a finales del siglo XIX con la aparición de los primeros carteles publicitarios en París.

El término diseño gráfico aparece en 1922 de la mano de un diseñador de libros llamado William Addison Dwiggins y básicamente este término lo acuñó para mostrar el orden estructural con que trabaja sus piezas editoriales. Con el devenir de los tiempos esta actividad se fue vinculando con otras y poco a poco fue heredando e incluso apropiándose de ciertos estilos utilizados en ciertas vanguardias pictóricas como el cubismo al analizar las formas en los impresos, el dadaísmo como un laboratorio lleno de experimentos continuos con la tipografía y la fotografía, el futurismo y todo su espíritu rebelde volcado a sus escritos, entre otros.

El tiempo y los acontecimientos históricos suscitados con la Primera Guerra Mundial serán también otro crisol donde se fraguaron varias combinaciones en el campo del diseño, buscando su funcionalidad. Será la escuela de Bauhaus y su visión socialista en su primera etapa que incorporara el diseño gráfico a la actividad artesanal y artística para difundir el trabajo de profesores y estudiantes de esta escuela alemana. Ser considerado un artista o un artesano era una profesión cargada de mucha entrega y disciplina que generaba en aquella época distinción y prestigio. Al sonar nuevos vientos de guerra muchos profesores de la Bauhaus salieron hacia los Estados Unidos buscando replicar la experiencia alemana, sin embargo, sirvió de pretexto para ser el inicio de nuevos aportes a la arquitectura especialmente. Sería injusto continuar este pequeño resumen sobre el diseño gráfico sin hablar sobre el constructivismo ruso y su gran aporte al diseño gráfico, la fotografía, la publicidad, entre otras actividades.

Luego del gran *shock* al que fue sometida toda la humanidad luego de la Segunda Guerra Mundial todos los países involucrados en esta barbarie necesitaban crearlo todo nuevamente. Una vez más, es Alemania la que toma la decisión de crear un centro de estudios donde se pueda sacar provecho de la necesidad, la creación y la limitación de artefactos y materiales. Nace en 1953 la *Hochschule*

*für Gestaltum* (Escuela Superior de Proyección) o Escuela de Ulm (por el nombre de la localidad en la que se encuentra). Se puede sostener y afirmar que la forma de concebir el diseño a partir de esta fecha y con esta escuela universitaria cambió el diseño para siempre.

Se puede hablar que algunas disciplinas cambiaron completamente y fue el inicio para que otras empiecen a gestarse lentamente. A partir de Ulm el diseño gráfico cobró más notoriedad e importancia, ya que las empresas como la Braun empezaron a utilizar el diseño gráfico en todos los productos ya sean etiquetas, cajas, logotipos, etc. También apareció el diseño industrial como una actividad universitaria y profesional, Industrialización constructiva, comunicación visual e información, Identidad corporativa, Señalética, Tipografía, Diseño Fotográfico, Cinematografía entre otras.

Posteriormente y gracias a la guerra fría más el desarrollo de las computadoras permitirá el origen del proyecto Arpanet iniciado por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos.

“Manuel Castells explica que son dos las fuentes de Internet: el sector militar/científico y la contracultura informática personal, y que ambas tienen como base común al mundo universitario. El primer nodo de Arpanet se estableció en la UCLA en 1969, y a partir de entonces se fue extendiendo entre la comunidad académica y también en las redes internas de las compañías.”. (Universidad ICESI, 2009)

La tecnología cambiante de las computadoras y la masificación del Internet poco a poco ha realizado un aporte al diseño por medio del diseño multimedia, el diseño web entre otros. De igual forma esta gran telaraña ha ido extendiéndose a lo largo de estos años y ha dado paso a nuevas formas de expresión, comunicación e interactividad con las llamadas redes sociales.

## Redes Sociales

Este término aparentemente reciente y abiertamente usado por todos y todas tiene un trasfondo anterior a la aparición de Facebook, Twitter, Google+, Hi5, entre otros. En el análisis correspondiente a este estudio se ha podido evidenciar que este término genera una bifurcación como dos brazos de mar. Partiendo de esta metáfora es prudente iniciar este trabajo buscando el significado de red (el significado de redes no existe) se partirá del significado oficial que brinda el diccionario de la Real Academia Española:

**“7.** f. Conjunto de elementos organizados para determinado fin. Red del abastecimiento de aguas Red telegráfica o telefónica Red ferroviaria o de carreteras.

**10.** f. Conjunto de ordenadores o de equipos informáticos conectados entre sí que pueden intercambiar información.”. (Real Academia Española, 2001)

A pesar de tener otros significados, los dos anteriores se podrían interpretar para sujetarlos al significado de Red dentro del tema de estudio, sin embargo se consideran demasiado abiertos en su significado. Por otro lado hay que tomar en cuenta que el origen de esta palabra debía ser de otro. De esa forma se encontró la palabra *Network*. A partir de aquí el panorama cambiaría poco a poco.

“Network Red. Conjunto de hardware y software de gestión necesario para la conexión de múltiples ordenadores con el fin de que puedan intercambiar información entre ellos y compartir recursos. La Rec<sup>1</sup> pueden ser de área local (LAN) o de área amplia (WAN).”. (mastermagazine, 2014)

Bajo este significado se define con mayor precisión el concepto de red, pero sin embargo de hace referencia a *hardware* y *software* y redes *LAN* y *WAN*. Por otro lado en la publicación *Redes Sociales de Metáfora a Paradigma* se encuentra el concepto de *Network* establecido por J.A. Barnes (1954):

---

<sup>1</sup> En esta parte se debe interpretar Rec por Red. Nota del Investigador.

“Cada persona está, por así decirlo, en contacto con cierto número de otras personas, algunas de las cuales están en contacto entre sí y otras no. Creo conveniente denominar red a un campo social de este tipo. La imagen que tengo es la de una red de puntos los cuales algunos están unidos por líneas. Los puntos de esta imagen unas veces serán personas y otras grupos, y las líneas indicarían quiénes interactúan entre sí” (Barnes, 1954:43).” (Baquero C. & Herrera G., 2012)

El aporte de Barnes es muy importante porque ya habla sobre el contacto y el posible contacto de personas “unidas por líneas” y estas líneas en 1954 era un término muy abierto, pero que podía combinarse con algún elemento relacionado “al contacto y las relaciones entre individuos”, es decir, como sostiene Baquero y Herrera (2012) “El proceso social, con todas sus características, procede por, con y a través de relaciones. Más concretamente, desde una epistemología relacional, el conocimiento sociológico:

- a) Tiene como punto de partida la definición del propio objeto como relación social entre sujetos (A y B) que están ubicados en estructuras socio-culturales diferentes.
- b) Se observan los fenómenos desde el punto de vista relacional, es decir, ubicándose en la posición de un observador tercero (O) que contempla el comportamiento de un actor (A) hacia otro (B) y viceversa (el comportamiento de B hacia A), así como la relación que emerge de tal interacción (efecto Y). Este es el objeto o problema cognitivo desde el que se ha partido, convirtiéndose así en objeto de una específica teoría.”

El concepto de Red ha trascendido y ha incorporado conceptos como relación, contacto, sujetos, observador, comportamiento, estructuras socio-culturales, entre otras. Alrededor de cada uno de estos conceptos los teóricos de la comunicación y los diseñadores de la programación para web es como han podido interpretar estos conceptos en herramientas de experimentación en primera instancia para luego dar parte a un concepto dialéctico que con el pasar del tiempo muta constantemente en nuevas aplicaciones informáticas.

“Ciertamente, no existen notables ambigüedades respecto al significado de red (network), definida, sin relevantes diferencias, como “conjunto de puntos ligados por líneas”. Concretamente Biegel conceptúa la red social como la trama de los “ligámenes<sup>2</sup> de un individuo con otros significativos (familia, amigos, vecinos y otros apoyos informales)” (Biegel, 1985:11). Esta definición es comúnmente aceptada, aunque sea evidente el carácter genérico. Posiblemente su riesgo, y porque no decirlo, su problema, está en el dejar abierta la cuestión de la interpretación de términos como “ligamen” y “otro significativo”. Posteriormente, el hecho de que relegue las redes sociales al sector o esfera informal la aleja de una visión general de la sociedad como red. Naturalmente, también existen otras muchas definiciones más complejas y artificiosas.” (Baquero C. & Herrera G., 2012)

Ahora el término social puede ser más complejo de interpretar, ya que sus significados son también amplios, como se verá en estos dos significados.

“1. adj. Perteneiente o relativo a la sociedad.”. (Real Academia Española, 2001)

“**Sociedad** es un término que describe a un **grupo de individuos** marcados por una cultura en común, un cierto folclore y criterios compartidos que condicionan sus costumbres y estilo de vida y que se relacionan entre sí en el marco de una **comunidad**”. (Definición.De, 2014)

Al incorporar el significado número dos, entran a escena términos de cultura, folclore, estilos de vida y relaciones (entre seres humanos). Finalmente es importante citar a Baquero y Herrera quienes hacen mención al trabajo de J. C. Mitchell quien define una red social:

“Como un conjunto específico de ligámenes entre un conjunto definido de personas, con la propiedad añadida de que las características de tales ligámenes pueden ser utilizadas para interpretar el comportamiento social de las personas englobadas por los ligámenes” (Mitchell, 1969:2).

---

<sup>2</sup> (Del lat. *ligāmen*, atadura). Nota del investigador.

Entre el año 2013 y 2014 se prevé cambios en la forma de ser y estar en la red y el Internet “Se trata de una revolución que está ocurriendo vertiginosamente ante nuestros ojos y en la que están participando cientos de millones de personas. Una revolución que nos permite trabajar con todo tipo de contenido: vídeo, sonido, imagen, texto y que viene acompañada de algunas herramientas enfocadas a la socialización que permiten que las personas puedan interactuar a través de espacios como blogs, grupos, foros, microblogs, wikis o redes sociales de Internet.”. (Noguera, Martínez, & Grandío, 2011)

Luego de haber establecido estos conceptos que permiten entender dos palabras transformadas en dos conceptos tan amplios, es importante mostrar más del universo de las redes sociales. “Las redes sociales son herramientas de comunicación que se caracterizan por su inmediatez y su viralidad, características que hay que tener en cuenta con rigor a la hora de plantearse una estrategia de comunicación en “social media”. La responsabilidad social corporativa (RSC), también llamada responsabilidad social empresarial (RSE), es la contribución activa y voluntaria a la mejora social, económica y ambiental por parte de las empresas, con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido. Algunas empresas han ido incorporando el concepto de RSE para convertirlo en el motor de la innovación de sus políticas, buscando construir organizaciones más sostenibles y responsables, incluyendo aquí el papel de las redes sociales ya que muchas empresas utilizan estas para comunicar su compromiso social.”. *Ibíd.*

A continuación se transcribe el contenido de la página web <http://silviaguinart.com><sup>3</sup> donde la periodista y Directora de Comunicación Empresarial e Institucional, publicista, experta en marketing, neuromarketing, comunicación, negocios y las redes sociales establece en su artículo *Las redes sociales más populares en 2014*:

“Las redes sociales siguen escalando posiciones de popularidad en 2014. Han estrenado el mes de enero con un fuerte impacto social y cifras de usuarios muy atractivas. Estos buscan intercambiar información con los

---

<sup>3</sup> Licenciada en periodismo y Máster en Dirección de comunicación empresarial e institucional (productos, marcas, servicios) por la Universitat Autònoma de Barcelona.



amigos y la familia, comunicarse de forma rápida con conocidos y profesionales o compartir contenido relevante.

Facebook se sitúa como la red social con más usuarios activos del mundo, con 1.184 millones, seguida de Qzone, la principal red social de China, creada en 2005, con 632 millones de usuarios, según datos de statista.com. El ranking continúa con Google Plus, con 300 millones de usuarios, LinkedIn, con 259 millones de usuarios, Twitter, con 232 millones de usuarios, Tumblr, con 230 millones de usuarios y Tencent Weibo, una red social china lanzada en 2010, con 220 millones de usuarios. La red social Pinterest no aparece en el ranking, si bien es la red social lanzada de forma independiente que más rápido alcanzó los 10 millones de usuarios únicos al mes.

La mayoría de las redes sociales con más de 100 millones de usuarios han sido creadas en Estados Unidos, pero las redes sociales chinas están ganando usuarios a pasos agigantados, sobre todo gracias a los usuarios y los contenidos locales. Las redes sociales Qzone y Tencent Weibo, antes mencionadas, fueron creadas por Tencent, el portal online de información más grande de China.

Facebook, pese a ser todavía la mayor red social del mundo, parece estar perdiendo interés entre los usuarios jóvenes, que prefieren plataformas más visuales como Pinterest. Twitter también ha crecido pero de forma progresiva. No obstante, la compañía americana sigue sin encontrar un modelo de negocio que erradique las pérdidas. La publicidad es uno de sus mayores canales de financiación, que este año alcanzará los 1000 millones de dólares.

La gran protagonista de 2014 podría ser Google Plus. El buscador está potenciando su red social en términos de posicionamiento y está incluyendo grandes mejoras en su interfaz. Las empresas ya saben que deben estar en la red social del gigante americano y los usuarios cada vez están más inclinados a probarla. No obstante, en términos de uso Google

Plus baraja todavía cifras bajas. En este sentido, los usuarios utilizan la red social una media de 6 minutos y 47 segundos al mes según Mashable.”.

A continuación se muestra de forma gráfica la forma en cómo se ha expandido por todo el mundo este fenómeno llamado redes sociales, el mismo que ha sido obtenido del [en.rian.ru](http://en.rian.ru) y en que se puede observar con claridad el dominio de Facebook en la mayoría del planeta.

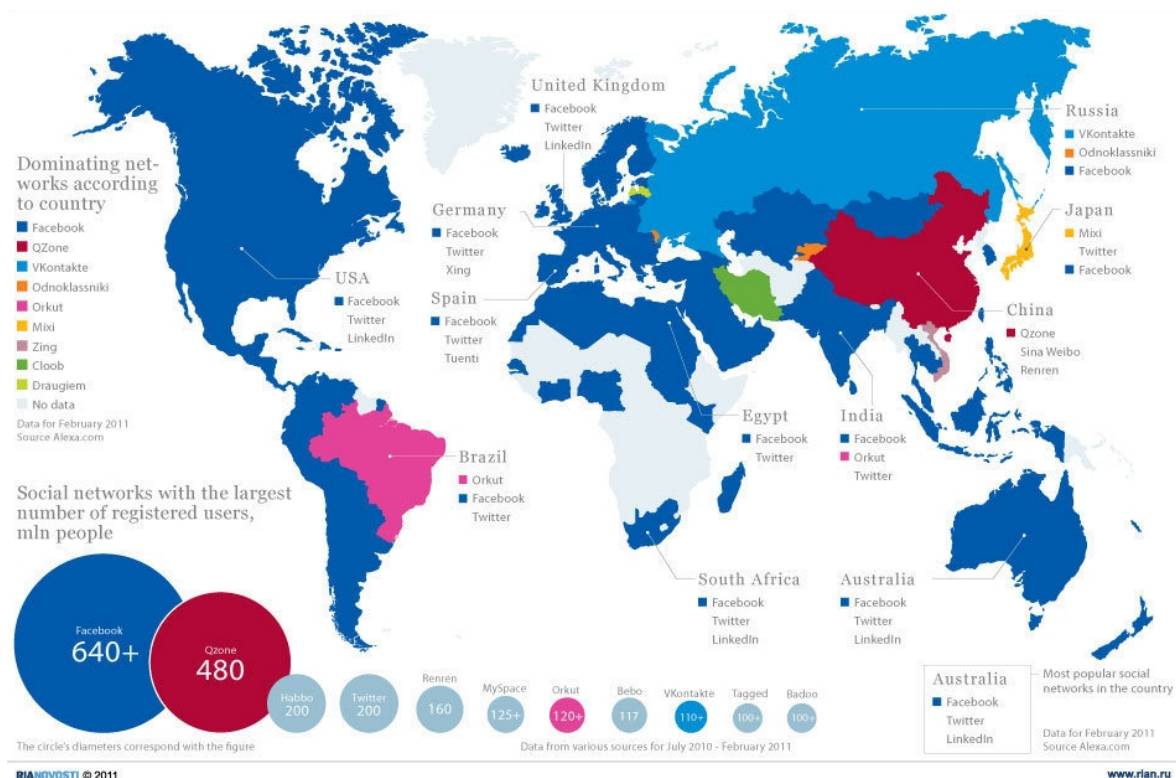


Gráfico 1. Distribución de las redes sociales en el mundo.

Elaborado por: <http://en.ria.ru/infographics>

Al observar esta distribución mundial, con claridad se puede ver que Facebook es la preferida por parte del público, a pesar de que está dejando de gustar a muchos jóvenes. Sin embargo Facebook lanzó hace poco una nueva aplicación “Paper que permitirá a los usuarios de esta red social, ver las publicaciones e historias de sus amigos como si fuese una revista o un periódico impreso. Esta nueva forma de visualización ocupará la pantalla completa y facilitará y mejorará la lectura de artículos largos y fotografías.”. (Taringa.net, 2014)

Esto hace pensar que mientras Facebook se encuentre a la vanguardia de las redes sociales a nivel mundial, seguirá siendo la herramienta con más poder de convocatoria dentro del ciberespacio. A continuación se muestra una pequeña semblanza de las principales redes sociales, esto ha sido tomado de <http://www.redesociales.net>

## Gráfico 2. Directorio de redes sociales y comunidades virtuales genéricas<sup>4</sup>.



Facebook es un sitio web gratuito de redes sociales creado por Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.



Hi5 es una red social basada en un sitio web lanzada en 2003 y fundada por Ramun Yalamanchis, actual director general de la empresa Hi5 Networks.



MySpace es un sitio web de interacción social formado por perfiles personales de usuarios que incluye redes de amigos, grupos, blogs, fotos.



Orkut es una red social (comunidad virtual) promovida por Google desde enero del 2004. La red está diseñada para permitir a sus integrantes mantener sus relaciones existentes y hacer nuevos amigos, contactos comerciales o relaciones más íntimas.



Sonico es una red social en línea de acceso gratuito orientada al público latinoamericano. Los usuarios pueden buscar y agregar amigos, actualizar su perfil personal, administrar su privacidad, subir fotos y videos de YouTube, organizar eventos, desafiar a otros usuarios en 6 juegos multijugador y alrededor de 200 un jugador e interactuar con otra gente a través de mensajes privados, comentarios,



Tuenti es una red social virtual dirigida a la población joven española. Permite al usuario crear su propio perfil, subir fotos y vídeos y contactar con amigos. Tiene otras muchas posibilidades como crear

<sup>4</sup> Por efectos de redacción y por guardar concordancia con el trabajo de investigación se ha modificado ciertos párrafos. Nota del investigador.

eventos, Tuenti Sitios y Tuenti Páginas, etiquetar amigos en fotos, comentar sus estados, crear su propio espacio personal, chatear a través de su propio chat y Tuenti Juegos.



Twitter (pronunciado en inglés gorjear, parlotear, trinar) es un servicio de red social (aunque su creador, Jack Dorsey, dice que no se trata de una red social) y servicio de microblogging que permite a sus usuarios enviar y leer micro-entradas de texto de una longitud máxima de 140 caracteres denominados como "tweets". El envío de estos mensajes se puede realizar tanto por el sitio web de Twitter



BeautifulPeople Las apariencias son importantes para usted cuando tiene que elegir a una pareja. ¿Quisieras que te garantizaran que tu cita siempre sea Guapo/Guapa?



Bebo Recibe recomendaciones sobre música, vídeos, artículos y juegos. Conoce a otros usuarios con gustos similares. Comparte fotos, enlaces, vídeos, aficiones e historias con quien quieras desde un solo lugar. Conecta con amigos, familiares, compañeros de clase o de trabajo y nuevas amistades... ¡aunque sean miembros de otra red social!



Classroom 2.0 Red social enfocada a la Web 2.0 y las tecnologías colaborativas para la educación. Este sitio invita a aquellos profesionales de la educación interesados en las nuevas tecnologías a ser parte de esa comunidad virtual y participar de un diálogo digital entre pares.



Festuc le conecta a sus amigos, con gente próxima a usted y con tus sitios favoritos.



Friendster es un servicio de vinculación de personas que ingeniosamente crea grupos sociales similares a los de la vida real en una gran red virtual.



Gent10.com - Red Social Hispana. Es una red social gratuita, no somos 800 millones como otras redes, pero tenemos potencial para hacer de Gent10 una gran comunidad, pocas redes ofrecen tantos recursos, y todos Gratis.



METAKI.COM - ¿qué, cuándo, dónde y con quién? geolocaliza amigos, familiares, compañeros de trabajo... geocomparte su ubicación, comentarios, fotos, eventos.... descubre lugares, necesidades, oportunidades.



muugOo! es una nueva red social de Microblogging con contenidos en tiempo real generados por toda la comunidad que lo integra. En donde se puede compartir eso que le resulta interesante en 300 caracteres más fotos, audios, videos, link y archivos. La interfaz en Muugoo es muy sencilla y fácil de utilizar, por lo que no tendrá ningún problema para escribir lo que se le venga en mente.



Netlog es una plataforma en Internet con la que los usuarios pueden mantenerse el contacto y ampliar su red social. Es un portal social en línea, cuyo objetivo principal es la juventud europea. Lo ha desarrollado Netlog NV, con su base en Gante, Bélgica.



Nocturnar.com Es una red social de contenidos, donde se reúnen personas en torno a sus intereses, donde puedes expresar tus opiniones en foros temáticos, compartir, comentar tus fotos y videos, mantenerte en contacto con sus amigos, personalizar su perfil y mucho más.



Red social con foros y artículos Nueva Red Social de España



Redpizarra es un espacio digital dirigido a docentes latinoamericanos para crear, gestionar y publicar información. Es una red social de educación creada bajo la ideología del aprendizaje colaborativo y participativo.



Spaniards La Comunidad de Españoles en el Mundo. Descubre miles de españoles viviendo en el extranjero.

Elaborado por: <http://www.redesociales.net>

“Los fans de algo o alguien demuestran su afición siendo miembros de un club (formal o informal), promoviendo lo que les interesa, recomendándolo y evangelizando (en muchas ocasiones de manera altruista). En el inicio de Facebook, ser fan incluso era un código propio y se había convertido en el KPI más utilizado por las agencias de social media. El KPI (*key performance indicators*, o indicadores clave de desempeño) son métricas utilizadas para cuantificar objetivos que reflejan el rendimiento de una organización. Medir el número de fans de una página en Facebook podía

considerarse como un indicador de éxito. Actualmente Facebook ya no tiene la opción de hacerse fan, en una maniobra por conseguir mayor repercusión ya que si un usuario puede marcar con el botón “me gusta” los artículos de un periódico o los posts de un blog sin entrar inmediatamente a Facebook, el potencial de la red social como distribuidor de tráfico es enorme.”. (Noguera, Martínez, & Grandío, 2011)

Como se ha podido evidenciar por medio del trabajo de Noguera y su equipo de trabajo el fenómeno Facebook, aparte de ser el medio para recibir-observar-actuar por parte de millones de usuarios, se ha convertido en una herramienta de trabajo que ha llevado a millones de empresas a incursionar en nuevos medios y lenguajes para no solo darse a conocer, abrirse un espacio competitivo o cerrar sus puertas. Facebook al parecer es un acontecimiento que ha dejado huella por ser una empresa innovadora que ha utilizado más de un medio para mantenerse como líder, al menos en gran parte del planeta. Estrategia tras estrategia ha sido lo que le ha permitido incluso sacar a su competencia del mercado “por las malas” o absorberlas por medio de la compra “por las buenas”. Finalmente a continuación se presentará una breve reseña tomada del sitio <http://a7.com.mx> que permite analizar la evolución de Facebook.

“En el 2004 la red comenzó llamándose *TheFacebook* y era para el uso exclusivo de los alumnos de Harvard, el artículo *The* se le quitó cuando se pudo comprar el dominio *Facebook.com*, sus colores eran los mismos, pero en tonalidades más claras y un año después aceptaría fotografías.

En el 2006 viene con una plataforma pública que en septiembre es para el que se quiera inscribir, se añade el llamado *news feed* donde vemos la información de nuestros amigos, lo cual originó las quejas de que todo fuera público y por eso las funciones de privacidad. Se lanza una versión móvil que todavía se conoce en celulares básicos.

Un año después se crean las páginas de contenidos y la versión móvil puede subir contenidos.

En el 2008 vemos uno de los principales cambios ya que se rediseña de manera completa, la foto de perfil aparece grande en el lado izquierdo, las

opciones de fotos e información son pestañas en la parte superior y se tiene una columna con la información que se va generando.

Aunque muchos no lo pueden creer el *Me gusta* llegó hasta el año 2009 y un año después la página cambia de nuevo para tener un diseño visual con nuestra información ordenada en la parte superior y 5 imágenes recientes de nosotros.

En el 2011 llega la *Biografía*, es un cambio tan drástico que tuvo muchas críticas, la parte superior integra la imagen de portada, cuadros con secciones del usuario y las actualizaciones se veían en dos columnas (como las páginas de su red hoy en día).

Casi por último, en el 2012 se modifica un poco con una columna de información a la izquierda y la de actualizaciones a la derecha.

En el 2013 comenzó otro cambio que algunos usuarios tuvieron, pero como no fue del agrado de muchos, su "versión mejorada" la empezaremos a ver este mes con una nueva iconografía, fotos más grandes, nuevas fuentes (Helvética y Arial), y tarjetas de historias". (*El Universal*) (<http://a7.com.mx>, 2014)

Al observar la evolución de la aplicación Facebook, nos hace ver más allá de lo que usualmente utilizamos al realizar la publicidad de un lugar en específico (hoja volante, anuncio en revistas, material impreso), es decir, necesitamos ir acorde a la tecnológica y tomando en consideración que actualmente las redes sociales tienen un gran impacto en la comunidad, debemos aliarnos para ir de la mano con la tendencia actual.

## **Fundación Museos de la Ciudad**

La Fundación Museos de la Ciudad es una institución municipal con sede en la ciudad de Quito y que está preocupada por mantener y/o conservar todos los elementos que se encuentran vinculados a la cultura, tomando como punto de partida a esta institución para que todos los quiteños y quiteñas y todo aquel que se sienta atraído por cualquier manifestación de cultura lo pueda hacer por medio de esta institución. Es importante mencionar que la información que se presenta a continuación es información oficial que se encuentra en la página web de la

institución y en los distintos productos impresos que tiene disponible para el público que quiera saber más sobre esta institución y lo que hace en el mundo de la cultura. Solamente si la información incorporada proviene de otra fuente, esta será nombrada.

**Misión:**

Somos una institución cultural orientada a la educación ciudadana, a través de los museos municipales y otras instituciones culturales, para contribuir al conocimiento, apropiación, valoración y disfrute del patrimonio.

**Visión:**

Seguir siendo el referente institucional en el ámbito cultural, por la innovación constante de los proyectos museológicos y producciones de exposiciones educativas; cumpliendo cada uno de ellos con responsabilidad social y excelencia organizacional.

**Valores:**

- COMPROMISO
- EFICIENCIA
- HONESTIDAD
- ORIENTACIÓN AL SERVICIO
- PROPOSITIVISMO
- RESPETO
- TRANSPARENCIA

La Fundación Museos trabaja a partir de una noción renovada y enriquecida de **patrimonio (histórico, científico, cultural y natural)** que devela y recupera los hechos y manifestaciones que tienen lugar en la vida cotidiana de los pueblos:  
Conocimientos y saberes:

- Creencias y cosmovisiones
- Prácticas y costumbres
- Manifestaciones y expresiones artísticas
- Bienes patrimoniales



Sus líneas estratégicas de acción y sus programas son:

### **Línea Estratégica 1: Producción Museística**

Programas

- Mantenimiento y renovación de exposiciones permanentes
- Producción de muestras temáticas temporales
- Acogida de exposiciones temporales
- Acogida a prácticas culturales vivas

### **Línea Estratégica 2: Centro de Estudios, documentación y archivo**

Programas:

- Investigación y curaduría
- Estudios museológicos y museográficos
- Centro documental de imagen y la palabra
- Producción editorial

### **Línea Estratégica 3: Gestión Cultural**

Programas:

- Sistema de planificación, monitoreo y evaluación institucional
- Sistema de administración y finanzas
- Sistema comunicacional
- Relaciones y alianzas estratégicas interinstitucionales (autogestión)
- Asesoramiento museológico

### **Museo de la Ciudad**

El Museo de la Ciudad es un servicio cultural del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, que desarrolla proyectos sobre la historia de la ciudad y fomenta sus prácticas culturales. El MDC basa su producción en rigurosos procesos de investigación. En sus más de 10.000 m<sup>2</sup> mantiene una exposición permanente sobre los procesos socio-históricos de la ciudad y su zona de influencia geográfica y cultural. El Museo ofrece, además, proyectos temporales de interés para la ciudadanía, que también itineran por barrios y parroquias.

Desde el año 2006, el MDC es parte de la Fundación Museos de la Ciudad, organismo sostenido por el Municipio, que administra también Yaku Parque Museo del Agua y el Museo Interactivo de Ciencia. El Museo de la Ciudad ocupa el edificio civil más antiguo de Quito, que desde 1565 hasta 1974 atendió sin pausa como hospital (casa de salud y espacio de acogida). El antiguo San Juan de Dios fue restaurado y en 1998 se rehabilitó para su nuevo uso como museo. El conocimiento es un camino que recorreremos juntos.

En el Museo de la Ciudad diseñamos y ofrecemos experiencias educativas que den a luz y alimenten un pensamiento sensibilizado y conscientes. En el viaje que hacemos con nuestros visitantes, privilegiamos la acción, la vivencia y la experimentación como las mejores puertas al aprendizaje. Nuestro modo de educar se enmarca en la corriente constructivista, que mira el aprendizaje y el conocimiento como procesos de diálogo permanente entre lo que ya sabemos y la información que la realidad nos ofrece todo el tiempo.

Vemos al conocimiento como una aventura colectiva, que tiene consecuencias en la vida social: nuestro objetivo es alimentar la formación de mejores ciudadanos y ciudadanas. Nos interesa provocar las respuestas que cada visitante construye desde su experiencia particular en el Museo. Así logramos la que conocemos como una "experiencia significativa".

Dirección: García Moreno S1-47 y Rocafuerte/ Telfs: (593-2) 228 3879 - 228 3883  
Quito-Ecuador [comunicacionmdc@museociudadquito.gob.ec](mailto:comunicacionmdc@museociudadquito.gob.ec)

Redes sociales: YouTube, RSS, Facebook, Twitter, Fliker, Blog Museo de la Ciudad.

## **MIC Museo Interactivo de Ciencia**

### **Objetivo**

El MIC tiene como objetivos despertar la vocación científica en niños, niñas y jóvenes, así como la democratización de la ciencia al disminuir la brecha entre ciencia, científicos y sociedad.

El MIC es un centro de educación no formal auspiciado por la Alcaldía Metropolitana y administrado por la Fundación Museos. Está ubicado al sur de Quito en un conjunto de edificaciones que desde principios del siglo XX fueron una fábrica textil.

El MIC es el primer museo de este tipo en el Ecuador. Cuenta con exposiciones diseñadas para interactuar y aprender sobre ciencia y tecnología. Sus principales objetivos son despertar la vocación científica en niños, niñas y jóvenes, así como disminuir la brecha entre ciencia, científicos y sociedad. El MIC es un centro de encuentro, reflexión, exposición de objetos, instalaciones, ideas y conocimientos. Es un museo interactivo, donde son protagonistas las personas.

La interactividad se refiere a una participación activa y libre: implica una relación emocionante con los artefactos y las demostraciones, un reto intelectual personal, una experiencia transformadora, y la relación (socialización) con los demás de esta experiencia, mediante la reflexión y el diálogo.

El MIC contiene ambientes para explorar, tocar, experimentar, comprender, interpretar y familiarizarse con la ciencia. Permite un protagonismo real de las personas. Es un museo urbano, de derecho privado y sin fines de lucro, con finalidad social, incluyente en todos los sentidos.

Dirección: Sincholagua y Av. Pedro Vicente Maldonado, Sector de Chimbacalle  
(5932)2617141 ext. 122 [comunicacion@museo-ciencia.gob.ec](mailto:comunicacion@museo-ciencia.gob.ec)

Redes sociales: YouTube, RSS, Facebook, Twitter, Fliker, Blog MIC.

### **Yaku Parque Museo del Agua**

#### **Objetivo**

El principal objetivo del museo del agua es concientizar de una manera divertida el uso del agua como una fuente de vida, desde su nombre en Kichwa Yaku que tiene como significado agua, básicamente se busca que las personas concienticen el uso del tan preciado tesoro que tenemos que es parte de nuestras vidas y se convierte hasta cierto punto en un recurso vital.

Dirección: El Placer, Quito EC170130

Redes sociales: YouTube, RSS, Facebook, Twitter, Fliker, Blog MIC.

## Fundamentación del producto

Para el desarrollo de las piezas gráficas a ser utilizadas en dicho proyecto y con la finalidad de promocionar los museos de arte de la Ciudad de Quito, apoyando la gestión de la Fundación Museos de la Ciudad, se ha decidido que uno de los aspectos más importantes en cuanto a las personas que visitan dichos museos es la unión familiar.

1. El tamaño de los avisos es de 15 cm ancho x 21 cm alto (horizontal o vertical), se escoge este formato para que el mismo aviso sea utilizado a través de la web o si la Fundación lo requiere pueda ser utilizado como una volante.
2. El tamaño del logo de la Fundación será de aquí en adelante la quinta parte del tamaño del aviso.
3. Se desarrollará dos modelos de aviso uno para Yaku (Parque Museo del Agua) y uno para el MCI (Museo Interactivo de Ciencia).
4. Aviso Yaku (Parque Museo del Agua).
  - 4.1 Se utilizará tonos azules.
  - 4.2 La diagramación principal será en forma de burbujas, fotos de familias realizando burbujas.
  - 4.3 El logo de la Fundación irá en la parte superior izquierda y será del tamaño de la quinta parte del aviso.
  - 4.4 El logo de Yaku irá en la parte inferior derecha.
  - 4.5 El fondo del aviso estará dividido en dos partes un fondo claro de burbujas que contraste con un fondo plano de color azul.
  - 4.6 El slogan irá enfocado en la importancia del agua y en que se la puede utilizar para divertirse.
  - 4.7 El aviso en este caso tendrá un diagramado vertical.
  - 4.8 El aviso estará formado de 4 partes, slogan, logo Fundación, Logo Museo y Fotografía del museo, debido a que en Redes Sociales (Facebook) la información debe ser clara y directa.
5. Aviso MCI (Museo Interactivo de Ciencia).
  - 5.1 Se utilizará tonos cafés, acorde a la decoración del museo que tiene escenografía de madera.
  - 5.2 La diagramación tendrá como centro del aviso 4 fotografías de las instalaciones en las cuales se demuestre a niños jugando junto a sus padres.
  - 5.3 El logo de la Fundación irá en la parte superior izquierda y será del tamaño de la quinta parte del aviso.
  - 5.4 El logo de MCI irá en la parte inferior en el centro del aviso sobre un fondo plano blanco.

- 5.5 El slogan del aviso irá en un fondo plano café enfocado en las palabras aventura y jugando para que sea el punto de atención del aviso.
- 5.6 El aviso en este caso tendrá un diagramado horizontal.
- 5.7 El aviso estará formado de 4 partes, slogan, logo Fundación, Logo Museo y Fotografía del museo, debido a que en Redes Sociales (Facebook) la información debe ser clara y directa.

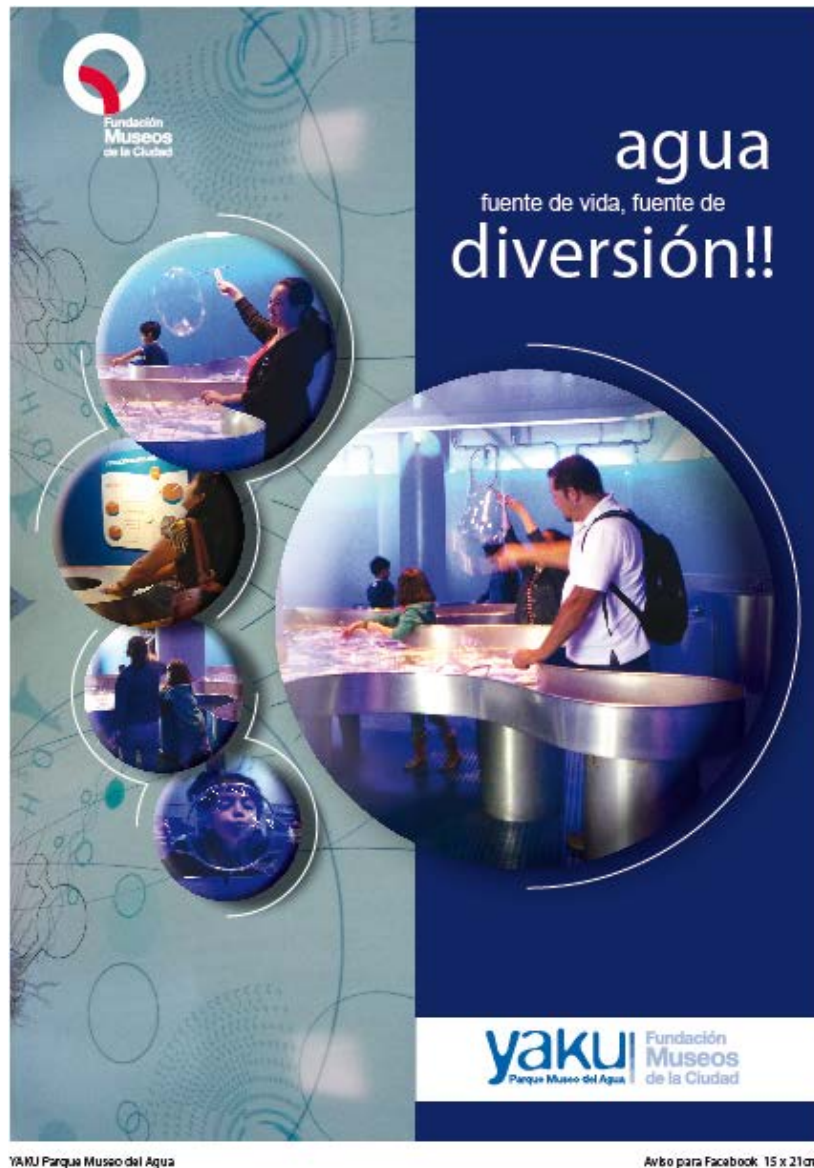


Gráfico 2. Aviso para redes Sociales (Facebook)  
Yaku Paque Museo del Agua



MCI Museo Interactivo de Ciencia

Aviso para Facebook 21 x 15 cm

Gráfico 3. Aviso para redes Sociales (Facebook)  
MCI Museo Interactivo de Ciencia



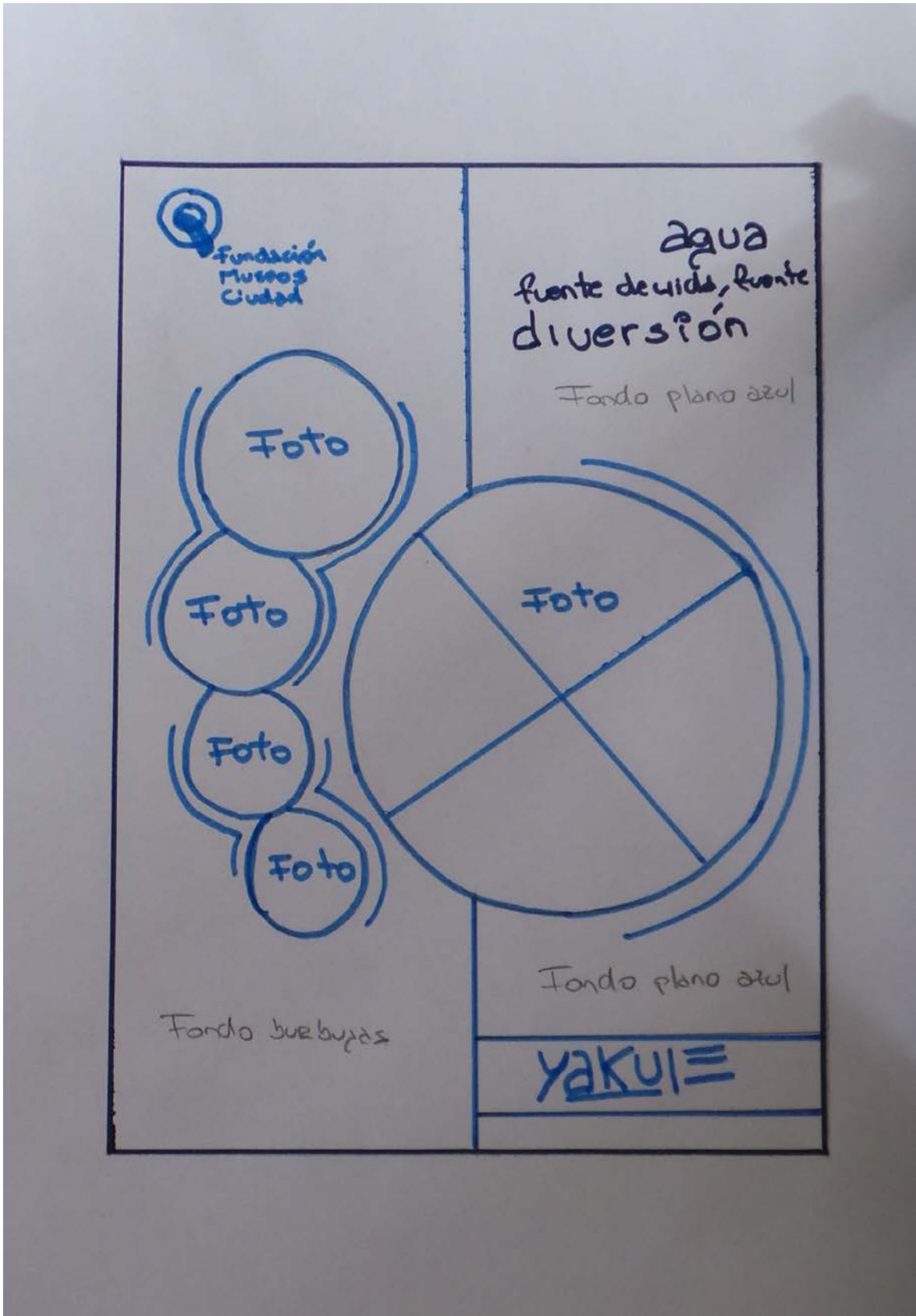


Gráfico 4. Diagramación Aviso Yaku



Gráfico 5. Diagramación Aviso MCI

## Validación

Se realizó dos tipos de validaciones la opinión de expertos que están en el medio activos y colocando los dos avisos en las redes sociales (Facebook) en mi perfil de usuario.

### Yaku Parque Museo del Agua

En 15 horas de publicación obtuvo un total de 35 Likes de usuarios de Facebook.

Las edades oscilan entre los 40 y 12 años de edad.



Del total de 35 likes, 18 corresponden a género masculino y 17 a género femenino, es decir la tendencia es la misma en ambos sexos.

Esto demuestra que el mismo tiene una aceptación en todas las edades, logrando que el interés por visitar los museos.



## MCI Museo Interactivo de Ciencia

En 15 horas de publicación obtuvo un total de 36 Likes de usuarios de Facebook.

Las edades oscilan entre los 61 y 12 años de edad.

Del total de 36 likes, 19 corresponden a género masculino y 17 a género femenino, es decir la tendencia se inclina hacia el sexo masculino, por tratarse de un entretenimiento en el cual requiere una actividad física.

Esto demuestra que el mismo tiene una aceptación en todas las edades, logrando que el interés por visitar los museos.



A continuación se presenta el cuadro de validación, el mismo fue evaluado por:

- Kathya Torres (Jefe de Comunicación Organizacional Banco Pichincha)
- Saskya Muñoz ( Gerente General Grafikos Creative Publicidad)

En ambos casos detallan que los avisos son totalmente comunicadores y confirman que es aplicable para las redes sociales (Facebook). Respaldo de las tabulaciones y de los cargos de las evaluadoras ver en Anexos.

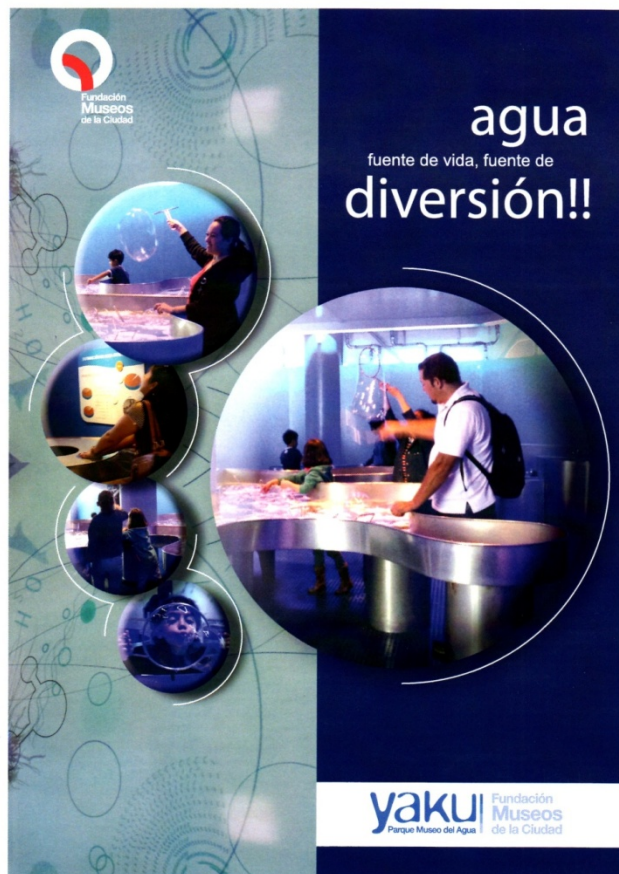
El cuadro muestra la tabulación general, detalle de cada una de las tabulaciones ver en anexos.

#### Aviso Yaku Parque Museo del Agua

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
Colores	2			
Moderno	2			
Comunicador	2			
Aplicable a Web	2			

Aviso MIC Museo Interactivo de Ciencia

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
Colores	2			
Moderno	2			
Comunicador	2			
Aplicable a Web	2			



YAKU Parque Museo del Agua

Aviso para Facebook 15 x 21cm

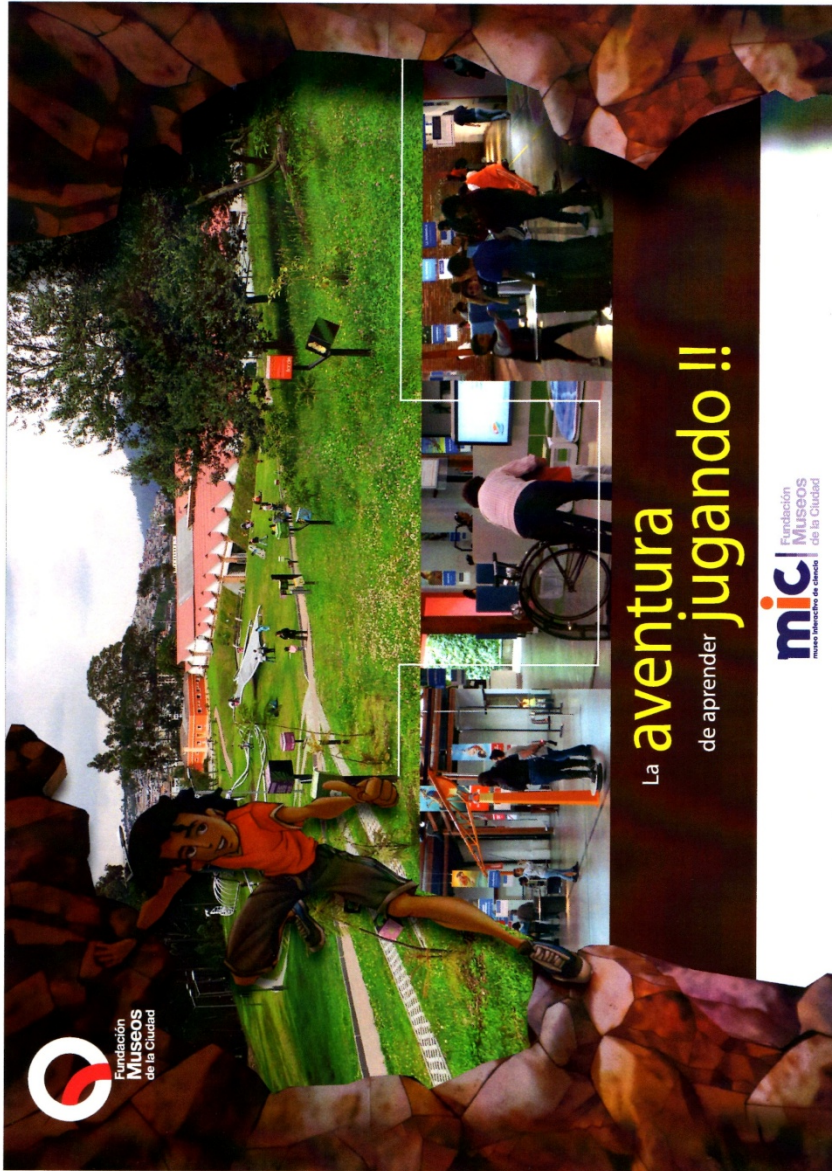
Indicadores	Muy adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Observaciones
Colores	X			
Moderno	X			
Comunicador	X			
Aplicable a Web	X			

Kathya Torres A.  
Evaluador (a)

1001286309  
Cédula

*[Signature]*  
Firma





MCI Museo Interactivo de Ciencia

Aviso para Facebook 21 x 15 cm

Indicadores	Muy adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Observaciones
Colores	<input checked="" type="checkbox"/>			
Moderno	<input checked="" type="checkbox"/>			
Comunicador	<input checked="" type="checkbox"/>			
Aplicable a Web	<input checked="" type="checkbox"/>			

*Fabiya Nuñez*

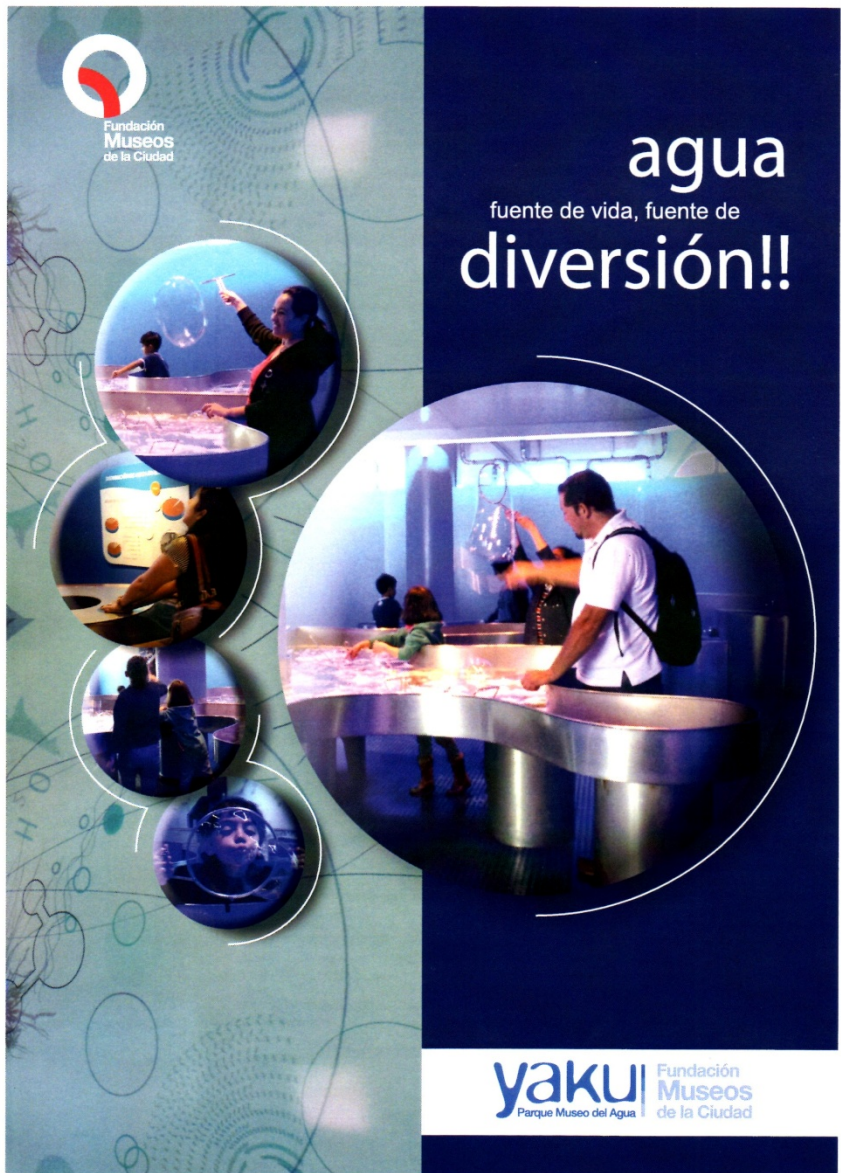
Evaluador (a)

170808308

Cédula

*Fabiya Nuñez*

Firma



YAKU Parque Museo del Agua

Aviso para Facebook 15 x 21cm

Indicadores	Muy adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Observaciones
Colores	✓			
Moderno	✓			
Comunicador	✓			
Aplicable a Web	✓			

*Sarkya Mulo*  
 Evaluador (a)

1708083082  
 Cédula

*Sarkya Mulo*  
 Firma





MCI Museo Interactivo de Ciencia

Aviso para Facebook 21 x 15 cm

Indicadores	Muy adecuado	Adecuado	Poco Adecuado	Observaciones
Colores	<input checked="" type="checkbox"/>			
Moderno	<input checked="" type="checkbox"/>			
Comunicador	<input checked="" type="checkbox"/>			
Aplicable a Web	<input checked="" type="checkbox"/>			

Evaluador (a) Patricia Nuñez  
 Cédula 170808308  
 Firma Patricia Nuñez

## **Presupuesto del producto**

Se utiliza como presupuesto del producto los siguientes elementos:

- 5 hojas de papel bond                      costo \$0.25
- Lápiz    costo \$0.50

## **Conclusiones**

Al colocar los avisos en un perfil de Facebook particular se obtuvo una promedio de aceptación de edades que oscilan los 61 y 12 años de edad.

El interés por visitar los museos demuestra que el 90% de personas que dieron like tienen hijos.

Se tuvo más aceptación por parte de hombres en el aviso en el cual se requiere realizar actividades físicas.

Los colores y diagramación de los avisos fueron aceptados en ambos casos.

En el proceso de la investigación se logro notar que para realizar este tipo de investigación se debe exclusivamente basar en uno de los museos que pertenecen a la Fundación Museos de la Ciudad debido a que la información de cada uno de ellos es demasiado extensa.

## **Recomendaciones**

Los avisos deben contener la menor cantidad de texto, esto se debe a que por el medio que se está publicitando los usuarios no prestan mucha atención a textos extensos.

El horario a publicitar debe comprender entre las 13h00 y 17h00 tomado en consideración que en dicho horarios se tiene un acceso más amplio de todos los usuarios.

El formato del aviso debe ser vertical para mejor visualización del mismo, tomando en consideración que estamos en una era digital y la mayor parte del público navega a través de su teléfono móvil.

## Bibliografía

1. Centty Villafuerte, Deymor B.. Manual metodológico para el investigador científico. Perú: B - Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, 2006. p 30.
2. Carrión G. Hugo. IMAGINAR es el centro de investigación para la sociedad de la información en Quito - Ecuador, 2010
3. Barquero Cabrero, José Daniel; Herrera Gómez (2012), Manuel. Redes Sociales de Metáfora a Paradigma. Furtwangen Editores - Mac Graw Hill – Educación, Madrid.
4. Noguera, José Manuel; Martínez, Josep; Grandío, María (2011) Redes sociales para estudiantes de Comunicación. 50 ideas para comprender el escenario online. El Ciervo 96, S.A. Barcelona.
5. <http://site.ebrary.com/lib/pucesp/Doc?id=10577147&ppg=30>
6. <http://ecuadorinternetmarketing.wordpress.com/2009/07/04/usuarios-de-ecuador-por-ciudad-y-edad-en-facebook-junio-2009/comment-page-1/>  
Acceso: 07 marzo de 2014.
7. <http://www.coberturadigital.com/2013/12/26/facebook-ecuador-asi-crece-el-social-media/> Acceso: 07 de marzo de 2014.
8. <http://www.encuestafacil.com> Acceso: 07 de marzo de 2014.
9. <https://es.surveymonkey.com> Acceso: 07 de marzo de 2014.
10. [www.icesi.edu.co/blogs\\_estudiantes/emicasanchez/2009/08/09/proyecto-arpanet/](http://www.icesi.edu.co/blogs_estudiantes/emicasanchez/2009/08/09/proyecto-arpanet/) Acceso: 15 de enero de 2014
11. <http://www.mastermagazine.info/termino/6079.php#ixzz2vO5NvnGI>  
Acceso: 16 de enero de 2014
12. <http://definicion.de/sociedad/#ixzz2vQorELRk> Acceso: 17 enero de 2014
13. <http://silviaguinart.com/las-redes-sociales-mas-populares-en-2014/> Acceso: 09 de marzo de 2014
14. <http://en.ria.ru/infographics/20110228/162792394.html> Acceso: 09 de marzo de 2014
15. <http://www.taringa.net/posts/noticias/17535796/Facebook-y-su-nueva-aplicacion.html> Acceso: 09 de marzo de 2014
16. <http://www.redesociales.net/directorioredessociales/> Acceso: 09 de marzo de 2014
17. <http://a7.com.mx/cultura/tecnologia/30434-a-traves-de-su-historia-los-cambios-de-imagen-de-facebook.html> Acceso: 09 de marzo de 2014



## Anexos



Quito septiembre 23, 2014

Señor  
Roberto Ríos  
Ciudad

De mi consideración:

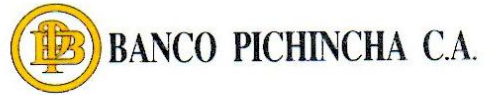
Me dirijo a usted, a fin de presentarle nuestra empresa GRAFIKOS, dedicada desde aproximadamente 19 años a las actividades gráficas, entre las que tenemos diseño, impresión, multimedia, así como diversos artículos promocionales e informativos, como son libros, revistas, folletos, informes de actividades, afiches, trípticos, dípticos, papelería en general, actualizándose a medida que avanzan los cambios tecnológicos y requerimientos de los clientes.

Contamos con equipo y tecnología de punta, manejado por personal altamente calificado y comprometido con la calidad y precisión, así como con consultores externos en Periodismo, fotografía artística, edición, traducciones, que han hecho que nuestros clientes tengan confianza en nuestro trabajo, así como aliados estratégicos para tema de impresión en grandes volúmenes y formatos.

Entre nuestro clientes tenemos empresas del sector privado y público, de prestigio como: Banco Pichincha, Cámara de Comercio Ecuatoriano-Americana, Haugan Cruises, Municipio de Quito, DirecTV, Olade, CENACE, CONELEC, Privalem, Parlamento Andino, Ministerio Coordinador de Seguridad, Ministerio Coordinador de Patrimonio, INPC, Privanza, Asamblea Constituyente, Enermax, entre otros.

Atentamente,  
GRAFIKOS

SASKYA MUÑOZ GONZÁLEZ  
GERENTE GENERAL



**Kathy Torres Almeida**  
Jefe de Comunicación Organizacional  
Matriz

Av. Amazonas 4560 y Pereira  
Telfs: 2980980 Ext: 593790 Cel: 098791810  
ktores@pichincha.com Quito - Ecuador

---

## **Entrevista**

<b>Entrevistada:</b>	Ing. Mariana Lozada  Jefe de Comunicación de la Fundación
<b>Entrevistador:</b>	Roberto Rios
<b>Tema:</b>	Aplicación del diseño en las redes Sociales (Facebook)

### **Resumen de la Entrevista**

**1. ¿Nos puede comentar cual es su trabajo dentro la Fundación Museos de la Ciudad?**

Actualmente es responsable de la Planificación de la Fundación Museos de la Ciudad, ex Jefe de Comunicación de la Fundación

**2. ¿Está usted al tanto del tipo de publicidad que se realiza en las redes sociales (Facebook) de los museos que forman parte de la Fundación Museos de la Ciudad?**

Se encuentra al tanto de la publicidad que se lleva a cabo en la página de Facebook de la Fundación por su ex cargo de Jefe de Comunicación.

**3. ¿Cree usted que la publicidad que se da en este from page es la adecuada?**

Si, debido a que con un bajo presupuesto se ha logrado concientizar y bajo una estructura lógica que maneja cada uno de los museos se ha llegado a más personas, gracias al excelente profesionalismo de nuestros diseñadores.

**4. ¿Cree usted que las redes sociales son un medio adecuado para realizar publicidad de un lugar en específico?**

Es importante tener una estrategia de comunicación, un análisis de lo que se va a publicitar y de ahí validar si es o no factible.

**5. Al ser un medio masivo de comunicación las redes sociales, ¿Cree usted que las piezas gráficas a ser publicitadas deberían contener básicamente la información necesaria?**

Creo que deben ser analizadas previamente, deben contener elemento gráficos muy puntuales, llamativos de tal manera que se llegue al público, que transmitan el mensaje que se quiere dar.

**6. ¿Considera usted que al realizar una campaña publicitaria a través de las redes sociales (Facebook) se podría incrementar las visitas a los museos que forman parte de la Fundación Museos de la Ciudad.**

En nuestro caso luego de haber analizado la situación de los museos, ha sido visible el incremento de las visitas.

**7. ¿Cuál sería su recomendación al publicitar los museos en las redes sociales?**

Conocer el espacio con el cual se va a trabajar, el concepto que se va a mantener, a que publico nos vamos a enfocar, conocer como se mueve la red.