

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

**“PROPUESTA VIRTUAL MULTIMEDIA PARA LA DIFUSIÓN DE
MUSEOS DE LAS FUERZAS ARMADAS DE LA CIUDAD DE QUITO”**

**Trabajo de Graduación previo a la obtención del título de Ingeniero
en Diseño Gráfico.**

AUTOR:

Darwin Germán Lima Bastidas.

TUTOR:

Ing. Darío Arboleda.

Quito - Ecuador

2013

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación certifico:

Que el Trabajo de Graduación “PROPUESTA VIRTUAL MULTIMEDIA PARA LA DIFUSIÓN DE MUSEOS DE LAS FUERZAS ARMADAS DE LA CIUDAD DE QUITO”, presentado por Darwin Germán Lima Bastidas, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado, que se designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, Diciembre del 2013

TUTOR

DS-ING. Darío Gabriel Arboleda Jordán.
C.C. 171490623-3

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORÍA DE TESIS

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

Quito, Diciembre del 2013

Darwin Germán Lima Bastidas

CC: 060337271-5

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado, aprueban la tesis de graduación de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Tecnológica “ISRAEL” para títulos de pregrado.

Quito, Diciembre del 2013

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE

MIEMBRO 1

MIEMBRO 2

DEDICATORIA

A Dios todo poderoso por la fe y voluntad que me permite luchar contra todo y hacer de mí un hombre de bien y cumplir con mis sueños.

A mi difunto Padre Lic. Germán Gustavo Lima Soto al cual extraño todos los días, y siempre recordaré sus consejos y palabras de aliento en aquellos días difíciles de mi vida, TE AMO viejito lindo.

A mi Madre querida Lic. Rosa Virginia Bastidas Abarca por brindarme todo su amor y cariño en cada momento de su vida, acompañándome y apoyándome para formar un profesional de quién se sienta muy orgullosa.

A mi esposa Angélica Ayala y mis preciosos hijos Danny Ismael, Shanik Abigail y Germán Yetzael Lima Ayala, a quiénes amo con toda mi alma, mi más grande alegría y son el motor de mi lucha y perseverancia.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Tecnológica Israel por abrir las puertas de sus conocimientos y convertir a un alumno más en un profesional para la sociedad, a los profesores por su ayuda, paciencia y sabiduría, A mi esposa e hijos por todo el tiempo que estuve alejado, quiénes junto a mi Familia siempre cuento con su apoyo incondicional, el sacrificio, su comprensión, su aliento y amor que siempre me dan las fuerzas para continuar con cada uno de mis metas, por todo esto os digo de todo corazón muchas gracias.

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo, diseñar una propuesta gráfico visual del Museo de la “Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro de Quito”, que permita informar y conocer parte de la riqueza histórica que tiene el Ecuador, que se encuentran dentro de la Institución y por medio de las aplicaciones del Diseño Gráfico y el uso de un soporte tecnológico multimedia para crear una guía dirigida con los escenarios, fotografías, personajes y elementos que existen dentro del mismo, el cual ofrece infinitas oportunidades para conocer el museo por medio de una experiencia multimedia.

El capítulo uno parte desde la comunicación audiovisual, la evolución de los medios de comunicación, el diseño gráfico como aporte en el desarrollo del conocimiento gráfico comunicacional y su aplicación en la creación de soportes digitales como es la propuesta virtual multimedia en medios como el Internet.

En el capítulo dos, haciendo uso de las técnicas de investigación, se recopilará toda la información referente a la historia del origen de la nueva museología, su finalidad y en especial la biografía del museo del Colegio Militar “Eloy Alfaro”.

Por último, en el capítulo tres se fundamentará los procesos y caminos gráficos necesarios y adecuados para la producción y desarrollo final del producto a crear.

Abstract

The present investigation takes as an aim, design an offer visual graph of the Museum of the " Educational Military Unit Eloy Alfaro of Quito ", that allows to inform and to know part of the historical wealth that has the Ecuador, which they find inside the Institution and by means of the applications of the Graphical Design and the use of a technological multiaverage support to create a guide directed with the scenes, photographs, prominent figures and elements that exist inside the same one, which offers infinite opportunities to know the museum by means of an experience multimedia.

The chapter one divides from the audio-visual communication, the evolution of the mass media, the graphical design like contribution in the development of the graphical communication knowledge and his application in the creation of digital supports since it is the virtual offer multimedia in means as the Internet.

In the chapter two, using the technologies of investigation, there will be compiled all the information relating to the history of the origin of the new museología, his purpose and especially the biography of the museum of the Military College "Eloy Alfaro".

Finally, on the chapter three there will be based the processes and graphical ways necessary and adapted for the production and final development of the product to creating.

ÍNDICE GENERAL

	Página
A.- PRELIMINARES	
Portada.....	i
Aprobación del Tutor.....	ii
Autoría de Tesis.....	iii
Aprobación del Tribunal de Grado.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Índice General de Contenidos.....	ix
Índice de Cuadros.....	xiv
Índice de Gráficos.....	xv
 B.- CONTENIDOS	
Introducción.....	15
Antecedentes.....	16
Formulación del Problema.....	18
Planteamiento del Problema.....	18
Sistematización.....	21
Diagnóstico.....	21
Pronóstico.....	22
Control del Pronóstico.....	22
Objetivos.....	23
• Objetivo General.....	23
• Objetivos Específicos.....	23

Justificación.....	24
• Justificación Teórica.....	24
• Justificación Práctica.....	24
• Justificación Metodológica.....	25
Alcance y Limitaciones.....	25
Estudios de Factibilidad.....	26
• Factibilidad Técnica.....	27
• Factibilidad Operativa.....	30
• Factibilidad Económica.....	30
Marco de Referencia / Marco Teórico.....	31
• ¿Qué es la Web 2.0?.....	32
• ¿Qué son las TIC?.....	32
• Portal Web.....	33
• Redes Sociales.....	34
• La Nueva Museología.....	34
Marco Conceptual.....	35
Marco Legal.....	35
Marco Espacial.....	36
Proceso de Investigación.....	36
• Unidad de Análisis.....	36
• Tipo de Investigación.....	37
Metodología.....	37
• Método Analítico.....	37
• Método Sintético.....	37
Momentos de la Investigación.....	38
• Momento Proyectivo.....	38
• Momento Metodológico.....	38
• Momento Técnico.....	38
• Momento Teórico o de Síntesis.....	39
Metodología Específica.....	39
• Método Creativo de Diseño.....	39

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Comunicación Audiovisual.....	41
• ¿Qué es Comunicación Audiovisual?.....	41
• Cadena Comunicacional.....	42
• Los Medios de Comunicación Visual.....	43
• La Evolución de los Medios de Comunicación.....	44
Diseño Gráfico.....	45
• ¿Qué es el Diseño Gráfico?	45
• Aplicación del Diseño Gráfico.....	46
• El Diseño como Proceso de Comunicación.....	46
Las Nuevas Tecnologías de Información TIC.....	47
• Características de las TIC.....	48
Web 2.0.....	50
• Los Principios Constitutivos de las Aplicaciones Web 2.0....	51
Multimedia.....	55
• Multimedia Interactiva.....	56
• Aplicaciones Multimedia y su Relación con la Comunicación Visual.....	56

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

Entorno Geográfico de los Museos de las Fuerzas Armadas del Ecuador, Caso de Estudio: “El Museo de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro de la Ciudad de Quito”.

El Origen de los Museos.....	58
Finalidad de los Museos.....	59
Clasificación de los Museos.....	59

Los Museos en el Ecuador.....	60
Historia del Colegio Militar Eloy Alfaro.....	62
• 108 Años de Glorias.....	62
Símbolos del Colegio Militar Eloy Alfaro.....	64
• Significado del Escudo de Armas.....	64
• Significado de la Bandera.....	65
• Himno al Cadete del “COMIL”	66
Museo de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro.....	67
Infraestructura del Museo	67
Elementos del Museo de la UEM Eloy Alfaro.....	70
Función del Museo de la UEM Eloy Alfaro.....	70
Análisis Cualitativo.....	70
• Técnicas de Investigación.....	70
Entrevistas Testimoniales.....	71
Ficha Técnica de la Primera Entrevista.....	71
• Banco de Preguntas	72
• Conclusión y Recomendación de la Entrevista.....	73
Ficha Técnica de la Segunda Entrevista.....	73
• Banco de Preguntas.....	73
• Conclusión y Recomendación de la Entrevista.....	80
Ficha Técnica de la Tercera Entrevista.....	80
• Banco de Preguntas.....	81
• Conclusión y Recomendación de la Entrevista.....	85
Cálculo de la Muestra.....	86
Muestreo Aleatorio Estratificado.....	87
Ficha Técnica de la Encuesta.....	88
• Tema de Investigación.....	88
• Objetivos de la Investigación.....	88
• Banco de Preguntas.....	88
• Justificación de Cada Pregunta.....	91
• Tabulación de las Encuestas.....	94
• Conclusión y Recomendación de la Encuesta.....	104

CAPÍTULO III

FUNDAMENTACIÓN DEL PRODUCTO

Introducción.....	105
Productos.....	106
Soportes Digitales e Impresos.....	106
Operacionalización de Objetivos.....	107
Principios de la Web.....	109
Procesos Creativos.....	109
Grupo Objetivo.....	109
Bench Marketing.....	110
Realización del Portal Web de la UEM Eloy Alfaro.....	112
• Concepción del Diseño.....	112
• Identidad Institucional.....	112
Explicación de los Elementos.....	112
• Imagotipo (Escudo).....	112
• Logo Tipográfico.....	113
• Eslogan.....	113
• Cromática.....	113
• Familia Tipográfica.....	114
Multimedios Interactivos.....	114
Lanzamiento del Portal Web.....	115
• Definición del Objetivo.....	115
Recursos Utilizados en la Arquitectura y Organización del	
Contenido.....	115
• Estructura.....	115
• Sistema de Navegación.....	116
• Retícula Jerárquica.....	117
Módulos Internos.....	118
• Herramientas Utilizadas.....	118
Diseño de los Soportes.....	119

Portal Web.....	119
• Esquema de la Plantilla del Home.....	119
• Diseño del Home.....	120
• Esquema de la Plantilla para el Template 01.....	121
• Diseño del Template	122
• Esquema de la Plantilla para Las Salas 02.....	123
• Diseño de Las Salas 02.....	124
• Esquema de la Plantilla para el Parque Geodésico 03.....	125
• Diseño del Parque Geodésico 03.....	126
• Esquema de la Plantilla para los Contactos.....	127
• Diseño de Los Contactos.....	128
Ejemplo del Diseño para la Presentación de la Galería.....	129
Diseño del Blog.....	130
Diseño de la Fan Page en Facebook.....	130
• Formatos y Dimensiones.....	130
• Portada de la Fan Page en Facebook.....	135
Diseño de los Soportes Impresos.....	136
Diseño del Afiche.....	136
Diseño del Tríptico.....	137

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones.....	138
Recomendaciones.....	139

C.- MATERIAL DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFIA.....	140
ANEXOS.....	142

ÍNDICE DE CUADROS

1.- Cuadro No. 1	Diagrama Causa-Efecto / Ishikawa	21
2.- Cuadro No. 2	Alternativas Disponibles Desarrollo Web	27
3.- Cuadro No. 3	Esquema de SHANNON	42
4.- Cuadro No. 4	Operacionalización de Objetivos	107
5.- Cuadro No. 5	Logo Tipográfico del COMIL	113
6.- Cuadro No. 6	Esquema de la Plantilla del Home	119
7.- Cuadro No. 7	Esquema de la Plantilla del Template 01	121
8.- Cuadro No. 8	Esquema de la Plantilla de las Salas 02	123
9.- Cuadro No. 9	Esquema de la Plantilla del Parque Geodésico 03...	125
10.- Cuadro No. 10	Esquema de la Plantilla de los Contactos	127
11.- Cuadro No. 11	Ejemplo del Diseño de Presentación de la Galería...	129

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1.- Gráfico No. 1	Mapa Conceptual Desarrollo Marco Teórico.....	28
2.- Gráfico No. 2	Método Creativo de Bruce Archer.....	43
3.- Gráfico No. 3	Escudo del COMIL de 1941.....	63
4.- Gráfico No. 4	Escudo Actual del COMIL.....	64
5.- Gráfico No. 5	Bandera del Colegio Militar Eloy Alfaro.....	65
6.- Gráfico No. 6	Pintura del General “Eloy Alfaro”.....	67
7.- Gráfico No. 7	Templete de los Héroes del COMIL.....	67
8.- Gráfico No. 8	Sala del Cenepa.....	68
9.- Gráfico No. 9	Sala de Arqueología.....	68
10.- Gráfico No. 10	Dra. Patricia Villagomez – Directora del Museo...	71
11.- Gráfico No. 11	Sr. Andrés Palma – Experto en Museología.....	73
12.- Gráfico No. 12	Tte. Coronel Miguel Luna – Dir. Casa de Sucre...	80
13.- Gráfico No. 13	Portal de los Museos FFAA de España.....	110
14.- Gráfico No. 14	Página Web Museo Aeronáutico de la FAE.....	111
15.- Gráfico No. 15	Escudo del Colegio Militar Eloy Alfaro.....	112
16.- Gráfico No. 16	Cromática del Color Corporativo.....	113
17.- Gráfico No. 17	Árbol de Navegación del Portal Web.....	116
18.- Gráfico No. 18	Cuadrícula Jerárquica.....	117
19.- Gráfico No. 19	Diseño del Home.....	120
20.- Gráfico No. 20	Diseño del Template 01.....	122
21.- Gráfico No. 21	Diseño de Las Salas 02.....	124

22.- Gráfico No. 22	Diseño del Parque Geodésico 03.....	126
23.- Gráfico No. 23	Diseño de los Contactos.....	128
24.- Gráfico No. 24	Diseño del Blog.....	130
25.- Gráfico No. 25	Ejemplo Formatos de Fotografías en Facebook....	131
26.- Gráfico No. 26	Portada de la Fan Page de Facebook.....	135
27.- Gráfico No. 27	Diseño del Afiche para el Museo.....	136
28.- Gráfico No. 28	Diseño del Tiro del Tríptico del Museo.....	137
29.- Gráfico No. 29	Diseño del Retiro del Tríptico del Museo.....	137

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS – RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1.- Tabla No. 1	Tabulación de la Pregunta No. 1.....	94
1.- Gráfico No. 1	Representación Gráfica de la Tabla No. 1.....	94
2.- Tabla No. 2	Tabulación de la Pregunta No. 2.....	95
2.- Gráfico No. 2	Representación Gráfica de la Tabla No. 2.....	95
3.- Tabla No. 3	Tabulación de la Pregunta No. 3.....	96
3.- Gráfico No. 3	Representación Gráfica de la Tabla No. 3.....	96
4.- Tabla No. 4	Tabulación de la Pregunta No. 4.....	97
4.- Gráfico No. 4	Representación Gráfica de la Tabla No. 4.....	97
5.- Tabla No. 5	Tabulación de la Pregunta No. 5.....	98
5.- Gráfico No. 5	Representación Gráfica de la Tabla No. 5.....	98
6.- Tabla No. 6	Tabulación de la Pregunta No. 6.....	99
6.- Gráfico No. 6	Representación Gráfica de la Tabla No. 6.....	99
7.- Tabla No. 7	Tabulación de la Pregunta No. 7.....	100
7.- Gráfico No. 7	Representación Gráfica de la Tabla No. 7.....	100
8.- Tabla No. 8	Tabulación de la Pregunta No. 8.....	101
8.- Gráfico No. 8	Representación Gráfica de la Tabla No. 8.....	101
9.- Tabla No. 9	Tabulación de la Pregunta No. 9.....	102
9.- Gráfico No. 9	Representación Gráfica de la Tabla No. 9.....	102
10.- Tabla No. 10	Tabulación de la Pregunta No. 10.....	103
10.- Gráfico No. 10	Representación Gráfica de la Tabla No. 10.....	103

Introducción

Los museos y patrimonios de las Fuerzas Armadas del Ecuador son centros culturales creados para dar a conocer la riqueza histórica al igual que las personas que sirvieron a la Patria y hoy forman parte del emblema histórico de tan prestigiosa Institución.

La presente investigación tiene como objetivo, diseñar una propuesta gráfico visual de los Museos de las Fuerzas Armadas del Ecuador para su difusión, y como plan piloto se tomará el Museo de la “Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro de Quito”, que permita informar y conocer parte de la riqueza histórica que tiene el Ecuador, que se encuentran dentro de la Institución y por medio de las aplicaciones del Diseño Gráfico y el uso de un soporte tecnológico multimedia para crear una guía dirigida con los escenarios, fotografías, personajes y elementos que existen dentro del mismo, el cual ofrece infinitas oportunidades para conocer el museo por medio de una experiencia multimedia.

Se debe recopilar información a partir de la comunicación audiovisual, la evolución de los medios de comunicación, el diseño gráfico como aporte en el desarrollo del conocimiento gráfico comunicacional y su aplicación en la creación de soportes digitales como es la galería multimedia en medios como el Internet.

Hacer uso de la investigación bibliográfica en donde se integrará toda la información referente a la historia del origen de la nueva museología, su finalidad y en especial la biografía del museo de la Unidad Educativa Militar “Eloy Alfaro”.

Por último, se fundamentará los procesos y caminos gráficos necesarios y adecuados para la producción y desarrollo final del producto final a crear.

Antecedentes

El uso del internet y las nuevas tecnologías genera que “los museos y centros de arte se han visto en pocos meses en la necesidad de cambiar la forma de comunicarse con sus visitantes. Gracias a las redes sociales ahora el consumidor de arte es participativo, informado y crítico. "Tenemos que estar a la altura de este tipo de público, que antes de venir al museo se ha generado una expectativa amplia. Que lo viva y que lo comparta. Es el nuevo boca a boca”, explica Marga Meoro, Subdirectora de Comunicación y *Marketing* del Guggenheim Bilbao, que participó en el II Encuentro de redes sociales en museos y centros de arte contemporáneo organizado por el Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León (MUSAC)”. (2012) [On-Line] disponible en: http://cultura.elpais.com/cultura/2012/05/11/actualidad/1336758326_968742.html

Como se puede ver en otros países como España ya vienen realizando conferencias relacionadas al impacto de las nuevas tecnologías en los museos.

En Ecuador también podemos encontrar que algunos museos de la ciudad de Quito ya utilizan las TIC para promocionar sus centros culturales, a continuación citaremos algunos links de los museos de la ciudad:

Museo de la Ciudad:

- <https://www.facebook.com/profile.php?id=100000776677346>
- <http://www.museociudadquito.gob.ec/>

Museo del Agua:

- <http://www.yakumuseoagua.gob.ec/>
- <https://www.facebook.com/profile.php?id=1613021197>

Éstos son algunos de los ejemplos de cómo los museos en Quito ya utilizan las TIC como medio de difusión e interacción con las personas. Por último se citará el link del de la Página Web de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro de Quito, en el cuál se puede observar la necesidad de crear la propuesta para una correcta difusión del Museo en los medios.

- http://www.comil.edu.ec/portal2013/index.php?option=com_content&view=article&id=24&Itemid=31

Ecuador es un país inmensamente rico por la calidad de su gente, por su historia, sus leyendas, sus tradiciones y costumbres los cuales hacen de cada pueblo un paraíso terrenal, exótico y colorido entre sus habitantes. Sin embargo, no podemos dejar a un lado el mundo global que actualmente se vive, en donde la tecnología está haciendo a un lado las costumbres y tradiciones de los pueblos por entrar en un “mundo tecnológico e irreal, en donde lo superficial y el consumismo es lo que todo el mundo quiere pertenecer”¹.

Por ende muchos de los museos ven la necesidad de adaptarse a la nueva museología haciendo uso de la tecnología para difundir el patrimonio de cada uno de sus museos, para no perder su verdadera función y no quedar solo como recuerdos estáticos de la historia de cada pueblo.

Pero también a través de la tecnología y la introducción de los medios informáticos y la multimedia, hoy en día se puede diseñar ciberespacios en 2D y 3D, en donde los usuarios se desplazan virtualmente e interactúan con los elementos a manera de realidad virtual. “El tema de las edificaciones virtuales, de extraordinaria proyección y vigencia en WWW-Internet encuentra una de sus máximas interpretaciones en lo referente al área de Museos Virtuales. En forma progresiva, el museo virtual ha venido evolucionando conceptualmente desde su advenimiento hacia 1995 con la llegada de las “autopistas de información”².

Actualmente el internet es el principal medio de comunicación que permite acercar a través de los entornos virtuales y multimedia creando un ambiente educativo hacia los usuarios. Esta herramienta nos ofrece interactividad, comunicación, dinamismo en la presentación de contenidos como el uso de multimedia, textos, imágenes e incluso videos, todos en un solo sitio Web.

Es por esto que muchos de los museos que forman parte de nuestra Historia como son los museos que celosamente poseen las Fuerzas Armadas del Ecuador, los cuales permiten brindar espacios de conocimientos de arte, ciencia y cultura, cumpliendo un rol importante en la sociedad en conjunto con otras Instituciones Educativas del Ecuador, se propone hacer uso de los medios tecnológicos para diseñar herramientas de comunicación visual que permitan difundir la antropología de nuestro país a la sociedad.

¹RUBERN, ROMAN: “El Eros Electrónico”, Madrid, Grupo Santillana de Ediciones S.A., 2000.

²Arqº Vélez J., Gonzalo “Museos Virtuales, presente y futuro”, U. C. *Venezuela*

La fusión acertada del Diseño Gráfico y el uso apropiado de la tecnología, será efectivo el proyecto por cuanto se puede aprovechar optimizando y ampliando los métodos de enseñanza a través del Internet, el cuál es la nueva tendencia tanto en el ámbito social como en la educación, cuyo fin es el desarrollo evolutivo de la calidad en el sistema educativo a través de una galería multimedia para el museo del COMIL.

Formulación del Problema

Las Fuerzas Armadas del Ecuador en conjunto con el Ministerio de Defensa tiene a cargo de su patrimonio, Museos y Centros Culturales que se encuentran abiertos al público en general, y los más importantes son: Museo Casa de Sucre, Templo de la Patria, Centro Cultural Mariscal Sucre y Casa de los Tratados de Girón.

Pero al estar dividida las Fuerzas Armadas en: Fuerza Terrestre (siendo ésta la primera de las F. A.), Fuerza Aérea y Fuerza Naval, todas juntas siendo administradas por el Ministerio de Defensa, cada una de éstas poseen independientemente sus patrimonios los cuales forman parte de la historia de las batallas de los Héroes del Ecuador.

Por tal motivo “el 13 de Mayo del 2009, se constituyó una entidad de carácter científico, adscrita a la Dirección de Comunicación Social del Ministerio de Defensa Nacional, cuyo objetivo es unificar esfuerzos, proyectos y publicaciones de la Historia militar ecuatoriana”. (2012) [On-Line] disponible en:

http://www.midena.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=22&Itemid=54

Es decir, las fuerzas armadas buscan estimular la investigación histórica de sus patrimonios nacionales de manera sólida, una estructura que les permita mostrar a la sociedad la importancia, los méritos y dedicación de sus miembros a través de la historia militar de una manera educativa hacia la comunidad en general.

Pero actualmente los patrimonios que manejan las Fuerzas Armadas en conjunto con el Ministerio de Defensa Nacional miran la introducción de las TIC y la nueva museología en dónde se fusionan tanto la historia de los museos con la tecnología como medio de difusión hacia la sociedad, como un problema al tener que adaptar los museos a la nueva era tecnológica para no quedar sólo como un recuerdo de la misma.

Esto produce que algunos de sus museos si bien se puede encontrar información de los mismos en el portal web del Ministerio de Defensa Nacional, es también cierto que dicha información y el acceso a la misma es mínima, su contenido es muy básico al igual que las imágenes totalmente estáticas por cuanto no poseen interactividad, mostrando un problema tanto en la falta de aplicación de diseño gráfico para realizar una correcta difusión de las mismas hacia una nueva sociedad con acceso inmediato a la información a través del internet.

Por lo tanto, existen muchos museos que forman parte de las Fuerzas Armadas que no son muy conocidos por la sociedad los cuales tienen una riqueza histórica militar que forman parte del emblema institucional de centros educativos como es el caso particular de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro de Quito, el cuál se tomará como prototipo o plan piloto para la difusión del Templete de los Héroes y su Museo.

El Colegio Militar Eloy Alfaro de Quito es una de las Instituciones Educativas que poseen una gran riqueza histórica tanto por su calidad académica y sobre todo por tener como referente en sus instalaciones uno de sus más grandes emblemas de la institución educativa que es su Museo y el Templete de los Héroes, “este museo de la Unidad Educativa Militar cuenta con un complejo que no solo está destinado a la historia militar, la naturaleza y el pasado arqueológico también tienen su espacio. trajes y municiones utilizadas en las guerras de independencia, retratos de ilustres militares del país, restos de los soldados anónimos caídos en combate y algunos efectos personales del General “Eloy Alfaro” son los tesoros del Templete de los Héroes. Este es el principal punto de visita a este recinto cultural que reseña el civismo, la gallardía y los símbolos patrios del ecuatoriano.” (2011) [On-Line] disponible en: <http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/museos-quito-ecuador/quito-museo-escuela-militar-eloy-alfaro.htm>

Es decir, los Museos de las Fuerzas Armadas del Ecuador, en especial la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro de la Ciudad de Quito posee dentro de sus instalaciones un Museo y Centro Cultural con una riqueza histórica militar y cultural, la misma que no es muy conocido por el público en particular, de manera especial la juventud que estudia y vive en la ciudad.

Planteamiento del Problema

El problema radica en que el museo de la Unidad Educativa Militar “Eloy Alfaro” posee un sitio web de su institución, pero la misma no es promocionada en los medios masivos de comunicación como son las redes sociales a través del Internet de manera correcta, de igual forma la difusión del museo es muy limitada tanto en promoción como al público en general.

La falta de interactividad y la dificultad de encontrar el link directo al museo genera que navegar dentro del sitio web resulte demoroso e incluso provoca que el usuario pierda total interés de seguir navegando en el mismo.

De igual manera los soportes tanto gráficos como visuales ya sean estos impresos o digitales son limitados en cuanto a su presentación y contenidos, todo esto representa tiempo y dinero para el usuario y respectivamente a la institución de manera indirecta.

Las posibles causas de este problema es el desconocimiento de las nuevas tecnologías TIC, y sus aplicaciones ya sea por descuido de las autoridades de la institución o factores económicos de la misma para buscar diferentes alternativas de promoción que les permita dar a conocer la riqueza histórica que albergan dentro de su museo.

Otra de las causas de este problema es la falta de difusión del museo en los diferentes medios o redes sociales como el Facebook a través del internet, es por esto que las personas ni siquiera conocen la existencia del mismo a pesar de vivir en la misma ciudad, de igual manera se puede considerar como otra de las causas la falta de un soporte gráfico adecuado como guía de información dentro del museo.

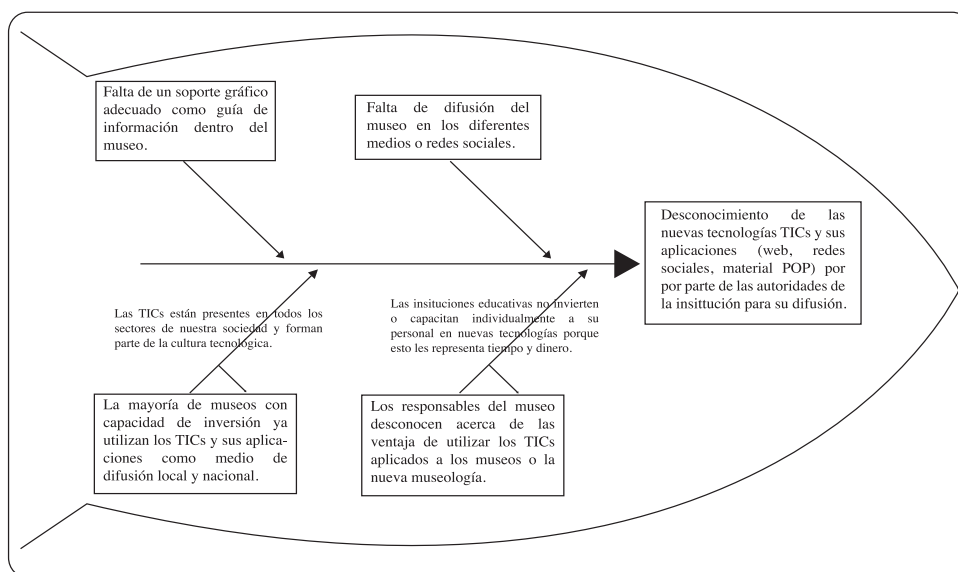
Son todos estos factores por los cuales las personas responsables del museo desconocen las ventajas que pueden generar tanto para el colegio y en especial al museo como imagen institucional.

Cabe destacar que los museos son entidades públicas o privadas sin fines de lucro en donde se brinda información completa y actualizada, llena de valores históricos y culturales en beneficio de la sociedad y de manera directa a la juventud, sin

olvidar que las TIC (Tecnologías de la información), están presentes en todos los sectores de nuestra sociedad y forman parte de la cultura tecnológica con la que convivimos a diario, todo esto incide en varios aspectos como el trabajo, la economía, diseño, educación e información, la forma de comunicación interpersonal y la calidad de vida.

A continuación se puede observar el Diagrama de Causa-Efecto / Espina de Pescado de Ishikawa, el cual refleja lo expuesto anteriormente:

Cuadro No. 1 : Diagrama de Causa Efecto – Ishikawa.



Fuente: Plataforma Virtual del TTG-05-12 / UTECI

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Sistematización

Diagnóstico

Una vez realizado la Formulación del Problema y el diagrama de causa – efecto, a continuación se enlistan algunas de las problemáticas que se observan en la difusión del museo:

- Las Fuerzas Armadas están divididas en tres Organismos (Fuerza Terrestre, Fuerza Aérea y Fuerza Naval), todas administradas por el Ministerio de Defensa y cada una maneja sus patrimonios individualmente.

- La introducción de las Nuevas Tecnologías transforman una nueva cultura en los museos al quedar como espacios solitarios frente a la nueva búsqueda de información en línea a través del Internet.
- El Desconocimiento del uso correcto de las TIC y sus aplicaciones por parte de las autoridades de la Institución para una rápida búsqueda de información a la sociedad.
- El desconocimiento del uso correcto de un soporte gráfico adecuado que guíe el contenido del museo con información detallada del mismo.

Pronóstico

A continuación se enlistan los pronósticos de los síntomas o problemas enlistados en el diagnóstico anterior acerca del proceso de la difusión del museo de las Fuerzas Armadas:

- Solicitar el permiso Respectivo ante el Ministerio de Defensa Nacional y las Fuerzas Armadas para recopilar la información necesaria que valide la creación del proyecto.
- Investigar los usos y aplicaciones de las nuevas tecnologías frente a los museos y su impacto en la sociedad y la cultura como medio masivos de información gráficos visuales.
- Informar al personal responsable de los emblemas patrios o museos acerca del uso de las TIC en beneficio de la institución de la misma.
- Facilitar soportes impresos que informen de manera inmediata y directa los beneficios que posee cada uno de sus museos o casas patrimoniales para uso de la sociedad.
- Promocionar y difundir los museos de manera correcta haciendo uso tanto de la redes sociales en internet o medio impresos.

Control del Pronóstico

El principal objetivo es diseñar una propuesta gráfico visual de los museos de las Fuerzas Armadas del Ecuador, tomando como plan piloto el Museo del Templo de los Héroes de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro de la ciudad de Quito, para esto se considera la siguiente:

- Crear un Portal Web que permita informar los emblemas patrios que posee la Institución Militar y su aporte tanto educativo como cultural a través del internet.
- Recopilar la información adecuada que permita una retroalimentación entre los contenidos del proyecto y el usuario final.
- Promocionar los emblemas patrios que posee el museo haciendo uso de los medios masivos de comunicación con acceso a la información de manera directa utilizando material POP como Afiches o volantes que generen interés por conocer el museo en persona.
- Comunicar al personal responsable del Museo el uso de las TIC para que pueda interactuar con los usuarios a través de las redes sociales.

Objetivos

Objetivo General

- Elaborar una propuesta virtual multimedia de uno de los museos de las Fuerzas Armadas del Ecuador como es el Templete y Museo de la Unidad Educativa Militar “Eloy Alfaro” de la ciudad de Quito, para su difusión y su aporte tanto educativo como cultural a través del internet hacia la sociedad.

Objetivos Específicos

- Recopilar la información necesaria relacionadas a las aplicaciones gráficos visuales y sus campos de aplicación desde el Diseño Gráfico hacia los museos en la actualidad.
- Diagnosticar los servicios que ofrece el Templete de los Héroes y el Museo de la Unidad Educativa Militar “Eloy Alfaro” ubicado en la ciudad de Quito.
- Desarrollar la propuesta virtual multimedia y sus diferentes soportes digitales e impresos que permitan la difusión del Museo de la Unidad Educativa Militar “Eloy Alfaro” de la Ciudad de Quito.
- Validar la propuesta de investigación que permitan la difusión de los servicios y los productos por medio de la presentación visual a las autoridades responsables del Museo.

Justificación

Justificación Teórica

De acuerdo a la entrevista realizada al **Sr. Andrés Palma**, experto en Museología con gran experiencia trabajando en los museos de la ciudad de Quito quién actualmente es **Responsable de Museología y Públicos de la Fundación Museos de la Ciudad**, expone lo siguiente: “Actualmente los museos son espacios que brindan conocimientos culturales e históricos a la sociedad, pero de igual manera se puede visualizar que existe un gran problema en cuanto a la asistencia de la juventud, de igual manera se logra observar que el uso de las nuevas tecnologías como medios alternativos de comunicación son muy importantes en la actualidad.....”,

Es aquí donde la investigación permite obtener nuevos datos que nos proporcionan los objetos de estudio, lo cual facilitarán iniciar con la redacción final del proyecto, es decir, la introducción de las nuevas tecnologías en la difusión de los Museos.

Justificación Práctica

La introducción del Internet como medio de comunicación visual masivo nos permite crear espacios culturales y aprovecharlos de una manera positiva al poder fusionar los “espacios museísticos con la tecnología actual, generando así nuevas formas de expresión artística”³.

Por esto es importante investigar acerca del uso de las TIC o Nuevas Tecnologías y sus diferentes aplicaciones tanto gráficos como visuales para los museos, fundamentándose en el desconocimiento de las autoridades ya sean factores tanto económicos o internos de la institución para promocionar la difusión del museo, despertando el interés de las personas por conocer de cerca la historia que guarda su institución.

³Regil, Laura: “Museos Virtuales: Nuevos Balcones Digitales”, México, 2006, Pag.1

Justificación Metodológica

Se procede a conocer detenidamente el objeto de estudio y sus detalles por lo que se escogió como método de estudio el **Método Analítico - Sintético**: al ser un procedimiento que facilita el análisis de la información descomponiéndola en sus partes u elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Lo que implica que el problema planteado se investigue las causas del uso de una propuesta gráfico visual para el museo y su efecto en la sociedad, además se verifica ordenadamente cada uno de los elementos por investigar separadamente para luego reconstruir un todo, todo esto a partir de los elementos estudiados por el análisis que viene a ser la observación e investigación de un hecho en particular.

Alcance y Limitaciones

Alcance

Cuán prescindible es la relevancia de contar con herramientas de consulta e información que permita el desarrollo tanto personal e intelectual, de igual forma el crecimiento institucional, es decir, tanto las personas que interactúen a través de la herramientas de información, éstas se benefician con el conocimiento adquirido en relación a la historia que guardan el museo dentro de su institución de manera clara y directa.

En la propuesta se contempla diseñar, realizar un Portal Web y una Fan Page en Facebook que permita informar la historia de los museos de las Fuerzas Armadas, tomando como Plan Piloto el Museo de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro de Quito, a través del Internet, de igual manera crear soportes impresos del mismo como son un afiche y un volante que brinde el soporte impreso o guía para los visitantes del museo.

Evidentemente una herramienta tecnológica como la propuesta ayudaría que la difusión del museo llegue de manera directa a nuevos mercados generando así beneficios a la institución que van desde la parte económica y su desarrollo cultural hacia la sociedad.

Por lo tanto es necesario rescatar la identidad cultural y los elementos patrimoniales de nuestros pueblos que posee el Museo de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro de la ciudad de Quito, haciendo uso del diseño gráfico y los medios alternativos digitales que permita a los usuarios conocer más acerca del mismo y de manera directa a través de un producto multimedia y el uso del medio masivo como es el Internet.

Siendo los más beneficiados la imagen institucional de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro de Quito, tanto a nivel nacional e internacional se beneficiará directamente el Museo del mismo al motivar y despertar el interés de poder visitar físicamente el lugar por parte de Instituciones Educativas Públicas y Privadas.

Limitaciones

Debido al alcance que tiene el proyecto de realizar un producto para las Fuerzas Armadas del Ecuador, el mismo tiene muchos limitantes que van desde la autorización para realizar la recopilación e investigación de los museos por cuanto son controlados por el Ministerio de Defensa Nacional, también cabe recordar que las Fuerzas Armadas del Ecuador están divididas en tres Fuerzas (Militar, Aérea y Naval), y cada una posee sus museos lo cuál es un limitante económicos realizar una investigación global de todos los museos del país.

Es por esto que se realizará una investigación para recopilar datos de los museos más representativos de las Fuerzas Armadas que tienen en Quito que son : Casa Museo de Sucre, Girón de Chillogallo y la Cima de la Libertad, pero para el producto final se tomará como prototipo o plan piloto el Templete y Museo del Colegio Militar Eloy Alfaro de Quito (ya existe la debida autorización por parte del Rector de la Institución), puesto que los otros museo es prohibido por orden del Patrimonio de Quito tomar fotografías o documentales por seguridad al Patrimonio Nacional.

Estudios de factibilidad

Los estudios de factibilidad son una de las actividades más importantes para determinar y verificar si el proyecto es viable desde todas las perspectivas posibles, y para realizar el estudio debe analizarse en base a: **Factibilidad Técnica, Operativa y Económica.**

Factibilidad Técnica

En este punto analizaremos los recursos necesarios para el desarrollo de la propuesta virtual multimedia para el Museo de las Fuerzas Armadas del Ecuador en base a: Hardware y Software.

Para determinar la factibilidad técnica se deben analizar:

- I. Tecnología y Solución de la Propuesta.**
- II. Disposición de la Tecnología.**
- III. Conocimientos Técnicos.**

Cuadro No. 2: Alternativas Disponibles Desarrollo Portal Web.

Área	Alternativas	Disponibilidad
Sistema Operativo	Windows 7	Software Comercial
	Mac OS X	Software Comercial
Dibujo	Adobe Illustrator CS5	Software Comercial
	Adobe Photoshop CS5	Software Comercial
	Fireworks	Software Comercial
Desarrollo	HTML5	Software Libre
	Adobe Muse	Software Libre
	Adobe Dreamweaver CS5	Software Comercial
Redes Sociales	Blogger	Software Popular
	Facebook - Twitter	Software Popular

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

I.- Tecnología y solución de la propuesta: Para la realización del Portal Web del proyecto se requieren los siguientes soportes tecnológicos:

Software: Las tecnologías de software necesarias y cuyas aplicaciones para el correcto desarrollo de la Propuesta Virtual Multimedia se dividen de la siguiente manera:

- Sistema Operativo
- Dibujo
- Desarrollo
- Redes Sociales

Para cada una de las áreas mostradas se tienen varias propuestas y alternativas que están disponibles en el mercado actual de software que permitirá un adecuado desarrollo del Portal Web y son los que detallaremos en la siguiente tabla:

Hardware:

Para la implementación del proyecto se necesita un hardware con las siguientes características:

- Una Computadora para la persona responsable del Museo.
- Marca: HP, TOSHIBA o MAC.
- Sistema Operativo: Windows XP Profesional, Windows 7 o Mac OS X
- Procesador: Intel Core i2 Duo en adelante.
- Disco Duro: 250 GB en adelante.
- Memoria RAM: 2 GB en adelante.

Accesorios de Computadora: estos pueden ser un escáner, Impresora y Altavoces.

Equipo de Video: se debe tener una cámara de video y cámara digital fotográfica debido a que estos dispositivos sirven al responsable del museo publicar eventos e imágenes de las actividades que se realizan dentro del mismo.

II.- Disponibilidad de la tecnología

En este espacio se analizó la tecnología hardware y software necesarias para el desarrollo e implementación de la propuesta virtual multimedia. Entre estas alternativas los Software son de tipo comercial (Windows, Mac OS X, Adobe CS5, etc.) y de código libre (Linux), los cuales son utilizados en el desarrollo del producto final.

Para el Hardware se cuenta con una computadora para la persona responsable del museo que le permitirá administrar el Portal Web y sus respectivos accesorios (cámara digital fotográfica, escáner, etc.).

III.- Conocimientos Técnicos

Además de contar con la tecnología adecuada, es necesario que la persona responsable del museo posea los conocimientos técnicos para la correcta utilización de la misma.

En el caso del software, el desarrollador del proyecto posee los conocimientos necesarios, en algunos casos no profundos pero si los suficientes para el manejo adecuado de los programas.

Por otro lado el hardware que viene a ser la parte fundamental de la tecnología que se va a utilizar, consiste en computadoras personales donde el administrador posee los conocimientos técnicos tanto de hardware como de software para realizar el proyecto.

Realizando un análisis de los puntos tratados anteriormente, se logra concluir que el proyecto es factible técnicamente, por cuanto si bien muchos de los software como Adobe poseen licencias y el hardware como equipos de la marca Mac de Apple cuyos costos son altos al igual que las actualizaciones de los mismos son constantes, es necesario tener alternativas que permitan continuar con el desarrollo de la propuesta sin descuidar el objetivo principal del proyecto final.

Factibilidad Operativa

Para determinar si la propuesta virtual multimedia tiene viabilidad operativa se deben tener en cuenta algunos puntos como:

Solución de la problemática planteada.

Una vez analizado el planteamiento del problema, se observa que la propuesta virtual multimedia es funcional para el desarrollo del museo de las Fuerzas Armadas del Ecuador, por cuanto el Portal Web debe ser actualizado, modernizándolo para mejorar la calidad de información hacia los usuarios utilizando las nuevas tecnologías.

El COMIL cuenta con un administrador web para la debida actualización y mejoras que se le puedan realizar al Portal Web, de manera que este operando correctamente.

Además se puede determinar que es factible operativamente por cuanto se tiene las autorizaciones respectivas de cada uno de los Departamentos e Instituciones de las Fuerzas Armadas en coordinación con el Ministerio de Defensa a través del **Tern. SP. Miguel Luna** quién actualmente es el **Administrador del Museo “Casa de Sucre”**, y por la Institución Educativa la colaboración de su representante la **Dra. Patricia Villagómez** quién actualmente es la **Directora del Museo de la Unidad Educativa Militar “Eloy Alfaro”** de la ciudad de Quito, los cuáles muestran completa disponibilidad y apoyo para realizar la ejecución del proyecto.

Factibilidad Económica.

La factibilidad económica del proyecto se verá reflejado en las especificaciones de los costos totales del proyecto, a pesar que se puede afirmar que es totalmente factible económicamente, por cuanto se cuenta con al mayoría de las herramientas, el conocimiento y la disponibilidad para llevar a cabo la realización del proyecto.

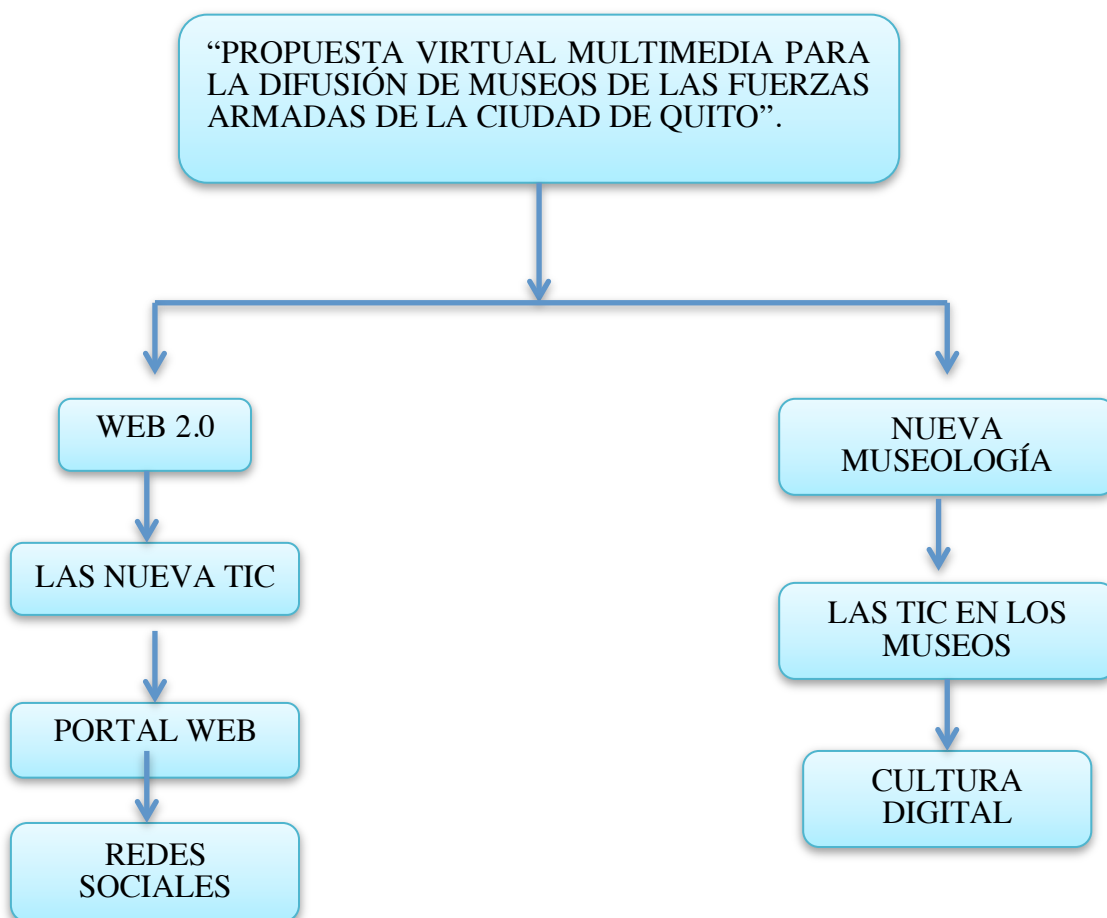
Por lo tanto el costo de inversión es mínimo al poseer el talento humano con los conocimientos y la herramientas tecnológicas que permiten crear la propuesta virtual multimedia del Museo, de manera que en Anexos se presenta el Presupuesto con los valores reales que tiene el proyecto.

Marco de Referencia

Marco Teórico

Para elaborar el marco teórico del proyecto se plantea partir desde el siguiente Mapa Conceptual que permite llevar un orden y correcto desarrollo del mismo:

Gráfico No. 1: Mapa Conceptual Desarrollo Marco Teórico.



Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

¿Qué es la WEB 2.0?

La Web 2.0 es el sueño que se ha estado fraguando progresivamente y sin hacer ruido dentro de la industria del internet durante los últimos años. Cabe recordar que la profunda renovación de las estrategias y las arquitecturas de contenidos sobre los que se implementan los servicios On-Line que promueven sentar sus cimientos de la WWW de la próxima década.

Cabe recordar que la World Wide Web no tiene las mismas aplicaciones que existían en el 2000, cuyas aplicaciones eran muy limitadas entre el usuario y el contenido de información en el internet. Mientras que actualmente existe un entorno de convivencia e interactividad con nuevos escenarios de contenidos e información evolucionando a pasos acelerados en los medios de comunicación.

Es decir, el uso de la Web 2.0 significa que el uso del internet dejó de ser un espacio de intercambio de información estática donde su acceso era muy limitada, para evolucionar a nuevos escenarios de interacción social que permiten construir comunidades marcando claramente las diferentes identidades de cada comunidad.

¿Qué son las TIC?

Actualmente las nuevas tecnologías de información o TIC, están presente en todos los sectores de nuestra sociedad creando una cultura tecnológica de consumo masivo.

Gualtieri, en 1999 expone que, “La sociedad de hoy se está convirtiéndose en una sociedad más interconectada, interactiva, instantánea, rica en información informal y más incierta.”

Es decir, las TIC o nuevas tecnologías de información como son la televisión, radio, prensa y de manera especial el Internet en el campo educativo, sumado a la creciente introducción de instituciones y personas a estos recursos, permite que las TIC procesen, almacenen, gestionen, protejan y difundan su información en el proceso de enseñanza – aprendizaje de forma interactiva gracias a las herramientas tecnológicas y los conocimientos en Diseño Gráfico para combinar texto, imágenes y sonido para crear un producto multimedia.

Portal Web

La evolución tecnológica y constante en nuestro país en todo lo relativo al uso del Internet genera un avance muy acelerado, al punto que muchos de los sitios web no pueden tener un proceso normal de desarrollo.

Es aquí donde los portales web son creados con la posibilidad de ser la puerta de ingreso a la Red con los usuarios, y el resultado de un portal radica en convertirse en la página principal que tenga la mayor cantidad de información que se encuentra en el sitio web.

En los últimos años se puede encontrar como empresas ecuatorianas utilizan las TIC en especial los portales web para mantener una comunicación constante con sus usuarios de manera personalizada.

¿Qué es un Portal Web?

Encontrar un concepto adecuado para el portal no es tarea fácil debido que cada una de ellas se complementan con los otros, pero de las existentes destacamos las siguientes:

Victoria Sanz, expone que: Un portal es un sitio web que permite a un usuario acceder a diversos servicios, recursos, aplicaciones o posibilidades desde un mismo lugar. (2007-2012) [On-Line] disponible en: <http://www.definicionabc.com/tecnologia/portal.php>

Para **Almudena Leria**, es una entrada a las personas que quieren que se les ordene Internet. (08-2001) [On-Line] disponible en: <http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/0107029/portales.html>

De acuerdo a **Vicent Giulano**, son sitios donde las páginas de portada tienen el mayor número de servicios posible. Puntos de entrada y salida. (08-2001) [On-Line] disponible en: <http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/0107029/portales.html>

De acuerdo a los conceptos anteriores se puede definir que un Portal Web, es un tipo de categoría de sitio web donde su característica principal es la de servir

como puerta de ingreso entre el usuario y el Internet de forma fácil y poder interactuar con la información, foros, enlaces o buscadores de manera que satisfaga una necesidad de buscar información de manera directa y en un solo lugar.

Redes Sociales

Varios años atrás cuando todavía el internet era limitado a salas de chat, era imposible pensar que el nivel de interconexión sería mas rápido como lo es en la actualidad.

Fue **Alvin Toffler** quién escribió en su libro “Shock del Futuro” y mencionaba que “el motor del cambio era la tecnología impulsada por el conocimiento, especificando que la última parte del proceso de innovación era la etapa de la difusión en que la tecnología ayuda a engendrar nuevas ideas creadores”.

De manera que al combinar los avances de la tecnología y la velocidad del internet tanto para celulares como ordenadores nos permite estar conectados en línea desde cualquier parte del mundo sin importar el horario.

Actualmente el uso de las redes sociales como medio de difusión para promocionar un bien o servicio es muy efectivo por la gran cantidad de usuarios que permite la integración de información e interacción tanto de las empresas con sus seguidores de manera directa y personalizada.

La Nueva Museología

La introducción de las TIC está afectado a todos las instituciones museísticas generando una redefinición del rol que tienen los museos como instituciones culturales hacia la sociedad. “Los museos como instituciones culturales deben ser capaces de liderar los momentos de cambio que se está produciendo en la sociedad, conscientes de las ventajas e innovaciones que las TIC suponen para el proyecto de renovación integral que ya inicio la nueva museología, las TIC pueden ayudar a hacer realidad la idea de un museo abierto... gracias al nuevo canal que supone el Internet. (2009) [On-Line] disponible en: <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/unas-breves-consideraciones-sobre-los-museos-ante-el-reto-digital/958/>

El avance constante de las nuevas tecnologías genera la introducción de la nueva museología, por ende se actualicen sus procesos e introduzcan las TIC para difundir sus espacios museísticos hacia la sociedad, para **Georges Henri Riviere** (1981) define “la museología como una ciencia aplicada, la ciencia del museo. Estudia la historia y la función en la sociedad, las formas específicas de investigación y conservación física, de presentación, animación y difusión de organización y funcionamiento....” (p. 21).

Es decir, la nueva museología estudia la historia y razón de ser de los museos en función de la sociedad actual modificando sus ambientes físicos y clasificándolos en diferentes tipos de museos para adaptarlos a las nuevas tecnologías que permita su difusión hacia la sociedad, buscando en las personas que actualmente tienen una nueva **Cultura Digital**, por el acceso inmediato a la información a través del Internet.

Marco Conceptual

De acuerdo a la Norma APA y por cuanto en el marco teórico se definen los conceptos mientras se realiza la redacción del mismo, este paso (Marco Conceptual) ya está integrado en el punto anterior y no se procede a realizar, tal como lo sugiere Ramírez. (1996, p. 49).

Marco Legal

Toda Institución Educativa u Organización del Estado poseen sus propias plataformas jurídicas e institucionales que regulan los derechos y los deberes, tanto en las relaciones entre sus diferentes departamentos como la acreditación o trabajos con terceros ajenos a la institución. Este contexto parte desde la Constitución, las leyes, los derechos, decretos, normas, ordenanzas, acuerdos, reglamentos y resoluciones que posee en este caso la Universidad como órgano principal regular el desarrollo del proyecto de grado y sus diferentes fases.

Por ende, yo Darwin Germán Lima Bastidas portador de la cédula de identidad No. 0603372715 soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación, y el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Tecnológica Israel de la ciudad de Quito.

Marco Espacial

El desarrollo del proyecto se inicio desde el mes de Junio del 2012 y su culminación incluyendo el producto se tiene programado para el mes de Julio del 2014, es decir, el tiempo será de 2 años dentro de los cuáles se realizará tanto los puntos requeridos para subir en las fechas indicadas a la plataforma virtual de la institución, a la par que se lleva a cabo el estudio e investigación tanto en las Fuerzas Armadas del Ecuador así mismo en el Museo de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro de Quito que permita sustentar y validar la propuesta aplicando los caminos metodológicos adecuados para un correcto desarrollo de la misma.

Al finalizar, el propósito del desarrollo del proyecto es crear con ayuda de los conocimientos del Diseño Gráfico y las nuevas plataformas tecnológicas (TIC), los elementos necesarios que permitan realizar la difusión del Museo y Templete de la Unidad Educativa Militar “Eloy Alfaro” de Quito como un medio de información directa hacia la sociedad haciendo uso de los medios de comunicación masiva como es el Internet.

Proceso de Investigación

Unidad de Análisis

El problema radica en que el museo del “COMIL” posee un sitio web de su institución, pero la misma no es promocionada en los medios masivos de comunicación como son las redes sociales a través del Internet de manera correcta, de igual forma la difusión del museo es muy limitada tanto en promoción como al público en general, la falta de interactividad y la dificultad de encontrar el link directo al museo genera que navegar dentro del portal web resulte demoroso e incluso provoca que el usuario pierda total interés de seguir navegando en el mismo.

De igual manera los soportes tanto gráficos como visuales ya sean estos impresos o digitales son limitados en cuanto a su presentación y contenidos, todo esto representa tiempo y dinero para el usuario y respectivamente a la institución de manera indirecta.

El universo que será objeto de estudio son los jóvenes entre los 15 a 24 años de edad que tienen acceso al Internet en la ciudad de Quito, que de acuerdo a la encuesta realizada por el **INEC (CENSO 2010)**, “la población del Cantón Quito con acceso a Internet en el área urbana es de **92.862** habitantes, comprendidos en el grupo desde los 15 hasta los 24 años de edad”. Por lo tanto, el lugar donde se llevará a cabo la investigación serán los museos de las Fuerzas Armadas del Ecuador, tomando como piloto al Museo del Colegio Militar Eloy Alfaro de Quito siendo éste el afectado.

Tipo de Investigación

Los conocimientos teóricos obtenidos a lo largo de la carrera universitaria y poder llevar los mismos a la práctica a través de la propuesta final del siguiente proyecto, permite realizar una Investigación de Tipo Mixta, es decir, combinamos la teoría junto con su aplicación en la práctica que en el caso del proyecto viene a ser el producto final, de igual manera en el proceso de investigación el cuál permite fundamentar la propuesta también se utilizará otros tipos de investigación como la de Campo, por medio de la cuál se realizará la recopilación de la información tanto de datos bibliográficos como la observación directa del museo al cuál se beneficiará la aplicación del proyecto final.

Metodología

Método Analítico:

Se basa en que para conocer el fenómeno u objeto de estudio, se necesita desordenar y fragmentar los elementos de un todo para revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. Como resultado permite descubrir los elementos que componen el fenómeno u objeto de investigación, sus causas y efectos.

Método Sintético:

Tiende a reunir sistemáticamente las partes de un fenómeno, a partir de los elementos estudiados por el análisis. Lo que va a permitir integrar las partes en una unidad nueva, pero tomando en cuenta los conocimientos adquiridos del fenómeno u objeto, gracias al estudio de todos sus detalles y elementos.

Momentos de la Investigación

La presente investigación de acuerdo a **Carlos Sabino** comprende de 4 momentos que son los siguientes:

Momento Proyectivo

Se procede a ordenar la información y organizar todos los conocimientos relacionados al planteamiento del problema junto con los datos obtenidos del Museo de la “Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro” de la ciudad de Quito .

Momento Metodológico

Se procede a conocer detenidamente el objeto de estudio y sus detalles, anteriormente para el momento metodológico se escogió como método de estudio el **Método Analítico - Sintético**: al ser un procedimiento que facilita el análisis de la información descomponiéndola en sus partes u elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Lo que implica que el problema planteado se investigue las causas del uso de una propuesta gráfico visual para el museo y su efecto en la sociedad, además se verifica ordenadamente cada uno de los elementos por investigar separadamente para luego reconstruir un todo, todo esto a partir de los elementos estudiados por el análisis que viene a ser la observación e investigación de un hecho en particular.

Momento Técnico

Es la combinación del momento anterior, permite recolectar información posible del museo e infraestructura por medio de las siguientes técnicas de investigación:

- Entrevista en profundidad a expertos en el tema de los museos.
- Encuestas a jóvenes del cantón Quito con acceso a internet.

Instrumentos

- Cuestionarios con preguntas adecuadas a expertos durante la entrevista.
- Cuestionarios con preguntas cerradas y múltiples fáciles de comprender en las encuestas.

Momento Teórico o de Síntesis

Finalmente es aquí donde la investigación permite obtener nuevos datos que nos proporcionan los objetos de estudio, lo cual facilitarán iniciar con la redacción final del proyecto.

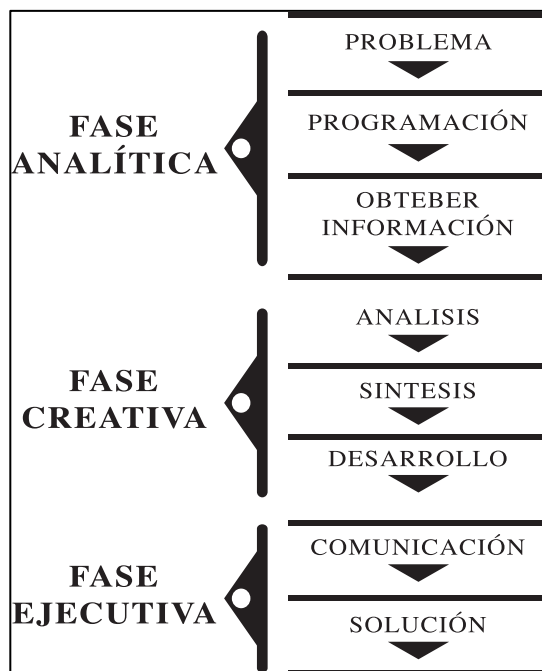
El objetivo final de este proceso de investigación tiene como resultado la obtención de un producto gráfico visual que sea efectivo para informar o promocionar los servicios u contenidos que ofrece el Museo del Colegio Militar Eloy Alfaro de Quito.

Metodología Específica

Método Creativo de Diseño

Para realizar la construcción de la propuesta gráfico visual se contó con la propuesta metodológica de **Bruce Archer** citado en el libro “Metodología del Diseño” de Mónica Gonzáles Mothelet, el cual propone el siguiente esquema:

Gráfico No. 2: Método Creativo de Bruce Archer



Fuente: Libro “Metodología del Diseño”.

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

La aplicación del método creativo de acuerdo al esquema de **Bruce Archer** parte de buscar la definición del problema de la propuesta gráfico visual del Museo en base a una programación que permita obtener datos relevantes u información específica para retroalimentar la fase 1 (fase analítica).

Continuamente realizar un análisis y síntesis de toda la información obtenida para preparar la propuesta de diseño mediante el desarrollo de prototipos, a esto se suma el preparar y ejecutar estudios y experimentos que validen el diseño para finalmente preparar toda la documentación que permita desarrollar la propuesta.

CAPITULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Comunicación Audiovisual

¿Qué es Comunicación Audiovisual?

“La comunicación no constituye una parte de la psicología, sino el principio mismo que rige las relaciones entre el hombre y el mundo, entre el individuo y la sociedad, determinando la fenomenología del comportamiento humano.” JOAN COSTA

Desde la antigüedad los seres humanos tenemos la habilidad de poder comunicarnos los unos con los otros, ya sea por medio de expresiones, signos o a través del lenguaje propio de cada pueblo, o como explica según **Idalberto Chiavenato**, Comunicación es *"el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social"*. (2006) Pág. 110

Los medios de comunicación audiovisual permiten a los mercadólogos y publicistas en conjunto con los diseñadores gráficos, transmitir mensajes a un público determinado con la finalidad de poder tomar decisiones acertadas en el lanzamiento de una campaña publicitaria o social que ayude a satisfacer las necesidades que existen en el entorno social.

La comunicación visual en conjunto con el diseño gráfico representan el origen y objetivo de todo trabajo, son el medio por el cual se logra transmitir mensajes en símbolos visuales o audiovisuales de manera universal a la sociedad.

Además, la comunicación al tratarse de un elemento audiovisual, esta se puede dividir en comunicación casual o intencional, donde la comunicación casual es aquella que se presenta de manera inesperada y sin previo aviso, mientras que la intencional es una información precisa transmitida por otra persona.

O como **Bruno Munari** explica que: *“La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc.”*(1985) Pág. 82

El internet es el medio de comunicación visual de mayor uso en la sociedad, lo cuál permite hacer uso de este recurso para crear la Propuesta Virtual Multimedia para el Museo de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro, por cuanto despierta todos los sentidos tanto sonoros como audiovisuales entre el producto final y el usuario.

Cadena Comunicacional

La comunicación audiovisual y el diseño gráfico se materializan en objetos y mensajes que se introducen en nuestra sociedad para ser percibidos y consumidos, y que según el esquema paradigmático de **SHANNON**, estos son los eslabones de la verdadera cadena de comunicación y están conformados de la siguiente manera:

Cuadro No. 3: Esquema de SHANNON.

Usuario	Diseñador	Producto del Diseño	Medio Difusor	Consumidor
Emisor	Codificador	Mensaje	Transmisor	Preceptor

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Fuente: Alarcón Pepita, Comunicación Visual, Riobamba, 2006

Cada uno de éstos eslabones de la cadena comunicacional mantienen una relación directa entre sí, desde la creación del mensaje o idea hasta su difusión final hacia un publico determinado de la sociedad.

El Emisor: los diseñadores con comunicadores visuales que buscan transmitir una información (hechos, ideas, sentimientos, deseos), en el mercado por medio del diseño gráfico hacía un publico determinado.

El Diseñador: en la comunicación social el diseñador viene a ser la persona encargada de elaborar los productos y mensajes de una manera clara y creativa con el fin de satisfacer las necesidades u objetivos del emisor.

El Mensaje: Es el conjunto de signos (texto, figuras e imágenes), o códigos (Lingüísticos e Icónicos), visuales estructuralmente ordenados que llevan consigo un significado con fines sociales o publicitarios.

Los Medios de Difusión: Son los canales por donde se hacen llegar los mensajes a sus destinatarios finales como son la radio, libros, prensa escrita, televisión, etc. Medios en el que se transmite el mensaje por su relación con el entorno social de manera informativa o persuasiva.

El Destinatario: O conocidos como preceptores, son grupos objetivos de personas con diferentes estructuras sociales, económicas, culturales, etc., encargadas de decodificar este proceso de comunicación y decidir si aceptar o rechazar el mensaje.

Los Medios de Comunicación Visual

*“La comunicación es el área que da razón de ser al Diseño Gráfico y representa el origen y el objetivo de todo trabajo.” **Jorge Frascara***

El éxito para una promoción de ventas o un mensaje de relaciones públicas no sólo depende del diseño gráfico, sino de seleccionar y combinar los medios de difusión más apropiados para su transmisión y estos pueden ser:

- **Oral:** Es el lenguaje más antiguo de comunicación de la sociedad, se realiza de manera directa con el público y se puede transmitir a través de, Radio, Teléfono o Charlas.
- **Visual:** Combinamos el uso de audio e imágenes para crear un efecto audiovisual, su impacto y el mensaje que se desea transmitir al público es mucho más efectivo, por que permite al cliente ver y escuchar los beneficios del producto, los más recomendados son : Internet, Computadora, Televisión, Periódico, Señas.

- **Escrita:** Fue uno de los recursos más utilizados desde la antigüedad para comunicarse entre los pueblo, actualmente sigue funcionando en la prensa escrita y sus usos frecuentes son realizados a través de: Carta, Telegrama, Periódico, Computadora, Otros.

La Evolución de los Medios de Comunicación

La globalización y las nuevas tendencias de consumo masivo produce un crecimiento tanto de ciencia y tecnología provocando que las comunicaciones dejen de ser “exclusivamente oral para desarrollarse a través de otros medios, como la prensa, la radio, el cine y la televisión.

En la actualidad, las sociedades industrializadas dependen, en gran medida, de los medios de comunicación masivos. Su sistema económico basado en la compraventa generalizada, la compleja división del trabajo y las necesidades del Estado para cumplir con sus funciones requieren de estos medios para difundir la información del modo más rápido y a la mayor cantidad de personas posible.

De allí que cada vez sea más estrecha la relación entre los grandes grupos económicos y las grandes cadenas de comunicación.” (2009) [On-Line] disponible en: http://www.portalplanetasedna.com.ar/medio_cine.htm, 15-12-2009, 19:30 PM.

Todos estos cambios son evidentes en los medios masivos de comunicación gracias a los avances tecnológicos y las constantes modificaciones en la globalización, lo cual genera una nueva cultura digital en las personas.

La evolución de los medios de comunicación como el Internet, son un fuerte instrumento de socialización e integración en la sociedad por cuanto se desarrollan nuevas “Culturas de Masas”, que buscan información directa e interactúan con la misma a tan sólo un “CLICK”, sin salir de sus casas y frente a un ordenador.

Cabe recordar que el frecuente uso del internet en la sociedad, permite a los diseñadores gráficos y con ayuda de las nuevas plataformas tecnológicas crear soportes multimedia para ser difundidos hacia la sociedad a través de los medios de comunicación masiva como es el internet.

DISEÑO GRÁFICO

¿Qué es el Diseño Gráfico?

“Por el Pueblo y para el Pueblo”

William Morris

Si nos basamos en la historia para describir donde nace el diseño gráfico, se podría decir que este surge desde nuestros antepasados cuando descubrieron al dibujar imágenes en las piedras una forma de comunicación para informar que tipo de raza, grupo o etnia pertenecía cada uno en donde los productos eran realizados a mano.

Pero en la actualidad según **Karin Waller** *“el objetivo del diseñador gráfico es comunicar un mensaje a través de la organización e imágenes”*¹¹, es decir, transmite una idea o imagen de la forma más eficaz posible y haciendo uso de las herramientas necesarias como: tipo de información y elementos gráficos que combinados despierten la imaginación de diseñador para crear y lograr un producto final que comunique los beneficios posibles hacia la sociedad.

El Diseño Gráfico permite desarrollar una idea y con ayuda de los recursos tecnológicos como los medios masivos de comunicación se logra transmitir un mensaje hacia un público determinado, o como lo explica **Rodney Fitch**, *“El diseño es una actividad fundamental basada en la creatividad y en la innovación. Es la imaginación puesta a trabajar para responder a las aspiraciones y estilo de vida de los futuros clientes”*.

Los conocimientos obtenidos en Diseño Gráfico y los soportes tecnológicos permiten crear nuevas propuestas visuales que promocionen o den a conocer los emblemas institucionales del museo de la “Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro de Quito”, a través de una galería multimedia de tan prestigiosa Institución Educativa como un aporte hacia la ciudadanía que se pueda conocer en los medio de comunicación más utilizados en la actualidad como es el Internet.

Aplicación del diseño gráfico

La aplicación del diseño gráfico permite desarrollar la creatividad para transmitir un mensaje en los medios publicitarios como vallas publicitarias, revistas, periódicos, libros, empaques, tarjetas de presentación, páginas web y proponer nuevas alternativas como crear la Propuesta Virtual Multimedia del Museo. Sin olvidar que todas estas aplicaciones son temporales, ya sea por un tiempo determinado que permita informar a la gente los beneficios y ventajas de un bien o servicio.

Jorge Frascara expone: *“El diseñador gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido”*.

El avance tecnológico y el diseñador gráfico siempre combinan el talento humano con la tecnología para desarrollar nuevas aplicaciones que faciliten el proceso creativo de una manera ordenada para obtener un producto visual que cumpla con las normas publicitarias para su acertada difusión en los diferentes medios de comunicación.

El Diseño como proceso de Comunicación

Nelson Reinoso explica: *“Una de las categorías de diseño gráfico constituye el universo de la comunicación visual estática y animada (producción gráfica y animada sobre todo).”*

Todo tipo de diseño tiene como finalidad un desarrollo creativo como proceso interno y un desarrollo comunicacional como proceso externo, es decir, la comunicación y el diseño relaciona tres elementos importantes que son: la empresa, el diseñador y el público. Los dos ejes centrales de este proceso comunicacional son la empresa y el público, quedando el diseñador como intermediario entre estos dos ejes, generando una dinámica de producción – comunicación – consumo.

Todo Diseñador Gráfico es un profesional en comunicaciones visuales y sus diseños se relacionan con todos los caminos del proceso comunicacional, en cuyo contexto, la acción de crear un objeto visual es sólo un reflejo de dicho proceso.

Es decir, el diseñador puede crear varios ejemplos de productos y elementos técnicos como bienes de uso, consumo y equipamiento, donde los mensajes gráficos son la agrupación de las comunicaciones funcionales de forma institucional, comercial, informativa, señalética, de identidad corporativa, didáctica y publicitaria, además el diseño gráfico utiliza los mensajes visuales como elementos de expresión a través de signos y símbolos.

En fin, el usuario del diseño viene a ser la empresa y en conjunto con el diseñador y el público conforman una estructura interdependiente donde se produce el proceso de comunicación, es decir, requiere de una empresa que ordene la creación de un producto de diseño dirigido a un diseñador que se responsabilizará de crear dicho producto con el fin de llegar directamente al público objetivo que desea la empresa.

Las Nuevas Tecnologías de Información - TIC

¿Qué son las TIC?

Actualmente las nuevas tecnologías de información o TIC, están presente en todos los sectores de nuestra sociedad creando una cultura tecnológica de consumo masivo.

Gualtieri, en 1999 expone que, *“La sociedad de hoy se está convirtiéndose en una sociedad más interconectada, interactiva, instantánea, rica en información informal y más incierta.”*

Es decir, las TIC o nuevas tecnologías de información como son la televisión, radio, prensa y de manera especial el Internet en el campo educativo, sumado a la creciente introducción de instituciones y personas a estos recursos, permite que las TIC procesen, almacenen, gestionen, protejan y difundan su información en el proceso de enseñanza – aprendizaje de forma interactiva gracias a las herramientas tecnológicas y los conocimientos en Diseño Gráfico para combinar texto, imágenes y sonido para crear un producto multimedia.

Características de las TIC

El uso correcto de las herramientas TIC y su acertada aplicación debe cumplir las siguientes características:

- **Interactividad:** Las TIC que utilizamos en la comunicación social son día a día más interactivas, es decir:

- Permiten la interacción de sus usuarios.
- Facilitan al usuario porque dejan de ser espectadores pasivos para actuar como participantes.

- **Instantaneidad:** Permite la transmisión de información ubicada en el ciberespacio a todo el mundo mediante las denominadas “autopistas de la información” en un tiempo muy reducido, casi de manera instantánea.

- **Interconexión:** De igual forma como podemos acceder de manera casi instantánea a muchos bancos de información situados a kilómetros de distancia física, también se puede visitar sitios web que permiten ver o hablar con personas que estén al otro lado del planeta, todo esto gracias a la interconexión de las tecnologías de imágenes y sonidos.

- **Digitalización:** La principal característica de la digitalización hace referencia a la transformación de la información analógica en códigos numéricos, lo que favorece la transmisión de diversos tipos de información por un mismo canal como son las redes digitales de servicios integrados. Este tipo de redes son los que permiten la transmisión de videoconferencias o programas de radio y televisión por una misma red.

- **Diversidad:** La característica de la diversidad en las tecnologías es que permiten desempeñar diversas funciones como un videodisco que transmite informaciones por medio de imágenes y textos conocidos como videoconferencias otorgando espacios para la interacción entre los usuarios.

- **Colaboración:** Al referirnos a las TIC como las nuevas tecnologías colaborativas, hace referencia al hecho que posibilitan el trabajo en equipo, es decir, varias personas que desempeñan diferentes labores pueden trabajar en conjunto para lograr un bien común.

Cabe recordar que el uso de las tecnologías no significa que son colaborativas, sino que la acción de las personas son las que permiten trabajar con las TIC, ya sea de forma interactiva o colaborativa.

- **Penetración en Todos los Sectores:** Debido a todas las características que posee las TIC es que permite su introducción en todos los sectores tanto sociales como culturales, económicos o industriales lo cuál afecta la forma de producción, distribución y consumo de los bienes culturales y sociales.

- **Aplicaciones Multimedia:** Son aquellos programas multimedia que utilizan un interfaz de acceso y comunicación entre los usuarios y las TIC.

- **Tecnologías:** Las TIC son un conjunto de redes y recursos necesarios que permiten el almacenamiento, la administración de información y se reagrupan según:

- **Redes.-** Internet, TV., móvil, etc. Permiten conexión del usuario a espacios virtuales con una cantidad infinita de información.
- **Terminales.-** Son todos aquellos dispositivos que facilitan la aplicación de contenidos multimedia.
- **Servicios.-** Actualmente unos de los servicios como medio de difusión masiva de información de productos y comercio electrónico en el internet de manera especial las redes sociales son las denominadas TIC.

WEB 2.0

Fue en el año de 1995 el inicio de la introducción Web en los medios como el Internet más conocido como un medio de masas. Pero fue a partir del 2001 cuándo se veía una posible caída del famoso punto.com, pero fue todo lo contrario, la creación de blogs, el uso de aplicaciones y el desarrollo constantes de las herramientas u nuevas tecnologías genera que nos olvidemos del punto.com para entrar a una nueva era el WEB 2.0.

“El concepto de Web 2.0 que transformado en un potente meme en un año de circulación por la red debe su origen a una tormenta de ideas entre los equipos de O’Reilly Media y MediaLive Internacional a mediados de 2004, fortalecido por la primera Web 2.0 Conference en Octubre de ese mismo año. Con el objeto de dar cierta entidad teórica al nuevo término y contrarrestar la confusión del momento O’Reilly publicó en septiembre del 2005 lo que hasta hoy es la principal referencia bibliográfica del concepto. Se trata del artículo What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.”⁴

La Web 2.0 es el sueño que se ha estado fraguando progresivamente y sin hacer ruido dentro de la industria del internet durante los últimos años. Cabe recordar que la profunda renovación de las estrategias y las arquitecturas sobre los que se implementan los servicios On-Line que promueven sentar sus cimientos de la WWW de la próxima década.

Juan Carlos Lucas manifiesta que: *“En la Web 2.0 nos damos a conocer mediante los contenidos que generamos y co-generamos, pasar de un reservorio de información global hacia una comunidad virtual global, una inmensa conversación global motorizada por la construcción y organización colectiva de contenidos.”*

Cabe recordar que la World Wide Web no tiene las mismas aplicaciones que existían en el 2000, cuyas aplicaciones eran muy limitadas entre el usuario y el contenido de información en el internet. Mientras que actualmente existe un entorno de convivencia e interactividad con nuevos escenarios de contenidos e información evolucionando a pasos acelerados en los medios de comunicación.

⁴ Cobo Romaní, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo. 2007. Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF, 2007

Sin olvidar el desarrollo constante de aplicaciones multimedia que facilitan el acceso hacia la información de medios y realizarlos de manera interactiva entre el usuario y las nuevas plataformas o escenarios de comunicación que posee el internet como son galerías multimedia, espacios virtuales, blogs y la nueva ola de interacción social directa entre las personas y el internet que con las famosas Social Networking (redes sociales como Facebook, Twitter, etc.)

Los Principios Constitutivos de las Aplicaciones Web 2.0

Según O'Reilly (2005), el Web 2.0 posee 7 características técnicas particulares que son los principios constitutivos de su correcta aplicación. (2012) [On-Line] disponible en: <http://es.convdocs.org/docs/index-31161.html> 15/11/2012

1.- La World Wide Web como Plataforma:

Significa que hasta ahora existen empresas que crean en paquetes los Software como ADOBE como un modelo de negocio generando que los profesionales usen los paquetes de forma legal por medio de la compra de licencias, pero también hay empresas que realizan el mismo proceso de manera libre como LINUX que permiten realizar aplicaciones de manera on-line sin necesidad de comprar un programa especial para realizar el mismo proceso.

La diferencia radica que las nuevas compañías ofrecen software gratuitos utilizando la WEB como plataformas, de tal manera que las herramientas y sus contenidos se encuentran directamente en la Web y no dentro de un procesador específico.

Este proceso permite que las herramientas de la Web 2.0 utilicen un Servidor para almacenar la información cuando el usuario tenga acceso directo a la red mientras este conectado a la misma creando una comunidad que interactúe y administre sus propios contenidos a Internet.

2.- Aprovechar la Inteligencia Colectiva

La inteligencia Colectiva no es más que el constante crecimiento de las aplicaciones web con software en línea diseñados en interfaz de fácil uso que permita navegar a los usuarios a través de los contenidos en forma activa, creando y aportando sus contenidos de manera gratuita.

3.- La Gestión de la Base como Competencia Básica

Este nacimiento posee una palabra clave: Infoware: el cual significa Software más datos, lo valioso de las aplicaciones Web 2.0 son los datos, ya que en muchos casos el software es un recurso abierto o de fácil implementación.

Es decir, actualmente es muy importante poseer un registro o base de datos porque permite almacenar los gustos e intereses de cada usuario lo que permite ofrecer un beneficio hacia dicho grupo específico de manera directa lo cual es una ventaja frente a la competencia.

4.- El Fin del Ciclo de las Actualizaciones de Versiones del Software

Cómo es explico anteriormente, se rompe el modelo inicial del software cerrado con derechos bajo pago de licencias, para dar paso al uso del software como servicio gratuito On-Line en propia Web.

Esto representa una ventaja para los usuarios porque se empieza a desarrollar nuevas aplicaciones Web 2.0 con el objeto de sustituir estos canales de pago para ganar clientes dispuestos a producir y subir datos a las nuevas plataformas, tanto así que algunas empresas se aventuran a lanzar demos de sus productos para que sean los mismo clientes los que desarrollen nuevas aplicaciones sin necesidad de actualizaciones de software ni tener almacenados en nuestro ordenador, sino que se puedan utilizar y desarrollar directamente en la Web.

5.- Modelos de Programación Ligera. Búsqueda de la Simplicidad.

Según los principios constitutivos de **O'Reilly (2005)**, “esta noción consta de sustituir los diseños ideales de la arquitectura de la información de los metadatos y de las interfaces gráficas por un pragmatismo que promueve a la vez simplicidad y fiabilidad para aplicaciones no centralizadas y escalables.”

Significa que las aplicaciones progresen sin complicaciones tanto para el desarrollador y que el usuario pueda ver los contenidos en la plataforma que desee sin necesidad de revisar en un lugar específico o tener que esperar que el proveedor de una plataforma actualice su contenido.

Debido a esto es que los modelos actuales de programación ligera ponen mucho énfasis en la reducción de la complejidad, donde menos es más, lo cuál se trata de evitar excesivas especificaciones y funciones de un software determinado.

Es decir, la programación Ligera también permite ensamblar productos con creatividad y ofrecer un mayor valor añadido, mientras que la simplicidad genera formas creativas de reutilizar la programación hacia la estandarización, integración y usos bajo demanda, provocando que el usuario sea un productor de contenidos.

Cabe recordar que la búsqueda de la simplicidad genera una problemática que es la actualización constante de los contenidos, si bien es cierto que antes no era necesario, hoy es una norma principal realizar actualizaciones para tener un espacio dinámico e interactivo entre el usuario y su contenido.

6.- El Software No Limitado a un solo dispositivo.

El uso de los productos de la Web 2.0 se limitaba únicamente a los ordenadores, pero con el surgimiento de los Mobile devices o teléfonos móviles de tercera generación (3G), comienzan a ocupar un nuevo espacio reservado antes solo para los ordenadores.

Actualmente el uso constante de la nueva tecnología como son los teléfonos inteligentes, se producen teléfonos con plataformas que permiten la gestión de información, el consumo de los mas media, la producción de contenidos multimedios así como el uso de las redes sociales, por ende la industria de los Mobile devices ven de manera prioritaria la creación de nuevas aplicaciones Web 2.0 para su reproducción y navegación desde los dispositivos móviles de manera personalizada.

7.- Experiencias Enriquecedoras del Usuario

Cuando se habla de experiencias enriquecedoras del usuario, no se debe olvidar cuando las Web eran sólo contenido textual y gifs animados, pero fue a partir del año “1996 que apareció Flash Macromedia para darle al usuario una experiencia más generosa a nivel gráfico. Sus botones, clips de película, máscaras y programación en Action Script promovían zonas activas de interacción.” Esto genera que se empiece a crear nuevas formas de interacción que de una u otra manera se pueda explorar la interactividad y experiencia de los usuarios.

La nueva Web 2.0 trae consigo nuevas aplicaciones con contenidos muy dinámicos creados a partir de las clásicas herramientas de diseño como Flash, Dreamweaver, y de programación como HTML, CSS, etc., son los que permiten crear interfaces sencillas o nuevas aplicaciones para los productos Web 2.0 que tienen la capacidad de acceso en todo lugar y momento a los servicios Web, logrando una interacción directa y dinámica entre las aplicaciones y el usuario de manera personalizada.

También es necesario recordar que la estructura de la Web 2.0 busca ordenar su aplicación en cuatro líneas fundamentales para un optimo desarrollo en el internet que son:

- a) **Social Networking (redes sociales):** Aquí se describen todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios virtuales e interactivos que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social.
- b) **Contenidos:** Se hace referencia a las herramientas que favorecen la lectura y la escritura On-Line, así como su distribución e intercambio.

- c) **Organización Social e Inteligente de la Información:** Son las herramientas y recursos para etiquetar, syndicar e indexar, lo cual facilita tanto el orden y almacenamiento de la información, así como de otros recursos disponibles en la Red.
- d) **Aplicación y Servicios (mashup5):** Dentro de esta clasificación se incluye un sinnúmero de herramientas, software, plataformas en línea y un híbrido de recursos creados para ofrecer servicios de valor añadido al usuario final.

Multimedia

Encontrar una definición exacta de multimedia es muy confuso por sus constantes cambios y la nueva tecnología hace que se interprete de muchas maneras, si hace años era la integración de voz, texto y gráficos, la nueva era de los mas media permite integrar sonido, animaciones, fotografías de manera interactiva, ocupando nuevos espacios virtuales a manera de secuencia de imágenes, es por esto que podríamos basarnos en los siguientes autores para definir un concepto:

Lázaro Castro propone, *“La multimedia constituye un conjunto de elementos propiciadores de la comunicación (texto, imagen fija o animada, videos, audio) en pos de transmitir una idea buena o mala, pero que se confía en la pericia en el uso de los medios ya mencionados para lograr su objetivo que es llegar al consumidor. Es decir, los multimedios son en sí un medio más.”*

Xabier Berenguer en su artículo **Escribir programas interactivos** dice: *“Un sistema multimedia esta constituido por un conjunto de informaciones representadas en múltiples materias expresivas: texto, sonido e imágenes estáticas y en movimiento, y codificadas digitalmente, registradas en un soporte cerrado u off line, como por ejemplo CD-ROM o el DVD.”*

En conclusión se podría definir a la Multimedia como la composición de varios elementos como texto, imágenes, animaciones, sonido, videos u espacios virtuales entre otros, los cuales a través de medios electrónicos (hardware y software) nos permiten presentar contenidos interactivos para lograr su objetivo que es llegar al Consumidor final y estimulando todos los sentidos del receptor.

Multimedia Interactiva

Son todas aquellas aplicaciones que permiten al usuario tener control e interactuar con los contenidos presentados de una manera diferente., ya sea en un disco compacto (CD-ROM) pero también en línea a través de redes de comunicación como el Internet. Esto abre nuevas posibilidades de creación audiovisual. El Multimedia Interactivo se tiene que manejar dentro de una interfaz limpia y de fácil uso para que el usuario se familiarice con la misma y se involucre en todo.

Aplicaciones Multimedia y su Relación con la Comunicación Visual

Los usos continuos de la nueva tecnología y la innovación cada vez más avanzada de los soportes gráficos, pero actualmente el diseño se ha centrado en sistemas interactivos, siendo esto un completo reto para los creativos por cuanto se debe realizar un traspaso de los bocetos en papel hacia productos tecnológicos, animados e interactivos.

Según **Antonio Bartolomé**, “Los sistemas multimedia, en el sentido que hoy se da al término, son básicamente sistemas interactivos con múltiples códigos.”

Mientras que **Fred Hoffstetter**: “Multimedia es el uso del ordenador para presentar y combinar texto, gráficos, audio y video con enlaces que permitan al usuario navegar, interactuar, crear y comunicarse.”

En consecuencia las aplicaciones multimedia pueden estar almacenados en CD-ROMs (Off-line) o residir en la red a través de páginas web (On-line), por lo tanto los principales códigos de información para la creación de los productos multimedia interactivas son:

- **Texto.-** Incluir texto en las aplicaciones multimedia fortalece la comprensión lectora, fluidez verbal, vocabulario, etc., permitiendo aclarar la información gráfica o icónica al transmitir el mensaje escrito de manera directa.

- **Sonidos.-** Facilitan la comprensión de la información, ya que se puede incluir locuciones orientadas a comprender el significado de las imágenes como también música y efectos sonoros para conseguir un efecto motivador captando la atención del usuario.
- **Gráficos e Icono.-** Los elementos iconográficos son los que permiten la representación de palabras, conceptos o ideas mediante imágenes, teniendo en cuenta que la exhibición de la idea o concepto sea la misma.
- **Imágenes Estáticas.-** Son de gran importancia en las aplicaciones multimedia y su fin es ilustrar y facilitar la comprensión de la información que se desea transmitir, y estas pueden ser fotografías o ilustraciones.
- **Imágenes Dinámicas.-** Las imágenes en movimiento son de gran importancia, ya que transmiten de forma visual secuencias completas de contenido a través de imágenes que pueden ser videos o animaciones.

CAPITULO II: DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.

ENTORNO GEOGRÁFICO DE LOS MUSEOS DE LAS FUERZAS ARMADAS DEL ECUADOR. CASO ESTUDIO: “MUSEO COMIL”

El Origen de los Museos

En su origen, los museos empezaron siendo templos, o su propio nombre en griego que los identifica como templos de las musas. Un lugar sagrado donde ellas frecuentaban y fueron templos donde se guardaban objetos valiosos, los tesoros de los Dioses (TheSauroi), y su dimensión pública era solamente religiosa, además no hay que olvidar que en su origen las musas eran las diosas de la memoria.

Pero fueron los Romanos que exhibían en templos, ternas y pórticos los botines de guerra arrancados a sus enemigos, los de Isis o Serapis, fueron así verdaderas y magníficas colecciones de arte egipcio. De ahí la relación en la historia de Napoleón Bonaparte por su admirable afición por el coleccionismo.

“Ya en la Edad Media los tesoros religiosos de las iglesias empezaron a formar parte de las cámaras de los tesoros, tanto en cortes y colecciones de carácter privado: las que luego se llamarían “cámaras de la maravillas”, en el Renacimiento. Fue en el Barroco donde se empezó a preocupar por la conservación y cierta accesibilidad pública de las colecciones. Los museos fueron la gran creación del siglo XIX, museos como concepto reverenciado, sólo accesible a eruditos y en algunos propios los precios de entrada, los cuales forman fundamental ya que contienen la historia de muchos países, conservan el pasado y fomentan la cultura entre la sociedad.” (2011) [On-Line] disponible en: http://www.museos.us/exposiciones/historia/virtuales/origen_del_museo/

¿Finalidad de los museos?

- Promocionar la actividad de los Museos.
- Aumentar las colecciones de arte con donativos.
- Recoger fondos para la conservación de las obras de arte.
- Patrocinar las manifestaciones que pueden favorecer el conocimiento de los museos.
- En general, tomar cada iniciativa que contribuya a la divulgación y al prestigio de los museos.

Clasificación de los museos

Existe gran variedad y tipos de museos en la actualidad y cada uno guarda con gran importancia elementos representativos de la historia, antropología, arqueología y ciencias haciendo de cada uno parte importante de cada país, entre éstos de acuerdo a diferentes bibliografías en Internet tenemos:

Museos de cera

Exhibe figuras y objetos modelados con cera. Lo que hace verdaderamente populares a los museos de cera es la recreación de personajes populares del espectáculo, la política y el deporte en sus poses más características. Las técnicas de fabricación y la incorporación de detalles, hacen que las figuras alcancen gran realismo.

Museos de ciencias y técnica

Los museos de esta categoría se dedican a una o varias ciencias exactas o tecnológicas tales como astronomía, matemáticas, física, química, ciencias médicas, industrias de la construcción, artículos manufacturados, etc. También los planetarios y los centros científicos.

Museos de arte

Son museos para la exposición de obras de bellas artes, artes gráficas, aplicadas y/o decorativas. Forman parte de este grupo los de escultura, galerías de pintura, museos de fotografía y de cinematografía, museos de arquitectura, comprendidas las galerías de exposición que dependen de las bibliotecas y de los centros de archivo.

Museos históricos

Su finalidad es la de presentar la evolución histórica de una región, país o provincia durante un periodo determinado o a través de los siglos. Incluye a aquellos de colecciones de objetos históricos y de vestigios, museos conmemorativos, museos de archivos, museos militares, museos de figuras históricas, entre otros.

Museos de historia natural

Son museos para la exposición de temas relacionados con una o varias disciplinas: biología, geología, botánica, zoología, paleontología, ecología.

Museos arqueológicos

Dedicados a la conservación y puesta en valor de las manifestaciones culturales que testimonian la existencia de sociedades pasadas y presentes. Incluye a los museos de arqueología que se distinguen por el hecho de que sus colecciones provienen de excavaciones; a los de etnología y etnografía que exponen materiales sobre la cultura, las estructuras sociales, las creencias, las costumbres y las tradiciones de los pueblos indígenas y grupos étnicos a partir de la visión de los profesionales que ahí laboran.

Los Museos en el Ecuador

Los museos en el Ecuador son muy jóvenes, nacieron todos en este presente siglo XX. De acuerdo a los datos consignados por la ASEM PNUD, en 1981 [a] en el Ecuador se detectaron 127 museos. El ICOM Ecuador, en 1989, hizo un recuento de 119 museos existentes, de los cuales un total de 64 estaban abiertos al público y funcionando.

En 1996, surgió el proyecto de realizar un relevamiento en forma sectorizada de los museos del país. La Dirección de Patrimonio Cultural del Distrito Metropolitano de Quito, lo ejecutó en la Provincia de Pichincha, el ICOM Ecuador en las Provincias del Norte de la Sierra, los Museos del Banco Central de Guayaquil en las Provincias de la Costa, la Fundación Sociocultural, de Cuenca, acerca de los museos existentes en las Provincias del Austro del País.

(a) Diagnóstico de los Museos del Ecuador, ASEM – PNUD, Alfonso Ortíz Crespo, Monica Aparicio, Quito, 1981.

Los museos con mayor presencia, que han mantenido hegemonía nacional, aunque en los últimos años con muchos tropiezos, son los museos del Banco Central del Ecuador. [b] A ellos se debe la adquisición de valiosas colecciones arqueológicas y de arte, que en los años 50, 60 y 70 hubieran salido ilegalmente del país; la mayor parte de investigaciones arqueológicas que se realizaron en el Ecuador, restauraciones de edificios tradicionales para dedicarlos a museos y muchos proyectos más, que desgraciadamente en el presente no continúan y no se ha encontrado todavía otra institución que tome el liderazgo en estos campos.

En esta época de globalización de mercados, en el Ecuador, no se ha llegado a entender aún que la cultura deberá ser un eje dominante en la economía, necesitamos reconocer nuestro patrimonio cultural, nuestra cultura híbrida, de muchas raíces valiosas, nuestras escuelas, colegios y universidades, nuestros museos, como un factor determinante en el desarrollo del país. Los museos nos dan el respaldo necesario para mirar y apoderarnos, estudiar y valorar la identidad de sentirnos ecuatorianos, que tanto necesitamos.

Los museos nos dan una idea concreta y palpable de nuestra historia, nuestros antepasados, quiénes fueron y quiénes somos nosotros ahora. En el Ecuador, los museos deberán encontrar y resaltar espacios comunes, nexos entre las diferentes regiones, y las diversas culturas prehispánicas que habitaron estas tierras, y los actuales pobladores, los mismos que servirán para unificar el país, sin que surjan tantos regionalismos mal llevados, que nos minan desde adentro.” (2009) [On-Line] disponible en:

<http://www.dimensionantropologica.inah.gob.mx/index.php?sIdArt=111&cVol=&cTipo=1&cFlag=1&identi=50&infocad=&nAutor=ASTUDILLO%20LOOR.%20LUCIA>

Como se puede notar ha existido una preocupación constante de varias instituciones públicas y privadas por conocer la realidad de los museos ecuatorianos. Desgraciadamente todos los originales de los datos de 1996 fueron consignados al Ministerio de Turismo en Quito, con miras a una eventual publicación, pero, debido a los cambios de gobierno ocurridos en los últimos años, éstos se han extraviado.

(b) Museo de los Metales, Fundación Equinoccial de Cuenca, Lucia Astudillo.

Historia del Colegio Militar Eloy Alfaro

Toda la información referente a la Historia del “Colegio Militar Eloy Alfaro”, cuyo nombre actualmente fue cambiado a “Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro”, fue proporcionada por el Departamento de Relaciones Públicas del Colegio, previa Autorización del Señor Coronel Mauricio Alegría S. – Rector de la Institución.

108 AÑOS DE GLORIAS

En el resurgir de un nuevo sol, cuando en la América joven, se apagaba la luz centellante de la América joven y el sueño del libertador se desvanecía como la bruma en una mañana de páramo, aparecía una nueva ilusión que surgía de las entrañas del gran Pichincha y poco a poco tomaba forma el cuerpo de una nueva república: el Ecuador.

Es aquí cuando en los albores de nuestra vida republicana, surge del visionario, Vicente Rocafuerte, la importancia de tener en Quito y el país un establecimiento en el que se eduquen jóvenes de familias decentes para servir a los cuerpos del ejército. El mismo que comenzará a funcionar a partir del 7 de julio de 1938, a fin de contar con unas Fuerzas Armadas que a decir de Rocafuerte "constituyen un elemento indispensable a todo gobierno para su defensa exterior y seguridad interior.

Los mismos que se convierten en instrumentos de tiranía cuando no están dirigidas por la moral, el saber y el patriotismo, donde todo verdadero progreso de libertad presupone otro igual que el cultivo del entendimiento, el desarrollo de las facultades y ser libres adquiriendo instrucción.

Estos principios apenas comenzaban a madurar entre los privilegiados cadetes cuando fueron interrumpidos prematuramente por la clausura temporal ordenada por Juan José Flores el 10 de abril de 1845. Una de las tantas pausas que sufriría el establecimiento fruto de la incomprensión y el remolino de las pasiones sin sentido de una borrasca vida política.

Gabriel García Moreno, creyó conveniente recuperar las iniciativas de Rocafuerte y revitalizar la formación del soldado, mediante la preparación militar permanente

para lo cual dispuso el funcionamiento del colegio militar, dedicado principalmente a estudiar el arte de la guerra.

Siete años de funcionamiento darían como fruto la graduación de 225 alumnos hasta febrero de 1876, en que Antonio Borrero decreta su cierre formal, restableciéndose en 1888, de la mano de Antonio Flores Jijón hasta su clausura en 1892.

Paradójicamente la vida del colegio siempre estuvo ligada a la accidentada vida política de la nación, ya que volvería a cerrarse nuevamente y no es sino hasta el **11 de diciembre de 1899**, en que la educación militar ya no podía seguir siendo un asunto coyuntural, sino una obligación social, así lo entendieron los gobiernos y políticos progresistas sobre todo el Gral. Eloy Alfaro, cuya profunda y permanente preocupación hizo impostergable e imprescindible la existencia concreta y definitiva del Colegio Militar Eloy Alfaro, que como ave fénix renace venciendo al tiempo y proyectando el espíritu y pensamiento de Alfaro firmemente hacia el infinito.

En 1937, otro presidente Federico Páez decide adquirir la quinta La Pradera, a las afueras de Quito para edificar las instalaciones propias, las cuales hoy son Patrimonio de la ciudad. Fue Páez, quien otorga al instituto el nombre de "Eloy Alfaro"

Gráfico N° 3: Escudo del Colegio Militar de 1941



Fuente: Recolección de datos COMIL

En 1970 el Doctor José María Velasco Ibarra, en uso de sus atribuciones como Presidente de la República del Ecuador, considerando la necesidad primordial de la formación y preparación de oficiales del Ejército ecuatoriano, mediante decreto 578, eleva a nuestro colegio a la categoría de Escuela Superior Militar Eloy Alfaro, ESCOMIL.

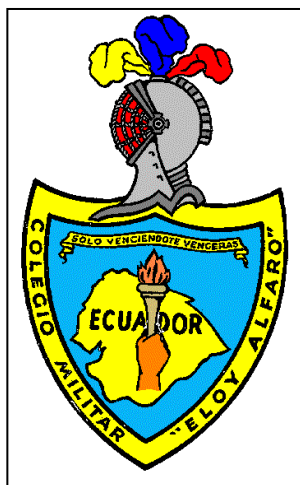
Durante 11 años funcionaría como Escuela Superior y Colegio Militar, hasta que el 4 de octubre de 1982 se produce su separación. Cada uno creado con una misión específica: el Colegio dedicado a la formación de bachilleres de la República y la Escuela a formar los futuros oficiales de la Fuerza Terrestre. En julio de 1996, el Ministerio de Educación y Cultura (MEC) le otorgó al establecimiento la categoría de Experimental; concediéndole flexibilidad en su currículo: planes, programas y ciclos de estudio.

Desde ese mismo año, entraron en funcionamiento las secciones pre-básica, básica y bachillerato. Largo, difícil y fructífero ha sido el camino que el colegio ha tenido que recorrer, pues son más de 100 años dedicados a formar hombres y mujeres de bien, haciendo énfasis en su impronta espiritual, de "Solo vencióndote vencerás" y guiados por los principios de "Honor, disciplina y lealtad".

Símbolos del Colegio Militar Eloy Alfaro

Significado del Escudo de Armas del “COMIL”

Gráfico N° 4: Escudo actual del “COMIL”



Fuente: Recolección de datos COMIL

El Escudo de la Escuela Superior Militar "Eloy Alfaro", en su estructura, colores y significado es compartido por el Colegio Militar en razón de la irrefutable tradición, afinidad y correspondencia de objetivos; pues, el Colegio Militar "Eloy Alfaro" se esmera por formar Bachilleres cuya vocación esté por la carrera de las armas, constituyéndose en el principal semillero de los futuros oficiales de la Patria.

Así, sobre un azul cielo patrio, límpido, sereno y optimista, como los grandes ideales de la Nación de Siempre, se recorta, cubierta, la silueta de nuestro Ecuador, irrenunciablemente **¡Amazónico!**, y es, de entre las entrañas históricas del territorio nacional, donde brota el puño digno, firme, responsable y leal de la juventud ecuatoriana y, a expensas de esa fuerza noble y futura, nace la antorcha de la verdad, de la ciencia y de la cultura; cuya luz ampara y guía la mente, el cuerpo y el espíritu de nuestros Cadetes.

El lema: **"SOLO VENCIENDOTE VENCERAS"**, reafirma la voluntad indeclinable de asumir las tareas con responsabilidad y renunciación de favor de un futuro nacional: justo, libre y dignificante. Limita al Escudo una franja donde se lee el nombre del Plantel con la responsabilidad que implica la presencia histórica del Prohombre de la Patria: el Sr. Gral. Don Eloy Alfaro. En su parte superior, remata el Escudo en una celada de plata con penachos de plumas, en donde se enarbolan, soberano, los colores de la Bandera Patria.

Significado de la Bandera del “COMIL”

Cuadro N° 6: Bandera del Colegio Militar “Eloy Alfaro”



Fuente: Recolección de datos COMIL

El oro y negro, colores Símbolo perpetuos del Colegio Militar "Eloy Alfaro" se glorían de su vigencia. El Amarillo representa a la constancia, la luminosidad y la riqueza de espíritu del Cadete; mientras el negro simboliza lo sobrio, lo definido y lo modesto en las acciones que le corresponda, ahora, asumir como Cadete y, mañana como ciudadano íntegro y profesional.

Himno al Cadete del “COMIL”

Se adelanta orgulloso el Cadete
siempre listo a morir o a triunfar
y al forjar tradiciones de gloria
es ejemplo de honor militar!

En la ciencia templamos las armas
que deciden la lucha mental
y en la fuerte armonía del cuerpo
compendiamos el griego ideal.

El Colegio es emblema de triunfos,
de la gran democrática fe,
y por eso sus pechos entonan
este canto de amor a la ley.

Orgullosos así sostendremos
que amazónico es el Ecuador
y en jornadas heroicas daremos
a la Patria un futuro mejor.

Museo de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro

Las centenarias instalaciones del Colegio Militar "Eloy Alfaro" y Unidad Educativa Experimental (COMIL), alberga anécdotas, leyendas y vestigios que datan de la época colonial. En 1999, las autoridades directivas del plantel, concibieron la idea de crear un museo histórico que recoja varias facetas de la identidad nacional del Ecuador: arqueología, flora y fauna de las regiones: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular. Así como la memoria militar de héroes que protagonizaron hechos libertarios.

De esta forma nació el Centro Cultural del COMIL con el afán de servir al público en general, particularmente a los estudiantes difundiendo de forma didáctica la historia de nuestros ancestros, próceres y héroes.

El Centro comprende siete salas de exposición permanentes y una temporal: Colección de Arqueología Gral. Rumiñahui; Biodiversidad de Galápagos y Litoral; Biodiversidad de la Sierra y Amazonía; Sala del Cenepa; Temples de los Héroes; Parque Geodésico y otra con elementos históricos del Colegio.

En el museo de Ciencias Naturales (biodiversidad de las regiones) existen alrededor de 100 especies animales autóctonas taxidermisadas, es decir disecadas. Mientras que en la muestra de historia aborígen, sustentada en restos arqueológicos existen 600 piezas en exhibición -reconstruidas- que pertenecen a varias culturas del país.

Infraestructura del Museo de la UEM Eloy Alfaro.

Área de Intervención: Cultural, de difusión, pedagógica y de puesta en valor de los bienes museables Histórico Militares, Bélicos, Emblemáticos, Simbólicos, Pictóricos, Arqueológicos, Ecológicos, Mitológicos y Naturales.

El Colegio Militar Eloy Alfaro es una Institución Educativa de formación integral, de ciento ocho años de existencia; a lo largo de esta prolongada trayectoria en la formación de juventudes, ha ido acumulando una serie de experiencias y conocimientos que han incidido positivamente en la formación académica y humanística de la juventud, las mismas que son compartidas con la sociedad en general a través de la actividad de difusión cultural que viene realizando el Museo y Temples de los Héroes.

La existencia del Museo y Temples de los Héroes del Colegio Militar Eloy Alfaro, esta regida por la Ley de Patrimonio Cultural: decreto 2600 del 9 de junio de 1978 éste Centro Cultural, fue creado con la finalidad de exhibir y promocionar los bienes históricos que reposan en sus instalaciones por más de una centuria.

Gráfico No. 6: Cuadro del General “Eloy Alfaro”.



Fuente: www.comil.edu.ec

La figura del General José Eloy Alfaro Delgado, patrono de esta institución educativa, adquiere gran relevancia; la misma que esta manifestada en la sala "ELOY ALFARO Y SU TIEMPO", colección compuesta por 160 fotografías de su infancia, juventud, vida política, vida familiar, obras, muerte e influencia hasta los tiempos actuales.

Gráfico No. 7: Templete de los Héroes del COMIL.



Fuente: www.comil.edu.ec

El Templete de los Héroes es una edificación de estilo neoclásico en la que se exhiben 204 fusiles, 131 municiones antiguas, 42 ametralladoras; además de: revólveres, torpedos, cañones, morteros, rockets, uniformes, banderas, condecoraciones, medallas, así como libros y documentos con rúbrica original de sus protagonistas.

Gráfico No. 8: Sala del CENEPa, parte del museo del COMIL.



Fuente: www.comil.edu.ec

En la Sala Cenepa se ha construido un diorama explicativo sobre el hito histórico del "Alto Cenepa" ocurrido en el primer trimestre de 1995, en donde se puede observar la vegetación y las especies animales del bosque húmedo tropical, ambientación con sonidos propios del lugar; así como también armas, municiones, uniformes, mapas y otros objetos recogidos en los campos del Cenepa.

Gráfico No. 9: Sala de arqueología del museo del COMIL



Fuente: www.comil.edu.ec

La sección arqueológica esta conformada por una colección de 600 piezas, debidamente seleccionadas y autenticadas, con una descripción histórica de las culturas que vivieron en el Ecuador a partir de Valdivia hasta la llegada de los Incas.

Elementos del Museo del Colegio Militar Eloy Alfaro

El Museo del Colegio Militar Eloy Alfaro posee un variado y rico fondo pictórico y fotográfico, compuesto por más de 60 óleos originales de pintores connotados como: Rafael Salas, Antonio Salas, Marco Salas Yépez, C. A. Villacrés, de la Escuela de Bellas Artes, de N. Cadena, entre otros.

Todos estos bienes se encuentran seleccionados y debidamente distribuidos en 11 salas y pabellones, se exhiben además dioramas que representan las 4 Regiones Geográficas del Ecuador, ambientadas con el ecosistema propio de cada lugar.

Este Museo posee no solamente especies de animales propios de esta parte de América, sino de otros continentes, que fueron parte del zoológico que funcionó en este inmueble, hasta hace tres décadas.

Función del Museo del Colegio Militar Eloy Alfaro

La función del museo es brindar servicio de la juventud como un recurso didáctico que contribuya a su formación y engrandezca sus valores individuales. Esta iniciativa surgió ante la necesidad de cumplir con la vocación de servicio que tiene la fuerza terrestre.

Es decir, incentivar a la comunidad ecuatoriana el valor por la riqueza cultural y la biodiversidad con la que cuenta el país, generando así su conservación mediante el conocimiento práctico.

Análisis Cualitativo

Técnicas de Investigación.

La aplicación de las técnicas de investigación como las entrevistas y encuestas, permiten obtener información que facilita el correcto desarrollo del proyecto, también se logra obtener los beneficios y desventajas de la creación del mismo.

Entrevistas Testimoniales.

Ficha Técnica de la Primera Entrevista.

Gráfico No. 10: Dra. Patricia Villagomez.



Fuente: Banco de Imágenes Darwin Lima B.

Entrevista realizada a la **DRA. PATRICIA VILLAGOMEZ, Directora del Museo y Templo de los Héroes**, de la Unidad Educativa Militar “Eloy Alfaro”, experta en museología y responsable del Patrimonio de la Institución.

Tema: “Propuesta Virtual Multimedia Para la Difusión de los Museos de las Fuerzas Armadas de la Ciudad de Quito”.

Objetivos:

- Conocer la función del museo de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro en la actualidad.
- Definir el público objetivo que menos visitan los museos.
- Acertada difusión o promoción del museo por internet y en las redes sociales.

Temática:

Aplicación de las nuevas tecnologías como medio de difusión de lo que existe en los museos.

Fecha: 17 de Febrero del 2012.

Depósito de Preguntas

1. ¿Cuál es la situación actual que atraviesa el museo?

Actualmente el museo se encuentra en constante mantenimiento por la cantidad de elementos que forman parte del mismo y también porque es uno de los emblemas que tiene el colegio desde hace casi 100 años por toda la riqueza histórica que posee.

2. ¿Qué medios utilizan para dar a conocer el museo?

Se envía cartas y oficios a los Directores de los diferentes colegios y escuelas de la ciudad invitándoles para que vengan a conocer el museo.

3. ¿Cuáles son los que más visitan el museo?

En realidad vienen de todo tipo y dependiendo del tiempo, pero los que más vienen son de colegios privados porque muchos de ellos cuentan con transporte que les da el colegio mismo, lo cuál es más difícil para colegios públicos por razones económicas.

4. ¿Conoce usted acerca de las visitas o museos virtuales a través del Internet?

Si tengo conocimiento mucho más ahora que todo es por computadoras y el uso del Internet como ayuda en la búsqueda de información.

5. ¿Considera importante crear un museo virtual para el museo del COMIL?

Me parece muy importante e interesante que se haga un museo virtual porque nos ayuda que más personas se informen y conozcan la historia que tiene el museo y deseen venir a visitarnos.

Conclusión y Recomendación de la Primera Entrevista

Una vez realizada la entrevista a la Dra. Patricia Villagomez, se puede concluir que la forma de difusión o promoción que realizan es a través de cartas a colegios privados por la facilidad de poseer transporte, dejando que sean los mismos estudiantes difundan los emblemas patrios que poseen en el museo, es debido a este problema que muy pocas personas conocen la existencia del mismo, además de poseer una página web del colegio, este no tiene el camino gráfico adecuado que permita informarse del museo, pero también se puede observar una gran apertura por crear una nueva propuesta virtual multimedia que permita a la comunidad conocer y deseen visitar el museo.

Por lo tanto, se recomienda en conjunto con las autoridades y el permiso respectivo de la Institución Militar, crear nuevos soportes gráficos digitales e impresos de manera que permita informar de una forma directa e interactiva las riquezas históricas que posee el centro cultural y museo que tiene la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro.

Ficha Técnica de la Segunda Entrevista

Cuadro No. 14: Sr. Andrés Palma – Experto en Museología.



Fuente: Banco Imágenes Darwin Lima Bastidas.

Entrevista realizada al **SR. ANDRÉS PALMA**, experto en Museología con una experiencia de 10 años trabajando en los patrimonios y museos de la ciudad de Quito. Actualmente desempeña los siguiente cargos:

- **Responsable del Proyecto SIMMYCC “Sistema Metropolitano de Museos y Centros Culturales” de Quito.**
- **Responsable Museología y Públicos de la Fundación Museos de la Ciudad.**

Tema: “Propuesta Virtual Multimedia Para la Difusión de los Museos de las Fuerzas Armadas de la Ciudad de Quito”.

Objetivos:

- Conocer la función de los museos en la actualidad.
- Definir el publico objetivo que menos visitan los museos.
- Acertada difusión o promoción de los museos por internet y en las redes sociales.

Temática:

Aplicación de las nuevas tecnologías como medio de difusión de lo que existe en los museos.

Fecha: 12 de Febrero del 2012.

Depósito de Preguntas

1.- ¿Qué función cumplen actualmente los museos.?

La función que cumplen, la función que deberían cumplir no solamente en el Ecuador sino a nivel regional y mundial. La función que tradicionalmente han cumplido es la de ser custodios de objetos, es decir, la finalidad central de los museos tradicionalmente es la de guardar objetos.

La finalidad actual de los museos debería ser la de trabajar en la construcción de nuevos significados desde el visitante, la finalidad no es custodiar un objeto, estudiarlo, multiplicarlo, analizarlo en un medio para que la personas que lo visiten construyan un significado a partir de eso objetos para empezar, luego construyan significados más vitales. Es decir, un objeto es una colección de un museo, me sirve solamente para conocer historia o no solamente para conocer arte o ciencia o medio ambiente.

Sirve en el fondo y esa es la finalidad interior, creo que esa es la razón de ser de los museos y espacio culturales en la actualidad, sirve para desarrollar actividades que nos permitan involucrarnos de manera más creativa, debemos estar equipados en la sociedad por ejemplo: aprender a comunicarnos, por ejemplo: aprender a resolver problemas cotidianos que se encuentra en el día a día por ejemplo desarrollar habilidades sociales que tal vez en la escuela, colegio e inclusive en la familia no desarrollan por principios.

Los Museos son espacio idealmente libres en dónde uno se acerca aprender libre y voluntariamente y son espacios que tienen una gran riqueza porque uno no le rinde cuentas al museo de cuánto aprendió como es el caso de la escuela, uno en el fondo le rinde cuentas a uno mismo. Está comprobado que lugares donde hay museos generan mejores condiciones y calidad de vida para sus visitantes a lo largo de varios años.

Entonces esa es la verdadera finalidad, estamos dando un salto de los museos que han estado centrado en la colecciones y los contenidos, y los otros que están centrados en la gente y el desarrollo de habilidades de pensamiento a partir de lo que esas personas requieren y necesitan en el día a día.

Para mucha gente todavía es complicado el ver que haya una relación de lo que los museos ofrecen, “de que me vaya mal con mi novia, que no tenga trabajo o que tenga problemas en el trabajo o que me vaya mal con los estudios.” Los museos están realmente para eso, para respaldar la información de otro tipo de habilidades, no son necesariamente los de contenidos declarativos, los museos están empezando a trabajar en un concepto más amplio de competencia no solamente hablamos de conocimiento sino también de habilidad y actitud.

2.- ¿Cómo influyen las nuevas tecnologías en los museos?

Haber, yo diría que cada vez más fuertemente, hace unos años nuestro museo apenas tenía dirección de correo electrónico, yo recuerdo cuando entré a trabajar en el museo de la ciudad la manera más efectiva de comunicarse era la enviar fax, después crear bases de datos, luego enviar correos electrónicos, sin embargo seguía siendo una comunicación de una sola vía: el museo convoca, el museo invita.

Empezó a fortalecerse esto de responder a correos electrónicos, empezamos a trabajar con el concepto de páginas web que ciertamente por lo menos para los museos de la fundación han sido un proceso lento, un proceso largo, y a partir de generar páginas web empezamos a adquirirnos a las nuevas tecnologías: la Web 2.0, a tener espacios en Facebook, Twitter, así mismo tener más interactividad en nuestros sitios, implementar espacios de recepción de opiniones, blogs, generar foros, comentarios, ofrecer documentos virtuales, ofrecer recorridos virtuales por las salas.

Es realmente un ámbito bastante nuevo, quiénes hacemos museos estamos aún enterándonos y capacitándonos con lo que tiene que ver con cuál son las potencialidades de esto, porque sabemos, yo tengo un dato hace años si no estoy mal hace más de 8 años el porcentaje de gente que tenía acceso a internet era muy bajo, sé que ese porcentaje cada año crece pero no era muy alto.

A los museos nos interesa en particular aprovechar estas tecnologías por un segmento en especial, que es de los jóvenes adolescentes y universitarios, porque los niños de todas maneras vienen, los niños vienen llegan y es nuestra responsabilidad que cuando vengan – regresen, se encuentren una experiencia que realmente valga la pena y vuelvan. Pero los estudiantes secundarios o los universitarios no vienen tanto como nosotros quisiéramos, es decir, pueden venir en grupos organizados a partir de sus propias instituciones universitarias, pero deberían venir más por cuenta propia.

Entonces cuál es la herramienta.?, cuál es el camino para llegar a ellos?: las redes sociales, las páginas que ofrecemos en nuestros sitios web hemos desarrollado por lo menos en los museos de la fundación varios componentes multimedios interactivos, tan no necesariamente en los espacios de internet, sino discos que presentamos, animaciones en 2D y en 3D, a partir de nuestros proyectos temporales y permanentes, entonces de verdad todavía estamos averiguando hasta dónde podemos llegar con esta nueva herramienta, pero lo que si sabemos es que es fundamental.

3.- ¿Cree Usted, que el uso del Internet es una buena herramienta para dar a conocer los museos de Quito?

Claro, no solamente buena, sino imprescindible.

Ahora si hay algunas notas conceptuales que hay que considerar alrededor no, porque si los museos trabajan con objetos, necesitamos que para que una persona viva una experiencia del museo, entre en un ambiente que sea idealmente suscitador, retonador, provocador y se encuentre con objetos a partir de interacción con esos objetos y con otras personas desarrolle, cree, construya nuevos significados, nuevas percepciones, nuevos conocimientos, habilidades y aptitudes.

Yo todavía cuestiono un poco un tanto el hecho de porque una persona entra a una página de un museo y hace una visita virtual, haya vivido la experiencia de un museo, yo creo que no, creo que la riqueza de un museo, comparado con un libro de texto, con una clase formal, es que se pueda entrar en contacto directamente con espacios, con ambientes, con personas, con lugares que de una manera más vivencial puedan generar en mí otras expectativas, otras curiosidades, otros afectos hacia el patrimonio, hacia la ciencia, hacia el arte y la historia.

Entonces eso estamos ponderándolo todavía, sigo considerando que las herramientas de convocatoria a nivel virtual son buenas porque suscitan interés en visitar el espacio y visitar el espacio suscita el interés desarrolla aspectos positivos idealmente sobre temas que le compete al enriquecimiento personal de cada uno.

Por otro lado también tenemos presente que no todas las personas tienen acceso a estos espacios, por mucho que esto siga creciendo pero necesitamos que la cobertura sea mayor.

Ahora mismo tenemos un proyecto en el sistema metropolitano en donde varios espacios paulatinamente van a empezar a contar con redes inalámbricas gratuitas en la que se pueda entrar con el teléfono, con el computador y en otros espacios se tengan acceso a internet.

Vi un recurso interesante que se aplica en algunas disposiciones y es el de que se crean puntos de consulta, básicamente un terminal de computador con acceso a internet, entonces sobre el tema que estamos tratando si usted tiene una pregunta nos acerca a ese punto dentro del recorrido de la disposición, hace una pregunta, se ha respondido y cuenta con nueva información para seguir conociendo, preguntando, interpretando lo que está mirando.

Entonces son preguntas y nos hacemos todo el tiempo, hay espacios interesantes que tienen otros museos por ejemplo de juegos, juegos interactivos para niños, juegos didácticos: crean la mascota del museo, crean una interfaz con personajes que yo construyo, me envían a mi correo electrónico el personaje, la historia que yo viví, el personaje que yo construí, imprima esto, vaya al museo, en donde se va a encontrar pistas acerca del juego en fin, o sea creo yo que ahí si emites la creatividad, pero sabemos que el Internet es fundamental.

4.- ¿Qué tan favorable es el uso de la Redes Sociales (Facebook, Twitter, etc.) para promocionar los museos?

De acuerdo con nuestra experiencia son muy efectivas, porque los museos cada vez tiene mayores ofertas, es más mayores ofertas dirigidas, como dice **Fernando**, “no todos son para todos”, hay disposiciones que son más dirigidas para ciertos segmentos de públicos y de acuerdo con cierto interés.

Una de las ventajas que nos ha reportado el Facebook, es que cuando se lanza una invitación descrita y dirigida llega a ciertas personas que se identifican con ella y éstas personas la difunden a personas que tienen más o menos el mismo interés que son los de su entorno mas o menos cercano.

Entonces en nuestro caso si ha ocurrido que un evento que es mañana a las 7:00 de la noche hoy por hoy esta vacío, pero lanzamos una convocatoria en Facebook y la velocidad que tiene para llegar a las personas precisas es muy alto, entonces de un día para el otro el evento se llena, es efectivo y es posible porque nos ha ocurrido en los recorridos nocturnos del museo, es verdad que el museo de la ciudad tiene desde hace varios años, entonces desde luego que es muy beneficioso porque empezamos a volver a cada una de las personas usuarios del Facebook, un socio de esta invitación a partir de los intereses que tienen y ellos se encargan solos de difundirla.

Entonces es realmente efectivo, lo mismo con otro segmento de personas, lo mismo con estudiantes, con adolescentes para presentaciones de artes escénicas para exposiciones, entonces es positivo el uso de estas redes.

5.- Para concluir: ¿El uso de las redes sociales es la mejor manera de promocionar tanto un museo como instituciones educativas para atraer gente de manera física.?

Si, yo diría que es la mejor con respecto a tecnología de convocatoria. Para nosotros sigue siendo cada vez una certeza mayor que la mejor manera de contar con gente en un museo es la recomendación.

¡Qué fui a ver la experiencia de Amor Lluchilango al museo de la Ciudad, que fui a ver el efecto Barroco aquí en el Centro de Arte Contemporáneo!, fuiste tú?, no fui, que tal?, a bien, entonces me recomiendas?, Si.

Entonces la gente si se entera por medios visibles, la gente revisa, mira la prensa, escucha la radio, ve televisión y se entera de que yo hoy ya ahora se que tengo unas 5 a 6 exposiciones a los que quisiera ir, así como hay unas 3 o 4 películas que quisiera ir a ver, pero si encuentro una persona que me dice: fuiste a ver esta película, fuiste a tal exposición?, No, que tal?, ve a verle vale la pena. Voy a esa. Entonces eso es altamente recomendable para los museos, es decir, que nos recomienden, pero previo a eso, cómo me entero que eso esta sucediendo.?

Un medio fundamental es el de las redes sociales, los entornos virtuales, las páginas web, la web 2.0, el Twitter, es decir, saberlo es súper bueno. A los museos les da mucha visibilidad el que se sepa que se están haciendo cosas y partir de eso a la gente que va les interese y nos recomiende sigue siendo nuestra herramienta principal de convocatoria.

Conclusión y Recomendación de la Segunda Entrevista

De acuerdo a la entrevista realizada al Sr. **Andrés Palma**, se puede concluir que actualmente los museos son espacios que brindan conocimientos culturales e históricos a la sociedad, pero de igual manera se puede visualizar que existe un gran problema en cuanto a la asistencia de la juventud, por cuánto son éstos los que menos visitas realizan a los museos por voluntad propia, puesto que los niños al estar en centros educativos, el Ministerio de Educación establece una norma que establece a los centros educativos como parte de su educación realizar visitas periódicas a los museos de la ciudad. Mientras que los jóvenes entre los 15 a 24 años casi nunca lo realizan frecuentemente, por eso se recomienda el uso de las nuevas tecnologías como medios alternativos de comunicación masiva por cuanto son muy importantes en la actualidad, ya sea mediante multimedios interactivos a través del internet o la más fuerte herramienta de interacción como es el uso de las redes sociales, un espacio muy utilizado por los museos en la actualidad por el impacto social que genera y en especial la facilidad de informar directamente con la sociedad.

2.1.1.3.- Ficha Técnica de la Tercera Entrevista

Cuadro No. 15: Coronel Miguel Luna – Director Museo Casa de Sucre.



Fuente: Bando de Imágenes Darwin Lima Bastidas.

Entrevista realizada al **Teniente Coronel Miguel Luna**, Experto en Museología, actualmente es el **Director del Museo Casa de Sucre**. Entrevista Autorizada por el Dpto. de Comunicación del Ministerio de Defensa del Ecuador

Tema: “Propuesta Virtual Multimedia Para la Difusión de los Museos de las Fuerzas Armadas de la Ciudad de Quito”.

Objetivos:

- Conocer la función de las Fuerzas Armadas en los museos en la actualidad.
- Definir el público objetivo que menos visitan los museos.
- Acertada difusión o promoción de los museos por internet y en las redes sociales.

Temática:

Aplicación de las nuevas tecnologías como medio de difusión de lo que existe en los museos de las Fuerzas Armadas a través del Ministerio de Defensa.

Fecha: 20 de Junio del 2012.

Depósito de Preguntas

1.- ¿Cuál es la función que tienen las Fuerzas Armadas del Ecuador en los Museos?

La historia de los Museo Militares es una política que ha venido teniendo el Ministerio de Defensa Nacional y las Fuerzas Armadas en cuanto se refiere para mantener la memoria, especialmente los lugares y las personas que vivieron en la Independencia de nuestra Patria y en actos digamos que requieren que se los considere como próceres o como gente que ha tenido vinculación directa con la Independencia, entonces por esa razón nace la idea de conformar los Museos Militares.

Para ello tengo que hacer mención que el General Julio Orellana, es el pionero en la ejecución de los Museos Militares, fue el quien tuvo la idea de la conformación de los Museos Militares, para ello en 1970 prácticamente se hace la adquisición, instalación antigua que es la Casa de Sucre y en ella se organiza el Primer Museo Matriz que es el Museo de la Casa de Sucre. Fue el General Julio Orellana con la Junta de Gobierno quién prácticamente maquinizaron la ejecución de este primer museo militar haciendo la Casa de Sucre como Museo Matriz.

Posteriormente viene la idea de crear otra serie de museos a cargo del Ministerio de Defensa Nacional como es el Museo Templo de la Patria, Casa del Centro Cultural Mariscal Sucre en Chillogallo y la Casa del Tratado de Girón, los mismos que a partir de los años 70 y 80 se los materializa como museos militares.

2.- ¿Las Fuerzas Armadas, cuántos museos manejan en la actualidad?

Fuerzas Armadas dispone una serie de museos militares organizados en cada una de sus Fuerzas..... cada museo depende del Ministerio de Defensa Nacional. Las Fuerzas Armadas a través de las Divisiones de Educación en las Fuerzas en la parte Cultural mantienen una serie de museos que pertenecen a cada una de ellas, entonces El Ejército, La Marina y la Aviación dispone así misma una serie de instalaciones que les permita recordar los hechos históricos y los materiales que les ha servido para dentro de la historia tener una vida real, una vida que les permita saber cuál es su origen y cuál es su identidad de las Fuerzas Armadas a través de la Historia.

3.- ¿Considera que exista algún problema en los aspectos de Comunicación Visual de los Museos de las Fuerzas Armadas?

En cuanto se refiere a Comunicación de los Museos Militares, nosotros tenemos a través de la Dirección de Comunicación Social se maneja una página web para que la gente pueda llegar a los museos militares, el Departamento de Comunicación Social es quién hace la publicidad y publicaciones que disponemos en nuestras fuerzas.

4.- ¿Qué elementos podrían utilizarse a través del Diseño Gráfico para promocionar de una mejor manera los Museos de las Fuerzas Armadas?

En cuanto se refiere a la publicación y los medios de difusión que utilizan en el Ministerio de Defensa Nacional, nosotros tenemos un personal especializado dentro del Departamento de Comunicación Social que son los que realizan los montajes, videos o publicidad de los museos y cuando es necesario podemos ponerlos en práctica a través de su Departamento estamos en la facultad y facilidades para poder realizar cualquier tipo de trabajo.

5.- ¿Han considerado utilizar los Museos de las Fuerzas Armadas a través de las Redes Sociales como medio de difusión?

Ese capitulo no me correspondería a mí dar, sino sería la Directora de Comunicación Social que pueden conversar y ver cuál es la Política que tiene el Gobierno, especialmente en cuanto se refiere a la parte Cultural y Social de los museos e instalaciones que tiene las Fuerzas Armadas y a los respectivos Comandantes de Fuerzas y sobre todo al Comando Conjunto que es el Órgano Rector de todas las dependencias militares.

- Entonces hay un pequeño problema en el sentido que no se ha promocionado adecuadamente?

Puede ser que haya y falte un poquito de promoción, eso tendría que ser estudiado y analizado debidamente por quiénes tienen en sus manos la gestión de Relaciones Públicas y conocimientos de Fuerzas Armadas, es una práctica que debe establecer el Cabil Superior, el Ministerio de Defensa y Comandos de Fuerzas.

6.- ¿Considera importante que a través del Diseño Gráfico y las Nuevas Tecnologías se puedan Promocionar los Museos de las Fuerzas Armadas, como es el caso del Museo del Colegio Militar Eloy Alfaro?

No sólo el museo del COMIL “Eloy Alfaro”, sino todos los museos militares deberían utilizar una nueva metodología, una nueva modernización en su equipamiento y en su presentación a la gente.

Hoy en día las técnicas modernas de museología nos están dando nuevos patrones de funcionamiento de los museos y esto requiere de cierto estudio, de ciertos cambios que nos permita equipararnos con los museos a nivel mundial, nosotros pertenecemos y vemos muy a diario como parte de la Red de Museos del Centro Histórico del Sistema Metropolitano de los Museos.

Tenemos nosotros un contacto permanente y vemos cuales son las condiciones que están desenvolviéndose cada uno de los museos a lo largo de las ciudades y de todo el país. Pensamos que también es necesario que nuestros museos tengan un cambio y dar un mejor servicio a la comunidad.

Los Museos no deben ser solo muestras, sino hoy son más dinámicos, más prácticos, hay medios de difusión, hay medios de comunicación que nos permite llevar más rápido el mensaje que nosotros queremos a los visitantes a través de sistemas modernos más actualizados, sistemas electrónicos como es el touchscreen que permiten una comunicación inmediata y conocimiento inmediato del turista a través de esos sistemas de información.

7.- ¿Cuál considera que sería el problema que no se haya implementado las Nuevas Tecnologías como Internet o Redes Sociales para la Promoción de los Museos?

Si tenemos internet, los museos militares si tienen internet y estamos comunicados, no se puede decir que no se ha hecho nada, si se ha hecho estamos en una página web.

Lo que NO hemos avanzado y no se ha tomado muy en claro son nuevos sistemas modernos y actualización de tecnología de punta.

Pero disponemos de internet que se puede conectar a la página web del Ministerio de Defensa Nacional y encontrar más información allí.

8.- ¿Han considerado afiliarse al Proyecto SIMMYC, que son los que manejan los Museos de Quito?

Es una de las políticas del antiguo Director de Comunicación Social, entrar en este año al Sistema Metropolitano de Museos, desgraciadamente no se lo ha hecho todavía, pero estamos muy a diario recibiendo comunicaciones del Sistema Metropolitano de Museos porque somos parte ejecutiva de la Red de Sistemas de Museos del Centro Histórico.

9.- Finalmente, Usted apoya totalmente que se genere a través de las Nuevas Tecnologías la Difusión correcta de los Museos en Beneficio de toda la Sociedad?

Yo pienso que debemos ser progresistas, tenemos que ser gente que quiera mejorar y que mejor si podemos alcanzar un mayor nivel de tecnología para poder impartir en mejor forma los conocimientos que brindamos en los museos.

Ya que nuestra misión fundamental y el objetivo mismo de los museos militares es constituirnos en unidades didácticas difusoras de la cultura de sí mismo, de nuestra patria. Para qué?. Para lograr alcanzar en nuestra gente el conocimiento de las bases que nos dan la realidad y la identidad de nuestra nación y sobre todo levantar algo que esta perdido, el orgullo de ser Ecuatorianos.

Toda información relacionada a los museos militares posan en la página web del Ministerio de Defensa Nacional en forma resumida.

Conclusión y Recomendación de la Tercera Entrevista.

De acuerdo a la entrevista realizada al **Teniente Coronel Miguel Luna**, se puede concluir que actualmente los museos que pertenecen a las Fuerzas Armadas son administrados directamente por el Ministerio de Defensa Nacional a través de su Departamento de Comunicación Social donde cuentan con profesionales encargados de la publicidad y difusión de los mismos.

Actualmente poseen una página web con información resumida de cada uno de sus museos al igual que el Museo del Colegio Militar Eloy Alfaro, pero la misma no ha sido actualizada de acuerdo a los nuevos soportes tecnológicos por lo que se recomienda utilizar adecuadamente las TIC que permitan la difusión acertada de los servicios y la riqueza histórica que brindan los Museos Militares en cada una de sus Instalaciones.

Cálculo de la Muestra

Antes de realizar la encuesta se procede a realizar el cálculo de la muestra que para la misma se realizó en base al grupo objetivo que no visita los museos y de acuerdo a la entrevista éstos son los jóvenes que van desde los 15 hasta los 24 años de edad.

Basados en la encuesta realizada por el **INEC** durante el **CENSO 2010**, la población del Cantón Quito con acceso a Internet en el área urbana es de **92.862** Habitantes, comprendidos en el grupo desde los 15 hasta los 24 años de edad.

Fórmula:

$$n = \frac{N * \theta^2 * Z^2}{(N-1) E^2 + \theta^2 * Z^2}$$

Datos:

$$N = 99.862$$

$$Z = 1,96 \text{ (95\%)}$$

$$\Theta = 0,5$$

$$E = 5\% = 0,05$$

$$n = \frac{(99862) (0,5)^2 (1,96)^2}{(99862 - 1) (0,05)^2 + (0,5)^2 (1,96)^2}$$

$$n = \frac{95867,52}{250,61}$$

$$n = 383 \text{ (Tamaño de la muestra)}$$

Muestreo Aleatorio Estratificado

Para este caso se escoge la población o tamaño de la muestra obtenido con la fórmula anterior, se procede a dividirla en estratos o sectores y se escoge aleatoriamente un número de individuos de cada estrato proporcional al número de componentes de cada estrato o sector seleccionado.

Dividimos en los 5 sectores representativos del cantón Quito que son:

A1=Norte

A2=Sur

A3=Centro

A4=Valle1 (Cumbaya)

A5=Valle2. (Tumbaco)

El Número de personas a encuestar es de 50.

Datos:

N = 383

$$\text{Fórmula: } \frac{383}{5} = 76,6$$

$$\frac{50}{383}$$

$$\frac{A1}{76,6}$$

$$3830 = A1 (383)$$

$$A1 (383) = 3830;$$

$$A1 = 3830 / 383;$$

$$A1 = 10. (10 \times 5 = 50 \text{ Encuestas}).$$

Ficha Técnica de la Encuesta

Tema de Investigación

La presente investigación realiza con el fin de determinar el nivel de aceptación de un proyecto para la aplicación de una alternativa multimedia en la creación de una “Propuesta Virtual Multimedia para la Difusión de Museos de las Fuerzas Armadas de la Ciudad de Quito”.

Objetivos de la Investigación

- Valorar la existencia de un producto multimedia para el Museo del Colegio Militar “Eloy Alfaro” de Quito.
- Identificar el nivel de aceptación de la propuesta virtual multimedia como medio de información o guía referencial para el Museo del Colegio Militar “Eloy Alfaro” de Quito.
- Determinar las necesidades de los encuestados para la elaboración de los contenidos informativos que contendrá la propuesta gráfico visual del Museo del Colegio Militar Eloy Alfaro de Quito.

Marque con una X

Depósito de Preguntas

1. ¿Qué actividad de las enumeradas a continuación le atrae o disfruta más?

Navegar en Internet	_____
Visitar un Museo	_____
Redes Sociales (Facebook, etc.)	_____
Leer una Revista	_____
Ir al Teatro	_____

2.- ¿Últimamente usted ha visitado algún museo de la ciudad de Quito? Si su respuesta es NO, por favor continuar a la pregunta # 6.

SI () NO ()

3.- ¿Qué museos de la ciudad de Quito, usted conoce?

4.- ¿Con qué frecuencia usted visita los museos de la ciudad de Quito?

1 vez al año () 2 a 5 veces al año () más de 5 veces al año ()

5.- ¿Qué es lo que más la atrae de la experiencia de ir al museo?

La ambientación	_____
El carácter educativo	_____
Las obras de arte	_____
Otros	_____

6.- ¿Qué factores inciden para que usted no visite los museos de la ciudad de Quito?

Información o Promoción	_____
Su ubicación	_____
Los contenidos	_____
Valor de entradas y horarios	_____
Otros	_____

7.- ¿Con qué medio publicitario usted se identifica más? ¿Por qué?

Internet	_____
CD - Interactivo	_____
Afiches	_____
Trípticos	_____
Revistas o folletos	_____

¿Por qué?

8.- ¿Conoce usted algún medio impreso o página web en internet, que ofrezca información del contenido que poseen los museos en la ciudad de Quito?

SI ()

NO ()

¿Cuál? _____

9.- ¿En una escala del 1 al 5 (siendo 1 muy mala y 5 excelente) como califica la iniciativa de crear un proyecto como medio de difusión que le permita informarse acerca del contenido que tiene uno de los museos de la ciudad de Quito.?

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

**10.- ¿Cuál de los siguientes sitios o redes sociales usted visita frecuentemente?
¿Por qué?**

Facebook _____

Twitter _____

Google + _____

¿Por qué? _____

Justificación de Cada Pregunta

1. ¿Qué actividad de las enumeradas a continuación le atrae o disfruta más? (SIGUE PREGUNTA 2)

Es realizada para verificar el nivel de aceptación que tiene el museo comparado con actividades ilustrativas similares para conocer las preferencias de entretenimiento cultural de los encuestados hacia una actividad como visitar los museos de la ciudad de Quito.

2. ¿Últimamente usted ha visitado algún museo de la ciudad de Quito? (SI) (SIGUE PREGUNTA 3) (NO) (SIGUE PREGUNTA 6)

Trabaja como filtro, el cuál permite por una parte catalogar al encuestado como potencial usuario de nuestro servicio y por otra la importancia de su participación en la credibilidad y sustentación de la investigación y del producto, funciona también para determinar la viabilidad del proyecto y el nivel de aceptación del producto a realizar.

3. ¿Qué museos de la ciudad de Quito conoce? (SIGUE PREGUNTA 4)

Su función es filtrar una posible respuesta comprometida en la pregunta 2 y la otra es catalogar los principales museos de la ciudad de Quito a través del Top Mind, lo cuál permitirá enfocar la calidad de información, su distribución y el diseño que va a incorporar el producto gráfico visual.

4.- ¿Con qué frecuencia usted visita los museos de la ciudad de Quito? (SIGUE PREGUNTA 5)

Establece parámetros de frecuencia del promedio de habitantes que visita los museos de la ciudad de Quito, sus resultados permiten acertar aspectos de percepción que permitirá validar los resultados como datos auténticos aplicables en el desarrollo de la investigación.

5. ¿Qué es lo que más le atrae de la experiencia de ir a un museo? (SIGUE PREGUNTA 6)

Los datos facilitan el enfoque del producto gráfico visual, asienten las características más atractivas que tienen los museos, y eso es aplicable al medio visual tanto en su tratamiento conceptual como estético, además permitirá crear aportes creativos para el desarrollo del producto.

6. ¿Que factores inciden para que usted no visite los museos de la ciudad de Quito? (SIGUE PREGUNTA 7)

El concepto es fortalecer la investigación al evidenciar que hay carencias informativas que prestan los museos, demostrar la necesidad de un medio que sirva de guía referencial sobre uno de los museos de la ciudad de Quito, que tenga funciones informativas así como de agenda, y establecer los puntos más sensibles que inciden a que la gente no acuda a estos establecimientos.

7. ¿Con que medio publicitario usted se identifica más? ¿Por qué? (SIGUE PREGUNTA 8)

Permite hacer un estudio sobre cuales son los medios con los que la gente interactúa más, el medio principal y en caso de necesitarlo un medio alternativo de soporte para el principal, conocer cuál es la percepción tecnológica a través de la pregunta abierta, si tienen acceso al Internet o si se familiarizan más con otro medio multimedia que no sea una página web, incluso si son virtuales usuarios de el producto que se va a desarrollar.

8. ¿Conoce usted algún impreso o página web en internet, que ofrezca información del contenido que poseen los museos de la ciudad de Quito? ¿Cuál? (SIGUE PREGUNTA 9)

El objeto es validar y fortalecer tanto la investigación como el producto, al constatar una necesidad real sobre la carencia de un medio que facilite esta información para el usuario local como extranjero, así como a instituciones educativas, es crear sobre la necesidad un medio funcional, atractivo y dinámico que sustentado con la investigación aplique su potencialidad en un producto útil para la sociedad.

9.- En una escala del 1 al 5 (siendo 1 muy mala y 5 excelente) ¿Cómo califica la iniciativa de crear un proyecto como medio de difusión que le permita informarse acerca del contenido que tiene uno de los museos de la ciudad de Quito.? (SIGUE DATOS DE CLASIFICACIÓN)

1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____ 5 ____

Se necesita exteriorizar la aprobación y criterio del encuestado para que el trabajo investigativo obtenga un valor más representativo y determinante para la creación del producto, esta valoración determinará la viabilidad del proyecto y su ejecución.

10.- ¿Cuál de los siguientes sitios o redes sociales usted visita frecuentemente? ¿Por qué?

Facebook _____

Twitter _____

Google + _____

La finalidad es legitimar el interés potencial del usuario creando una base de datos real, que sirva para fines comerciales, informativos y promocionales a través de las redes sociales como medio de difusión masiva y directa.

Tabulación de las Encuestas.

1.-¿Qué actividad de las enumeradas a continuación le atrae o disfruta más?

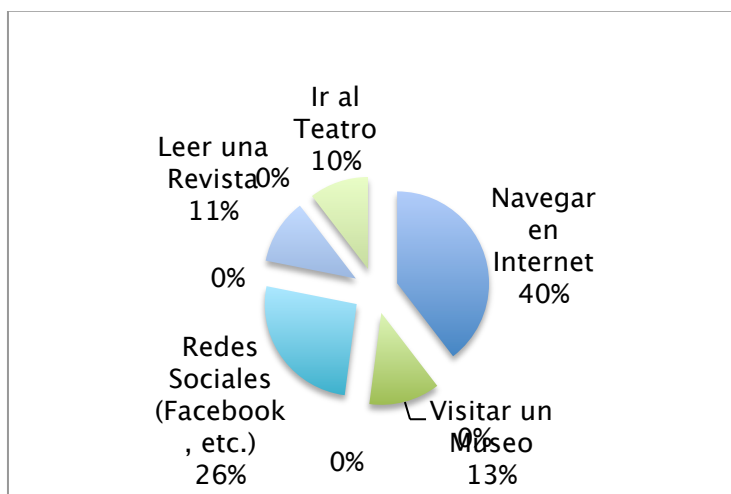
Tabla No. 1

Navegar en Internet	40 %
Redes Sociales	26 %
Visitar un Museo	13%
Leer una Revista	11%
Ir al Teatro	10%
Sumatoria	100%

Fuente: Tabulación Pregunta No. 1 ver en pág. # 88.

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Gráfico No. 1



Fuente: Tabla No. 1

Autor: Darwin Lima Bastidas

Interpretación:

Al comparar el nivel de aceptación que tiene visitar un museo con otras actividades, el resultado refleja que, el 40% de los jóvenes les atrae o disfrutan más navegar en el internet, y sólo un 13% les gusta visitar los museos, es decir, las TIC son más utilizadas por los jóvenes como actividad favorita en lugar del entretenimiento cultural visitando los museos de la ciudad.

2.- ¿Últimamente usted ha visitado algún museo de la ciudad de Quito?

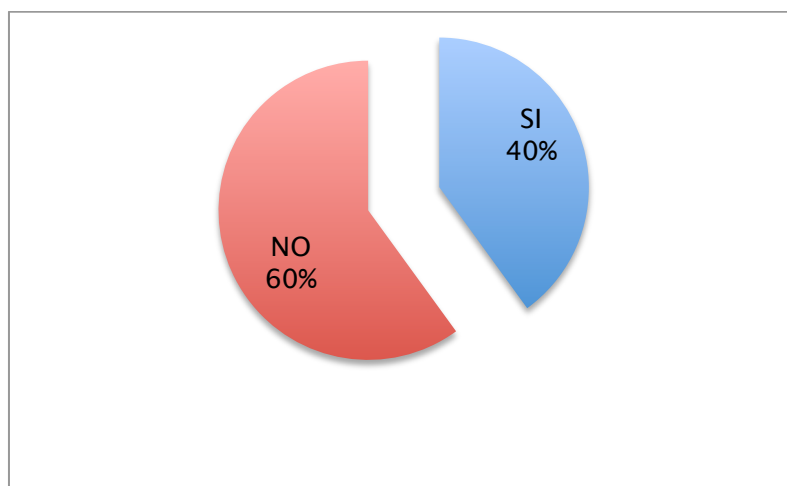
Tabla No. 2

SI han visitado museos de la ciudad de Quito.	40 %
NO han visitado museos de la ciudad de Quito.	60 %
Sumatoria	100%

Fuente: Tabulación Pregunta No. 2 ver en pág. # 88.

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Gráfico No. 2



Fuente: Tabla No. 2

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Interpretación:

La tabulación de esta pregunta muestra que, el 60% de los encuestados **NO** han realizado visitas a ningún museo de la ciudad de Quito, mientras que el 40% últimamente si lo hace. Esto significa que una mayor parte de la juventud de Quito no conoce o visita sus museos, por lo tanto, este dato permite determinar la viabilidad para realizar la propuesta del proyecto a crear.

3. - ¿Qué Museos de la ciudad de Quito, Usted conoce?

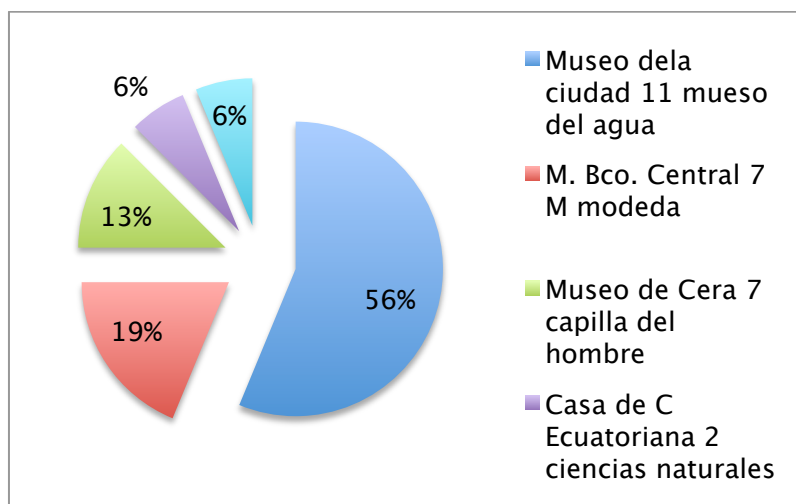
Tabla No. 3

Visitan los Museos de 2 a 5 veces al año	48 %
Visitan los Museos 1 vez al año	43 %
Visitan los Museos más de 5 veces al año.	9 %
Sumatoria	100%

Fuente: Tabulación de la pregunta No. 3 ver en pág. # 88.

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Gráfico No. 3



Fuente: Tabla No. 3

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Interpretación:

Basados en la tabulación para obtener el Top Mind de los jóvenes, se puede observar que un 56% conoce El Museo de la Ciudad y del Agua, seguidos de un 19% que conocen los Museos del Banco Central y la Moneda, otro 13% el Museo de Cera y la Capilla del Hombre, finalmente un empate del 6% que conocen la Casa Cultura y Ciencias Naturales, y otro 6% Museo YAKU.

Esto significa que el Museo de las Fuerzas Armadas que pertenece a la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro, el cual será objeto de estudio para elaborar la propuesta virtual multimedia; nadie conoce o escuchado acerca de su existencia.

4.- ¿Con qué frecuencia usted visita los museos de la ciudad de Quito?

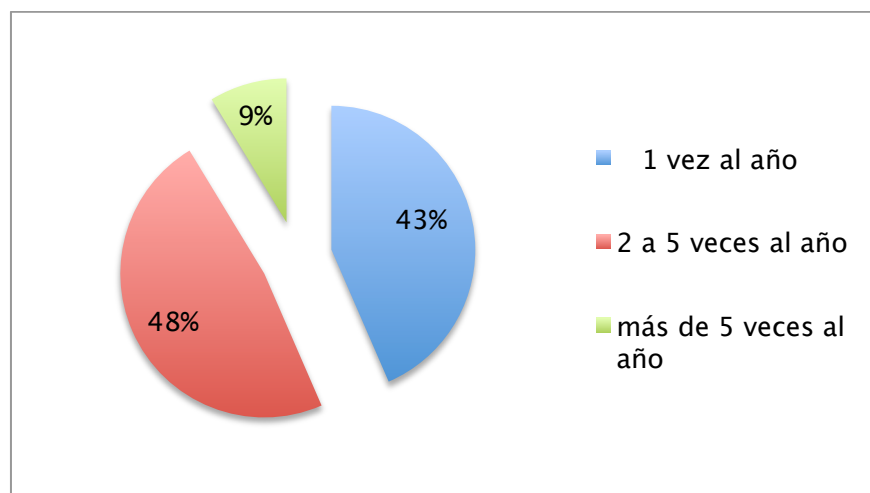
Tabla No. 4

Museo de la Ciudad y Museo del Agua	56 %
Museo B. Central y Museo de la Moneda	19 %
Museo de Cera y Capilla del Hombre	13%
Casa Cultura y Museo c. Naturales	6%
YAKU y Museo Nacional	6%
Sumatoria	100%

Fuente: Tabulación de la pregunta No. 4 ver en pág. # 88.

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Gráfico No. 4



Fuente: Tabla No. 4

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Interpretación:

El resultado determina que el 48% de los encuestados visitan los museos de 2 a 5 veces al año y el 43% lo hace al menos una vez, mientras que el 9% más de 5 veces al año. Esto significa que de varios museos que tiene la ciudad de Quito, sólo son visitados uno y máximo 5 en todo el año por los jóvenes quiteños.

5.- ¿Qué es lo que más la atrae de la experiencia de ir al museo?

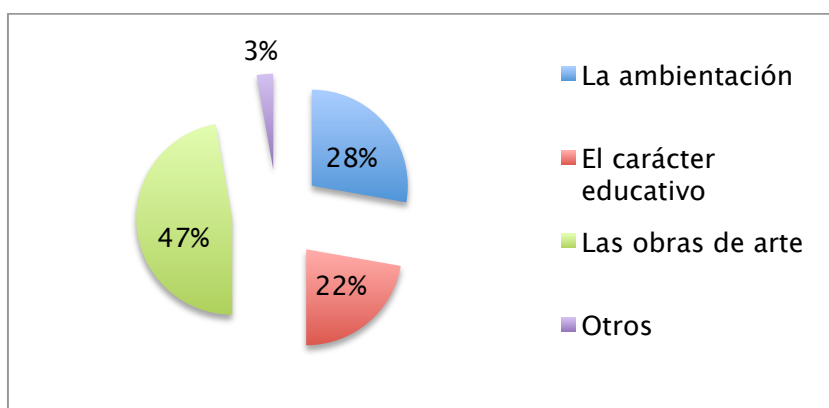
Tabla No. 5

Obras de Arte	47 %
Ambientación	28 %
Carácter Educativo	22 %
Otros	3 %
Sumatoria	100%

Fuente: Tabulación de la pregunta No. 5 ver en la pág. # 89.

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Gráfico No. 5



Fuente: Tabla No. 5

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Interpretación:

El resultado refleja que el 47% de los encuestados les atrae las obras de arte cuando visitan los museos, seguidos del 28% que lo hace por la ambientación, otro 22% los visita por su carácter educativo y en menor porcentaje con un 3% tienen otros intereses. Esto significa que los factores para visitar los museos son muy variados pero existe uno que puede ser aprovechado a la hora de promocionar el contenido de los mismos.

6.- ¿Qué factores inciden para que usted no visite los museos de la ciudad de Quito?

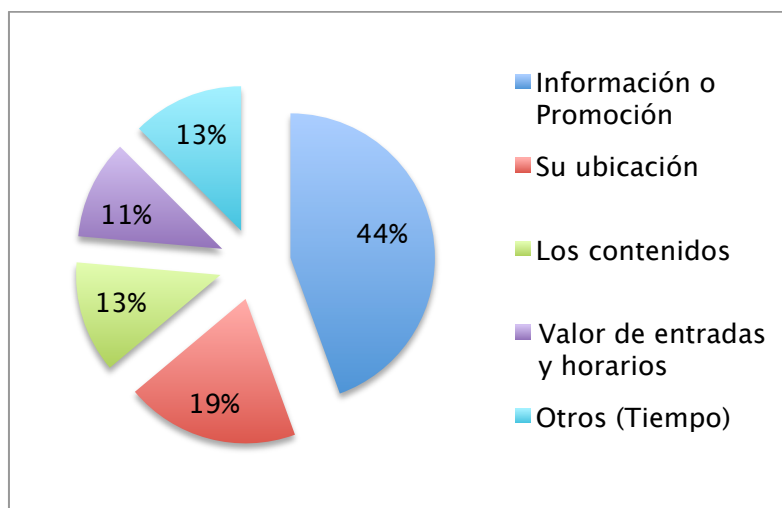
Tabla No. 6

Falta de Información o Promoción	44 %
Por su Ubicación	19 %
Por sus contenidos	13 %
Por falta de tiempo	13 %
Valor de entradas u Horarios	11 %
Sumatoria	100%

Fuente: Tabulación de la pregunta No. 6 ver en pág. 89.

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Gráfico No. 6



Fuente: Tabla No. 6

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Interpretación:

De los encuestados el 44% no visitan los museos por la falta de información o promoción de los museos, un 19% no lo hace por su ubicación y en menor porcentajes un 13% no lo hacen por los contenidos o falta de tiempo y el 11% por el valor de la entradas. Estos resultados permiten fortalecer la investigación al evidenciar que existe carencias informativas en los medios que promuevan el interés de los jóvenes a visitar los museos de la ciudad de Quito.

7.- ¿Con qué medio publicitario usted se identifica más? ¿Por qué?

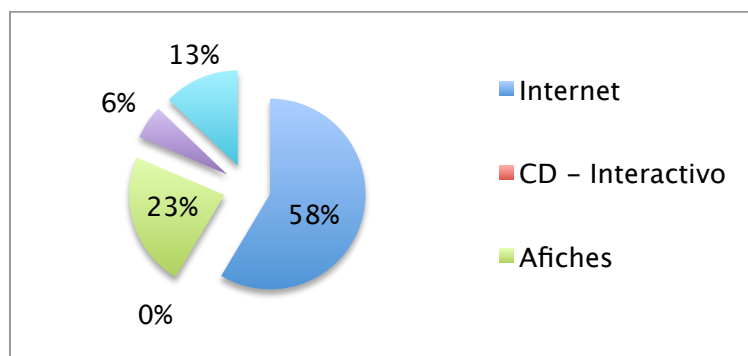
Tabla No. 7

Internet	58 %
Afiches	23 %
Revistas o Folletos	13%
Trípticos	6 %
CD-Interactivo	0 %
Sumatoria	100%

Fuente: Tabulación de la pregunta No. 7 ver en pág. # 89.

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Gráfico No. 7



Fuente: Tabla No. 7

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Interpretación:

De los encuestados encontramos que el medio publicitario con el cual los jóvenes se identifican más es: el 58% con el internet, seguidos del 23% que prefieren los afiches, en menor porcentaje tenemos el 13% que prefiere las revistas y el 6% los trípticos.

Es decir, la publicidad que llega de forma directa a los jóvenes por la facilidad del acceso a la misma es el Internet como medio principal, continuamente los afiches por ser los más usados en el medio como soporte del principal.

8.- ¿Conoce usted algún medio impreso o página web en internet, que ofrezca información del contenido que poseen los museos en la ciudad de Quito?

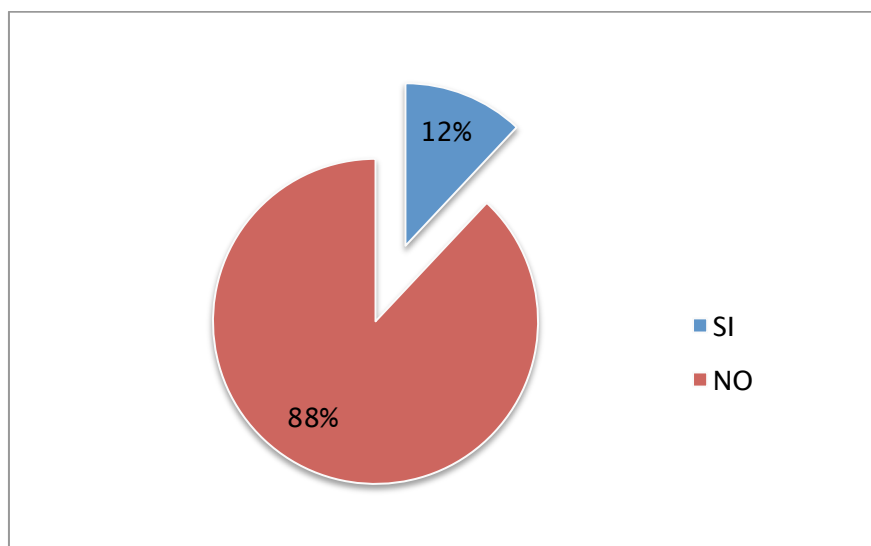
Tabla No. 8

SI	12 %
NO	88 %
Sumatoria	100%

Fuente: Tabulación de la pregunta No. 8 ver en pág. 89.

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Gráfico No. 8



Fuente: Tabla No. 8

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Interpretación:

De los encuestados el 88% no conoce ningún medio impreso o sitio web con información del contenido de los museos, y sólo un menor porcentaje del 12% si conoce algunos sitios.

Este resultado permite validar la investigación en función de constatar la real carencia de un medio funcional, dinámico y que facilite información actualizada a través de los medios como el internet acerca de los museos de Quito.

9.- En una escala del 1 al 5 (siendo 1 muy mala y 5 excelente), ¿Cómo califica la iniciativa de crear un proyecto como medio de difusión que le permita informarse acerca del contenido que tiene uno de los museos de la ciudad de Quito.?

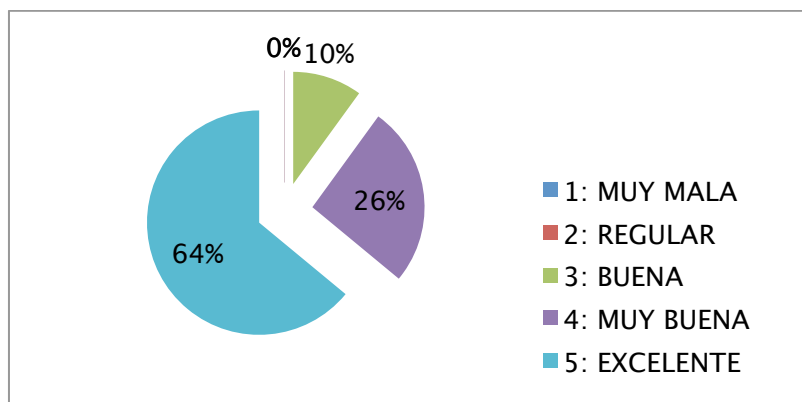
Tabla No. 9

EXCELENTE	64 %
MUY BUENA	26 %
BUENA	10 %
REGULAR	0 %
MUY MALA	0 %
Sumatoria	100%

Fuente: Tabulación de la pregunta No. 9 ver en pág. # 90.

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Gráfico No. 9



Fuente: Tabla No. 9

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Interpretación:

De los encuestados el 64% considera como excelente la iniciativa de crear el siguiente proyecto como medio de difusión de uno de los museos de la ciudad de Quito, seguidos del 26% que califica como muy buena y en menor porcentaje del 10% la considera como buena, resultado determinante para dar inicio a la ejecución del proyecto.

**10.- ¿Cuál de los siguientes sitios o redes sociales usted visita frecuentemente?
¿Por qué?**

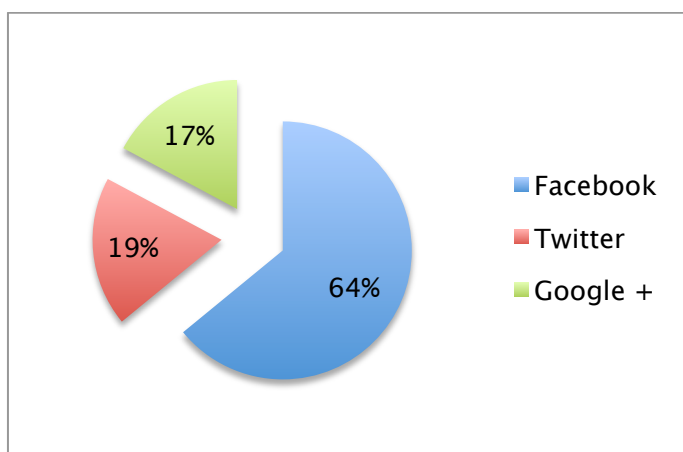
Tabla No. 10

FACEBOOK	64 %
TWITTER	19 %
GOOGLE +	17 %
Sumatoria	100%

Fuente: Tabulación de la pregunta No. 10 ver en pág. # 90.

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Gráfico No. 10



Fuente: Tabla No. 10

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Interpretación:

De los encuestados el 64% utiliza frecuentemente Facebook para realizar visitas en las redes sociales, el 19% lo hace por Twitter y el otro 17% prefiere Google+.

Este resultado es determinante para validar el uso frecuente que realizan los jóvenes a través de las redes sociales, el cuál se puede aprovechar para respaldar la promoción y difusión de los museos de la ciudad de Quito, de manera directa al usuario.

Conclusión y Recomendación de los Resultados de la Encuesta.

Conclusión

Una vez realizada la tabulación correspondiente de la encuesta realizada en la ciudad de Quito, se puede concluir que en efecto el 58% de los jóvenes comprendidos entre los 15 a 24 años, utilizan constantemente las nuevas plataformas tecnológicas, evidenciando un gran interés por usar las Redes Sociales como medio de entretenimiento y el Internet como medio de búsqueda de información por la interactividad y fácil accesos a la información de manera inmediata.

De igual forma fue posible conocer que entre el 48% de los jóvenes visitan al menos de 1 a 2 veces al año los museos, pero existe un 44% que no lo hace por la falta de información o promoción de los mismos en los medios masivos de comunicación, como es el caso del Museo de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro, el cuál casi nadie de los encuestados conocen la existencia del mismo.

Recomendación

Por lo tanto, se recomienda continuar con la ejecución del proyecto, es decir, crear los soportes digitales e impresos que permitan una correcta difusión de los servicios y la riqueza histórica que brinda el Museo de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro de Quito hacia la sociedad.

CAPITULO III: FUNDAMENTACION DEL PRODUCTO.

Introducción

De acuerdo a los resultados de la investigación y el sustento del Coordinador del SIMMYCC el Sr. **Andrés Palma** nos dice que: *“las herramientas de convocatoria son buenas porque suscitan interés en visitar el espacio, y visitar el espacio suscita el interés y desarrolla afectos positivos idealmente sobre el tema que le compete al enriquecimiento personal de cada uno”*.

Esto significa que con la ayuda de los conocimientos del diseño gráfico y las diferentes plataformas digitales, se establece crear una “Propuesta Virtual Multimedia de los Museos de las Fuerzas Armadas de la Ciudad de Quito”, y como objeto de estudio se procederá a realizar el Museo de la Unidad Educativa Militar “Eloy Alfaro”, como medio alternativo que permita realizar visitas dirigidas y de la misma manera rescatar uno de los emblemas que forman parte de la historia y trayectoria del COMIL como es su Museo, de tal forma que los usuarios a través del Internet tengan acceso a los diferentes soportes digitales donde puedan disfrutar de la experiencia visual de interactuar con su contenido e informarse de manera inmediata con los soportes impresos.

Cabe mencionar que antes de proceder a la creación de los productos finales que forman parte del proyecto, es necesario recordar que se cumplió la aplicación del método creativo de **Bruce Archer**, en todas sus fases que van desde el Análisis y Síntesis de la información obtenida durante la investigación justificando cada uno de sus procesos, por lo que a continuación se da paso a la Fase Ejecutiva que viene a ser los productos finales como solución al planteamiento del problema que permita promocionar y difundir los emblemas patrios que posee el Museo de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro hacia la sociedad.

Productos

Soportes Digitales e Impresos:

Los productos a crear son:

- Portal Web - Es el producto principal del proyecto.
- Fan Page de Facebook - Producto de apoyo promoción en redes sociales
- Afiche - Soporte de apoyo impreso para promocionar el Museo.
- Tríptico - Soporte de apoyo informativo a entregar dentro del Museo.

Operacionalización de Objetivos.

Cuadro No. 4: Operacionalización de Objetivos.

Lógica de intervención	Indicadores objetivamente verificables	Fuentes y medios de verificación	Supuestos
- Crear un Portal Web que permita visitar de una manera guiada e interactiva el Museo actual del COMIL de Quito, para conocer la riqueza histórica y los elementos que hay en el mismo.	Aumento de los estudiantes y turistas nacionales e internacionales que visiten virtual y luego físicamente las instalaciones del museo.	Registro de visitas e ingresos en el sitio Web y en los libros de registros del Museo.	Puede ser realizado por una persona y si existe acceso a la información de los registros.
- Dar a conocer la historia y antropología que posee el Museo del COMIL en sus instalaciones a través de visitas virtuales y dirigidas a nivel local, nacional e internacional. - Incorporar información y elementos dinámicos e interactivos para el soporte multimedia que permitirán al usuario desplazarse fácilmente y de manera guiada en el portal web.	Aumentar el conocimiento de las personas acerca de la existencia del museo que tiene el COMIL. Duplicar el número de visitantes virtuales y la aceptación del producto.	Encuestas y seguimientos o sondeos de los usuarios en diferentes lugares estratégicos de la ciudad.	Las autoridades del museo, profesionales y ciudadanía en general colaboran de un modo efectivo. La falta de presupuesto para los respectivos seguimientos de investigación.

-Fan Page en la red social Facebook a través del Internet. - Generar una cultura de turismo entre los establecimientos educativos y turistas nacionales e internacionales. - La aplicación del museo del COMIL a través del Internet que sea reconocido a nivel local, nacional e internacional.	Registros estadísticos de los likes y comentarios en la red social. Seguimientos por la autoridad representante del museo del COMIL.	Recopilación bibliográfica del museo, entrevista a la autoridad del mismo y encuestas al grupo objeto de la investigación.	Las autoridades del museo, profesionales y ciudadanía en general colaboran de un modo efectivo. Conseguir financiamiento para el presupuesto que permita realizar los respectivos seguimientos de investigación.
- Investigar y recopilar la mayor cantidad de información referente al tema, en un periodo de 6 meses. - Diseño del primer borrador de la tesis en base a los resultados de la investigación y el producto a presentar. - Corrección del producto y del informe de tesis, previa presentación. - Presentación y exposición del producto y del informe de tesis.	- Aplicación del método de investigación Científica y el uso de las técnicas de recopilación de información necesarias, libros y profesionales o tutores que ayuden a realizar un correcto desarrollo de la investigación del proyecto a realizar.	Fuentes Primarias: Encuestas, entrevistas, etc. Fuentes Secundarias: Bibliografías, libros, Internet, etc.	Identificar claramente el tema del proyecto a realizar y con ayuda del tutor ver si es factible su aplicación. Contar con el apoyo y la autorización de la Institución que se desea realizar el proyecto y desarrollar un cronograma de actividades para realizar el proyecto.

Fuente: Desarrollo del proyecto.

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Principios de la Web

“Antes de empezar a desarrollar un Portal Web se debe considerar los 4 principios básicos que ayudan a crear excelentes diseños y que según **Carlos Leopoldo**, también son conocidos como C.R.A.P., que es el acrónimo de Contraste, Repetición, Alineación y Proximidad” (2008) [On-Line] disponible en:

<http://www.carlosleopoldo.com/post/principios-de-diseno-web/>

1.- Contraste: Contrastando fuertemente los elementos, se consigue que el usuario se desplace de un elemento a otro acertadamente hasta el final de la página, evitando así un mar de similitud que resulte muy aburrida mientras realiza las visitas virtuales.

2.- Repetición: El estilo de la página se repetirá en todas las áreas relacionando los elementos de la misma para crear consistencia en sitio Web.

3.- Alineación: Todos los elementos que se utilicen en la creación del museo virtual, se encuentran visualmente enlazados los unos a los otros, de manera que ningún elemento quede fuera de lugar o sea diferente a los otros elementos que forman parte del diseño de la misma.

4.- Proximidad: La proximidad crea una relación de significados, por consiguiente todos los elementos que sean diferentes y que se relacionen entre sí serán agrupados de manera que exista un espacio visual que permita visualizar esa diferenciación.

Procesos creativos

Grupo Objetivo

Al ser un producto, el cuál podrá ser visitado por toda la ciudadanía en general como jóvenes y adultos estudiantes o profesionales, el grupo objetivo como tal será el sector turístico y educativo porque se busca fomentar el interés del turista nacional e internacional por conocer uno de los Museos que forman parte de la historia Ecuatoriana.

Bench Marketing

Antes de crear la propuesta virtual multimedia, es necesario realizar un análisis comparativo con otros sitios que contengan similares características, para de esta manera generar un producto que este al mismo nivel o superior que el de la competencia, es así que se determinó optar por los siguientes:

Portal de Cultura de Defensa de Madrid-España.

Gráfico N° 13: Portal de los Museos de las Fuerzas Armadas de España.



Fuente: <http://www.portalcultura.mde.es/cultural/museos/>

Autor: Darwin Lima Bastidas.

En el año 2009 en España se creó el Portal de Cultura de Defensa, que permite la difusión y divulgación de los museos que pertenecen a las Fuerzas Armadas de su país, buscando mostrar la Historia y Cultura Militar de los acontecimientos que se llevaron a cabo por sus Fuerzas Armadas. (2009) [On-Line] disponible en: <http://www.portalcultura.mde.es/cultural/museos/>

Este portal es uno de varios museos que hay en otros países, y su contenido está estructurado de manera tal que el usuario se puede informar e interactuar durante toda la visita que realice dentro del mismo.

Museo Aeronáutico de la Fuerza Aérea Ecuatoriana

Gráfico N° 14: Página Web del Museo Aeronáutico de la FAE.



Fuente: <http://www.granportalaviacion.com/ecuador-museos-aeronautico-fae/>

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Como se explicó al inicio de la investigación, los museos de las Fuerzas Armadas son administrados por el Ministerio de Defensa y cada uno de sus Comandos, por lo que información referente a estos museos se encuentran albergados dentro del Portal Web del Ministerio de Defensa.

Este portal es uno de los pocos que existe información dentro del cuál tiene el siguiente link <http://www.museoaeronauticofae.com> el cuál sólo tiene el dominio pero no posee ningún tipo de información referente a la misma.

Realización del Portal Web del Museo de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro.

Concepción del Diseño

El Portal Web es un soporte digital creado con la finalidad de informar a la ciudadanía en general sobre la existencia del museo que desde hace muchos años tiene el COMIL y toda la riqueza histórica de cada uno de sus elementos, lo cuál hace de cada visita una experiencia única e inolvidable.

Identidad Institucional

De acuerdo a la información que existe en la página del mismo colegio, la identidad Institucional que representa al COMIL, se encuentra claramente definida por el uso de los colores: Oro, Negro y Amarillo, los mismos que significan lo siguiente:

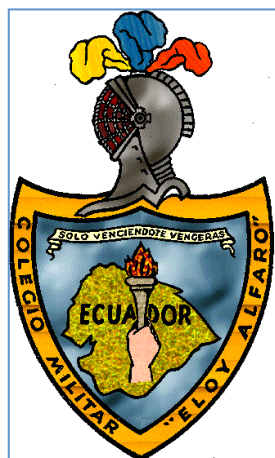
“El oro y negro, colores Símbolo perpetuos del Colegio Militar "Eloy Alfaro" se glorían de su vigencia.

El Amarillo representa a la constancia, la luminosidad y la riqueza de espíritu del Cadete; mientras el negro simboliza lo sobrio, lo definido y lo modesto en las acciones que le corresponda, ahora, asumir como Cadete y, mañana como ciudadano íntegro y profesional”. (2011) [On-Line] disponible en: <http://www.comil.edu.ec/espanol/bandera.html>

Explicación de Elementos

Imagotipo (Escudo)

Gráfico No. 15: Escudo del COMIL.



Fuente: <http://www.comil.edu.ec/espanol/escudo.html>

Autor: Darwin Lima Bastidas.

“El Escudo de la Escuela Superior Militar "Eloy Alfaro", en su estructura, colores y significado es compartido por el Colegio Militar en razón de la irrefutable tradición, afinidad y correspondencia de objetivos; pues, el Colegio Militar "Eloy Alfaro" se esmera por formar Bachilleres cuya vocación esté por la carrera de las armas, constituyéndose en el principal semillero de los futuros oficiales de la Patria”. (2011) [On-Line] disponible en: <http://www.comil.edu.ec/espanol/escudo.html>

Logo Tipográfico

Cuadro No. 5: Tipografía del COMIL.



Fuente: Logotipo tomado de la página web del Comil.

Autor: Darwin Lima Bastidas.

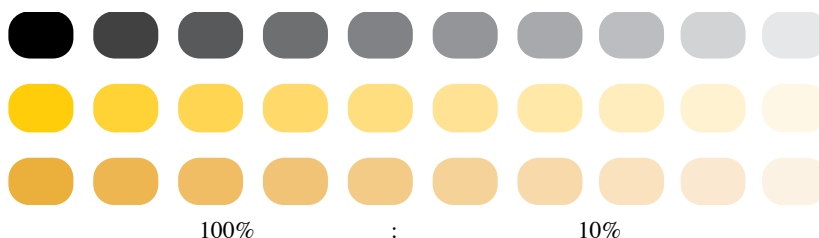
EL logotipo como tal se encuentra representado por cinco letras estilizadas que representan directamente el nombre de su institución: Colegio Militar “Eloy Alfaro”

Eslogan

El COMIL utiliza como lema o eslogan la frase: "**SOLO VENCIENDOTE VENCERÁS**", es decir, que reafirma la voluntad indeclinable de asumir las tareas con responsabilidad y renunciación de favor de un futuro nacional: justo, libre y dignificante”. (2011) [On-Line] disponible en: <http://www.comil.edu.ec/espanol/escudo.html>

Cromática

Gráfico No. 16: Cromática del Color Corporativo del COMIL.



Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Al tratarse de un museo que pertenece a una Institución Militar, la cromática y los colores que se aplicarán en el proceso de creación del museo virtual se encuentran claramente pre definidas por los colores oro, negro y amarillo, que son los colores principales en el producto y permite conservar la identidad corporativa que tiene el plantel.

Familia Tipográfica

F.T.: ARIAL

A B C D E F G H I	a b c d e f g h i j
J K L M N Ñ O P Q	k l m n ñ o p q r
R S T U V W X Y Z	s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

La Propuesta virtual Multimedia dispondrá de la fuente tipográfica ARIAL que se aplicará por su mayor legibilidad y despliegue de información que tendrá el portal web del Museo.

Multimedios Interactivos

El tema de los multimedios abarca muchos conceptos, al ser este la suma de diferentes tipos de información, es decir, contiene texto, gráficos, animación, sonido e imágenes en movimiento lo que genera interactividad entre el usuario y el contenido de un soporte tecnológico.

La definición técnica más aceptada ha sido proporcionada por el Media Lab de M.I.T. (Massachussets Institute of Technology), que define “la interactividad como el acceso no secuencial a demanda del usuario con interruptibilidad que tiene la apariencia de infinitud y opera mediante una interfaz no directiva, sino solidaria”. (2002) [On-Line] disponible en: http://www.alcayata.com/la_comision/objetivos.htm

Por lo tanto se puede definir a los multimedios interactivos como la fusión de mensajes audiovisuales enviados por diferentes medios y retransmitidos sistemáticamente bajo control interactivo de los usuarios haciendo uso de las computadores que se difunden a través del Internet.

Lanzamiento del Portal Web

Definición del objetivo

Desarrollar la Propuesta Virtual Multimedia aplicando los conocimientos creativos gráficos visuales en conjunto con el uso del Internet como medio de difusión, el cual permitirá dar a conocer parte de nuestra historia centrada en el museo del COMIL y su aporte en beneficio de la sociedad al descubrir nuevas alternativas tecnológicas como medios masivos e interactivos de comunicación.

Recursos Utilizados en la Arquitectura y organización del contenido

Estructura

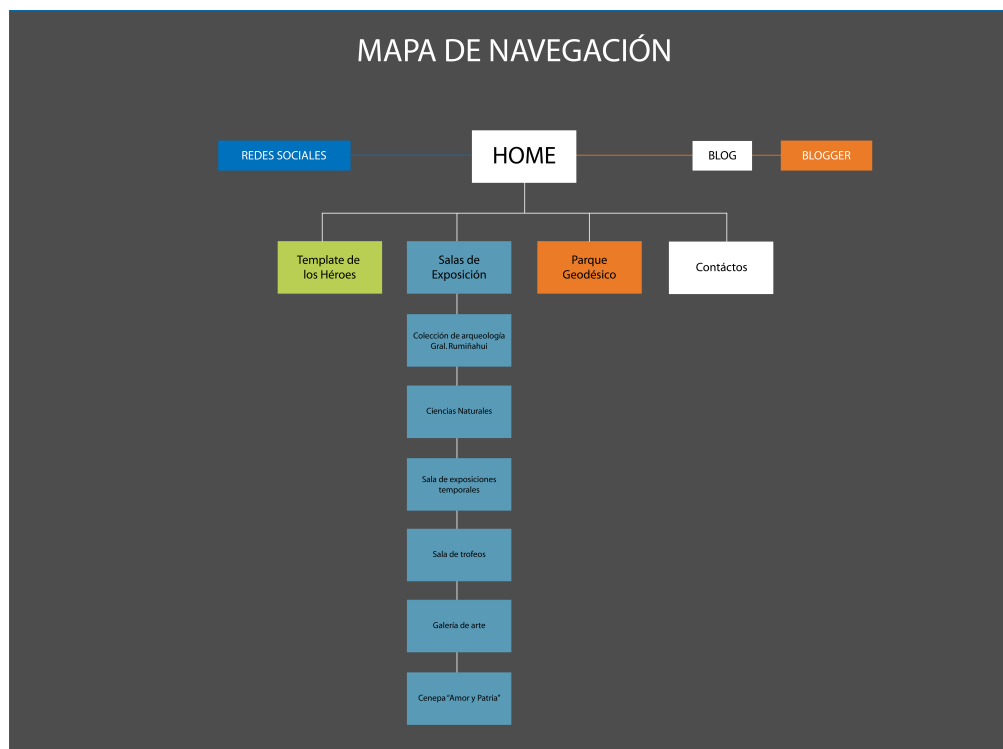
El contenido del Portal Web está estructurado de tal forma que los usuarios puedan desplazarse fácilmente e interactuar con el contenido que se ha organizado de la siguiente manera:

- La información del sitio se encuentra ordenado lógicamente de acuerdo a su contenido.
- Todo el sistema de navegación está situado en el mismo lugar en cada página y es claramente reconocible, fácil de entender y utilizar.
- Se utilizará la **Estructura de árbol o jerárquica**: A partir de una página de bienvenida o portal (raíz) se abren unas secciones (ramas) que a su vez contienen múltiples páginas web (hojas).

Esta organización permite al visitante conocer en qué lugar de la web se encuentra y se facilita la navegación mediante botones que ascienden o descienden en la estructura del árbol para alternar entre secciones.

Sistema de Navegación

Gráfico N° 17: Árbol de navegación del Portal.



Fuente: Apuntes de Estudios en clase.

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Detalle del Mapa de Navegación

Como centro de partida de la página web www.museocomil.edu.ec tenemos el **Home** donde alberga los vínculos principales para su fácil y ágil navegación, tales como vínculo a las diferentes salas que posee el Museo, un vínculo que nos direcciona fuera de la página hacia un blog del Museo con la tecnología Blogger, así como también un vínculo en el cual el usuario podrá llenar un formulario con sugerencias, preguntas o sólo un registro.

Por otra parte en el Home tenemos 3 vínculos cada uno de estos con su propia imagen que direcciona una al Template de los héroes, otra que nos ingresa en el mundo de las salas del Museo en donde encontramos varias galerías con imágenes que nos permite observar dicho Museo. También tenemos un link que nos vincula al Parque Geodésico y su maravilloso mundo.

El home posee además vínculos directos con las redes sociales de Facebook y Twitter para poder estar más cerca del usuario y recibir de manera inmediata su Feedback a cerca de nuestros servicios.

Retícula Jerárquica.

Al tratarse de un Portal Web la retícula que se utilizará para crear el producto es la retícula jerárquica, por cuanto, al dibujar en este tipo de cuadrículas descompone la página en zonas manteniendo un orden del contenido dentro de la misma.

Gráfico No. 18: Cuadrícula Jerárquica para el Portal.



Fuente: <http://www.slideshare.net/jennyramosm/retculas-para-pantalla-9184698>

Autor: Darwin Lima Bastidas.

Módulos internos

La aplicación de módulos en el sitio Web permite darle un valor agregado que beneficiará tanto a los usuarios o navegantes del sitio y a los administradores o dueños del mismo, entre estos tenemos:

- a) - Administrador de Contenidos:** Permite al dueño o responsable del sitio administrar los contenidos del mismo, actualizarlos en tiempo real sin la intervención de terceros, además el administrador no requiere de conocimientos técnicos ni instalar software adicional en la computadora.
- b) - Central de estadísticas:** Registra la actividad de los usuarios dentro del sitio Web y luego posibilita el análisis de la misma, presentándola en tablas y gráficos permitiendo al dueño o administrador del sitio conocer las preferencias de sus visitantes y así tomar las decisiones correctas para evolucionarlo.
- c) – Red Social (Facebook):** Permite a los usuarios realizar comentarios en la red social Facebook de manera que la interactividad entre el administrador del sitio y el usuario es directa y personalizada.
- d) - Contactos y Sugerencias:** Permite a los usuarios contactarse con autoridades del museo para solicitar una visita física al lugar, al mismo tiempo que dar sugerencias acerca del sitio Web.

Herramientas utilizadas

Para la creación de la propuesta virtual multimedia es necesario hacer uso de los siguientes soportes tecnológicos:

- Master Collection de Adobe CS5
- Illustrator CS5
- Photoshop CS5
- Dreamweaver CS5
- Fireworks CS5
- HTML5
- Adome Muse
- Windox XP Profesional (World, Excel).
- Facebook (Redes Sociales).
- Twitter (Redes Sociales).
- Blogger

Diseño de los Soportes.

Portal Web

Esquema del HOME

Cuadro No. 6: Esquema Reticular Jerárquica del Home con sus respectivas dimensiones.

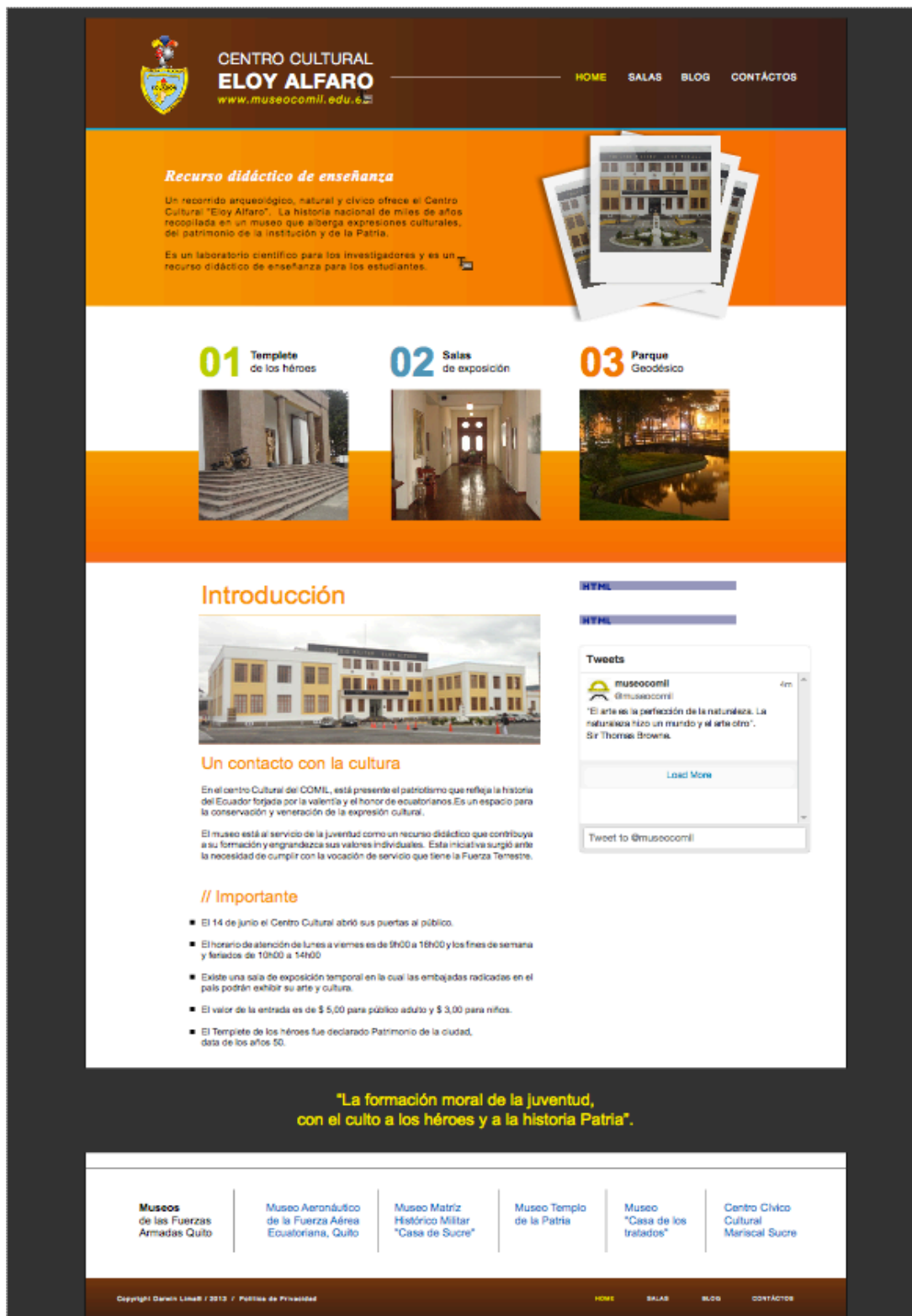
HEADER		
	 CENTRO CULTURAL ELOY ALFARO www.museocomil.edu.ec HOME SALAS BLOG CONTACTOS	Ancho: 970 px Alto: 145 px
	Recurso didáctico de enseñanza Un recorrido arqueológico, natural y artístico ofrece el Centro Cultural "Eloy Alfaro". La historia nacional de miles de años rescatada en un museo que alberga expresiones culturales, el patrimonio de la institución y de la Patria. Es un laboratorio científico para los investigadores y es un recurso didáctico de enseñanza para los estudiantes.  01 Temples de los héroes  02 Salas de exposición Ancho: 191 px Alto: 193 px  03 Parque Geodésico 	CONTENIDO 1 Ancho: 970 px Alto: 232 px
Ancho: 970 px Alto: 1723 px	Introducción  Un contacto con la cultura En el Centro Cultural del COML, está presente el patrimonio que refleja la historia del Ecuador, desde la prehistoria hasta la actualidad. Es un espacio para la conservación y valoración de la expresión cultural. El museo está al servicio de la juventud como un recurso didáctico que contribuye a su formación y engrandecimiento sus valores individuales. Esta iniciativa surgió ante la necesidad de cumplir con la vocación de servicio que tiene la Fuerza Terrestre. // Importante - El 14 de junio el Centro Cultural abrió sus puertas al público. - El horario de atención de lunes a viernes es de 08:00 a 18:00 y los fines de semana y festivos de 10:00 a 14:00. - Existe una sala de exposición temporal en la cual los embajadores nacionales en el país podrán exhibir su arte y cultura. - El valor de la entrada es de \$ 5.00 para público adulto y \$ 3.00 para niños. - El Temples de los héroes fue declarado Patrimonio de la ciudad, data de los años 50. Twitter  museocomil @museocomil El arte es la perfección de la naturaleza. La naturaleza hizo un mundo y el arte otro. -Dr Thomas Browne. Ancho: 295 px Load More Retweet to @museocomil "La formación moral de la juventud, con el culto a los héroes y a la historia Patria".	CONTENIDO 2 Ancho: 970 px Alto: 780 px
	Museos de las Fuerzas Armadas Quito Museo Aeronáutico de la Fuerza Aérea Ecuatoriana, Quito Museo Militar Histórico Militar "Casa de Buena" Museo Temples de la Patria Museo "Casa de los Indios" Centro Cívico Cultural Manuel Suárez	Ancho: 970 px Alto: 131 px
	Copyright: Darwin Lima / 2018 - Política de Privacidad HOME SALAS BLOG CONTACTOS	Ancho: 970 px Alto: 72 px

PIE DE PÁGINA

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Diseño del HOME

Gráfico No. 19: Plantilla del Diseño del Home.



Fuente: Cuadro No. 6 ver en Pág. # 119.

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Esquema del Template 01

Cuadro No. 7: Esquema Reticular Jerárquica del Template 01 con sus respectivas dimensiones.

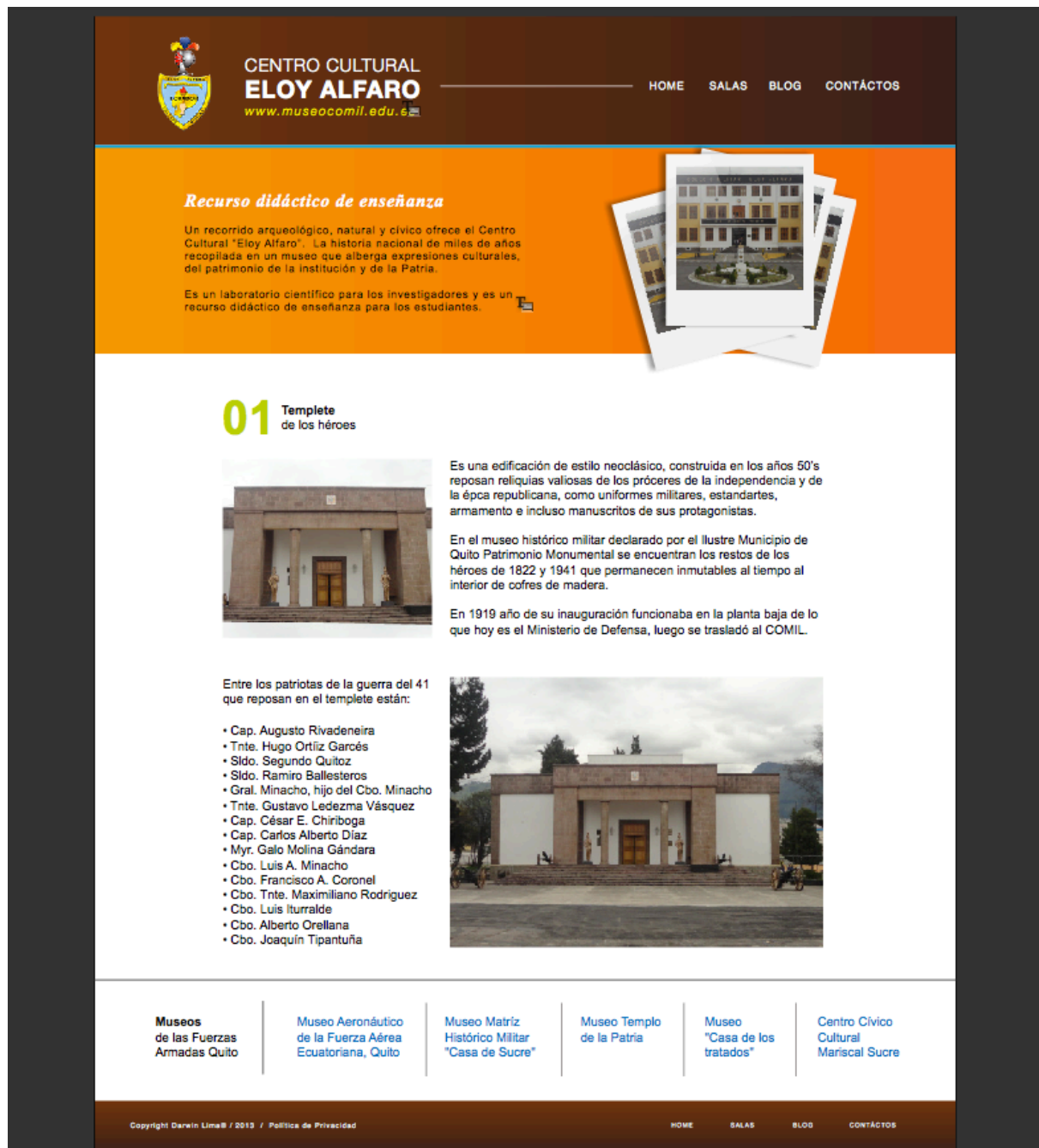
HEADER			
Ancho: 970 px Alto: 1283 px	 CENTRO CULTURAL ELOY ALFARO www.museocomil.edu.ec HOME SALAS BLOG CONTACTOS		Ancho: 970 px Alto: 145 px
	<i>Recurso didáctico de enseñanza</i> Un recorrido arqueológico, natural y cívico ofrece el Centro Cultural "Eloy Alfaro". La historia nacional de miles de años resguardada en un museo que alberga expresiones culturales del patrimonio de la institución y de la Patria. Es un laboratorio científico para los investigadores y es un recurso didáctico de enseñanza para los estudiantes. 		CONTENIDO 1 Ancho: 970 px Alto: 232 px
	01 Templo de los héroes  Es una edificación de estilo neoclásico, construida en los años 50's reposan reliquias valiosas de los próceres de la independencia y de la época republicana, como uniformes militares, estandartes, armamento e incluso manuscritos de sus protagonistas. En el museo histórico militar declarado por el Ilustre Municipio de Quito Patrimonio Monumental se encuentran los restos de los héroes de 1822 y 1941 que permanecen inmutables al tiempo al interior de cofres de madera. En 1919 año de su inauguración funcionaba en la planta baja de lo que hoy es el Ministerio de Defensa, luego se trasladó al COMIL. Entre los patriotas de la guerra del 41 que reposan en el templo están: • Cap. Augusto Rivadeneira • Tte. Hugo Ortiz Garolís • Sdo. Segundo Quiroz • Sdo. Ramiro Ballesteros • Gral. Minacho, hijo del Cbo. Minacho • Tte. Gustavo Ledezma Vásquez • Cap. César E. Chiriboga • Cap. Carlos Alberto Díaz • Myr. Galo Molina Gándara • Cbo. Luis A. Minacho • Cbo. Francisco A. Coronel • Cbo. Tte. Maximiliano Rodríguez • Cbo. Luis Ibarra • Cbo. Alberto Orellana • Cbo. Joaquín Tipantuña 		CONTENIDO 2 Ancho: 970 px Alto: 780 px
	Museos de las Fuerzas Armadas Quito Museo Aeronáutico de la Fuerza Aérea Ecuatoriana, Quito Museo Matriz Histórico Militar "Casa de Sucre" Museo Templo de la Patria Museo "Casa de los Iratados" Centro Cívico Cultural Mariscal Sucre		Ancho: 970 px Alto: 131 px
	Copyright Darwin Lima / 2019 / Política de Privacidad HOME SALAS BLOG CONTACTOS		Ancho: 970 px Alto: 72 px

PIE DE PÁGINA

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Diseño del Template 01

Gráfico No. 20: Plantilla del Diseño del Template 01.

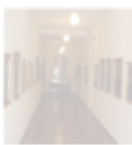


Fuente: Cuadro No. 7 ver en Pág. # 121.

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Esquema de las Salas 02

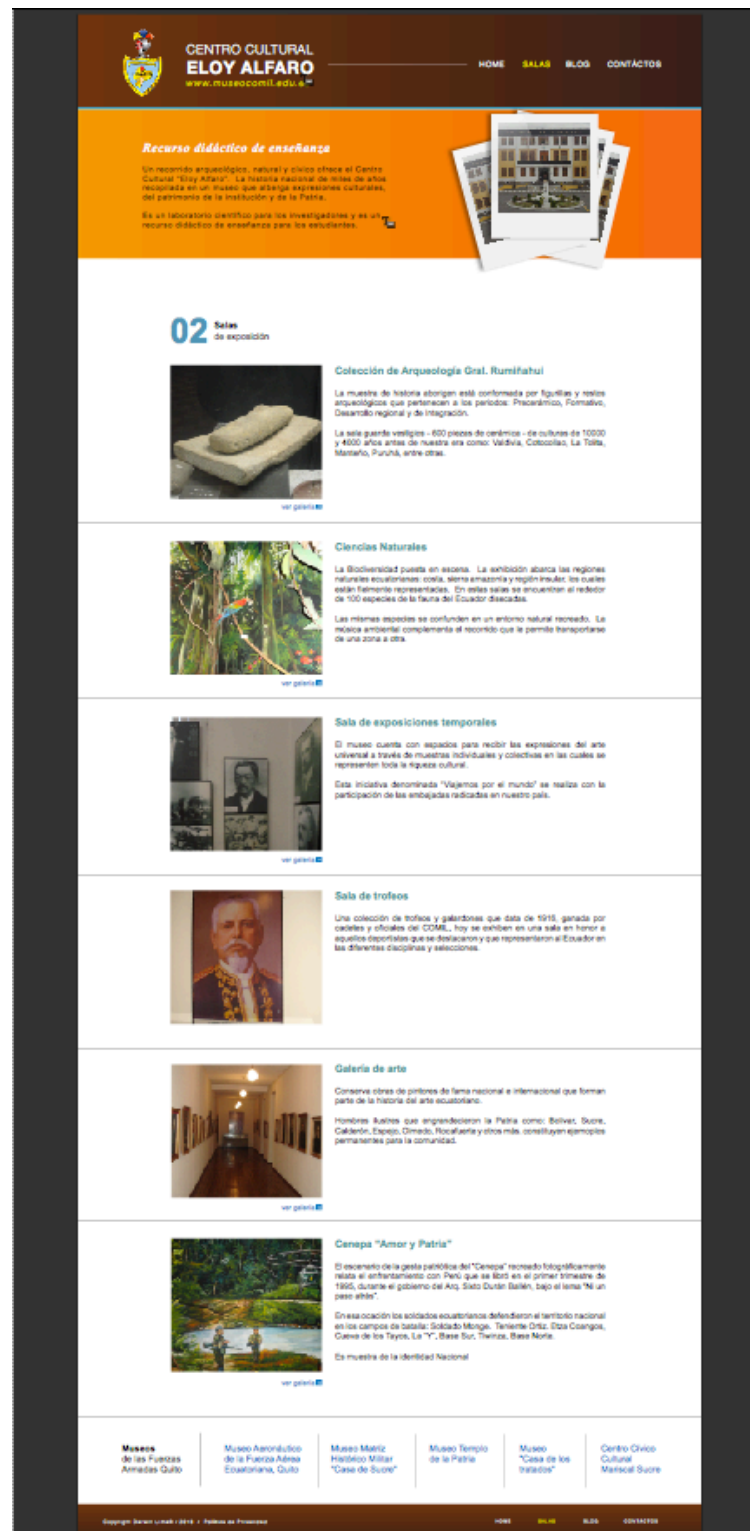
Cuadro No. 8: Esquema Reticular Jerárquica de las Salas 02 con sus respectivas dimensiones.

	HEADER	
	 CENTRO CULTURAL ELOY ALFARO www.museocultural.ecuador.com HOME SALAS BLOG CONTACTOS	Ancho: 970 px Alto: 145 px
	Recurso didáctico de enseñanza Un recurso arqueológico, histórico y artístico creado en Centro Cultural "Eloy Alfaro". La muestra ofrece un tour de alto impacto en un museo que alberga colecciones valiosas del patrimonio de la institución y de la Patria. Es un laboratorio científico para las investigaciones y es el recurso educativo de enseñanza para los visitantes. 	Ancho: 970 px Alto: 232 px
	02 Salas de exposición Colección de Arqueología Guel. Bumbahuel La muestra de historia aborigen está conformada por figuritas y restos arqueológicos que pertenecen a las culturas: Chiriquitos, Formoso, Desembarco regional y de integración. La sala cuenta con 400 piezas de cerámica -de culturas de 1000 y 400 años antes de nuestra era como: Valdivia, Colónche, La Tola, Manabita, Taurica, entre otras.  ver galería	Ancho: 970 px Alto: 411 px
	Ciencias Naturales La Biodiversidad puede ser diversa. La exhibición aborda los registros naturales ecuatorianos como: aves, mamíferos y reptiles marinos, los cuales están altamente representados. En estas salas se encuentran alrededor de 100 especies de la fauna del Ecuador biotípico. Las mismas exponen su confort en un entorno natural recreado. La misma ambiental complementa al recorrido que la permite transitar por una zona a otra.  ver galería	Ancho: 970 px Alto: 275 px
Ancho: 970 px Alto: 2379 px	Sala de exposiciones temporales El museo cuenta con espacios para recibir las expresiones de arte cultural a través de muestras individuales y colectivas en las cuales se representan toda la riqueza cultural. Este iniciativa denominada "Voces por el mundo" se realice con la participación de los artistas nacionales e internacionales.  ver galería	Ancho: 970 px Alto: 275 px
	Sala de retratos Una colección de retratos y grabados que datan de 1810, periodo por donde se afianza la cultura. Hoy se exhiben en una sala en honor a aquellos personajes que se destacaron por representar al Ecuador en las diferentes disciplinas y actividades. 	Ancho: 970 px Alto: 270 px
	Galería de arte Comprende obras de pintores de fama nacional e internacional que forman parte de la historia del arte ecuatoriano. Grandes Auster que englobaron la Patria como: Bolívar, Sucre, Caceres, Dávalos, Olmedo, Montalvo y otros más constituyen ejemplos permanentes para la comunidad.  ver galería	Ancho: 970 px Alto: 270 px
	Cinéma "Amor y Patria" El nacimiento de la película histórica del "Cinéma" rescatado fotográficamente existe el enfrentamiento con Perú que se llevó en el primer trimestre de 1940, durante el gobierno del Atto, José Guzmán García, bajo el lema "No un paso atrás". En esta ocasión los cineastas ecuatorianos defendieron el territorio nacional en los campos de batalla: Cotacachi-Morona, Tarapoto-Oña, Oña-Corongo, Chuquis de los Reyes, La Y, Baez Sur, Puyo, Baez Norte. Se muestra de la identidad Nacional  ver galería	Ancho: 970 px Alto: 346 px
	Museo de las Fiestas Armadas Quito Museo Antonio Alvarado de la Piedad Armada Quito Museo Martí Indio de la Patria "Casa de Buena" Museo Templo de la Patria Museo "Casa de los Hombres" Centro Museo Cultural Manuela Sáenz	Ancho: 970 px Alto: 131 px
	Copyright: Centro Cultural Eloy Alfaro Todos los Derechos Reservados HOMESALASBLOGCONTACTOS	Ancho: 970 px Alto: 72 px

PIE DE PÁGINA

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Gráfico No. 21: Diseño de la Plantilla de las Salas.

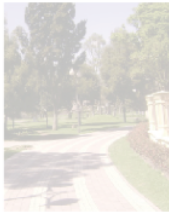


Fuente: Cuadro No. 8 ver en Pág. # 123.

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Esquema del Parque Geodésico 03

Cuadro No. 9: Esquema Reticular Jerárquica del Parque Geodésico con sus dimensiones.

 CENTRO CULTURAL ELOY ALFARO www.museocomif.edu.ec HOME SALAS BLOG CONTACTOS		Ancho: 970 px Alto: 145 px
Recurso didáctico de enseñanza Un recorrido arqueológico, natural y cívico ofrece el Centro Cultural "Eloy Alfaro". La historia nacional de miles de años resguarda en un museo que alberga expresiones culturales del patrimonio de la institución y de la Patria. Es un laboratorio científico para los investigadores y es un recurso didáctico de enseñanza para los estudiantes. 		Ancho: 970 px Alto: 232 px
03 Parque Geodésico  Fue construido como Complejo Geodésico a raíz de la visita conmemorativa de la primera Misión Geodésica Francesa en 1936. Pero tras su restauración y reubicación realizada en 1989 se convirtió en parque, el cual recoge la astronomía indígena y occidental. • Reloj solar y Ecuación del tiempo • Rosa de los vientos • Obelisco con la posición Astronómica • Pirámide de orientación • Monolito El Observador • Puesto de Observación • Pirámide del Sol • Estatuillas y Quilichuanes INB • Figuras de la ecología aborígen • Trifido de la Virgen de Quito • Los heróicos cívicos • Plancha Astral Zodiaca En 1968 se añadió un hito de nivelación por parte del Servicio Geodésico Interamericano y del IGM para elaborar el primer plano técnico de Quito. 		CONTENIDO Ancho: 970 px Alto: 808 px
Museos de las Fuerzas Armadas Quito Museo Aeronáutico de la Fuerza Aérea Ecuatoriana, Quito Museo Matriz Histórico Militar "Casa de Suñer" Museo Templo de la Patria Museo "Casa de los tratados" Centro Cívico Cultural Matiscal Suñer		Ancho: 970 px Alto: 131 px
Copyright Darwin LimaB / 2013 / Política de Privacidad HOME SALAS BLOG CONTACTOS		Ancho: 970 px Alto: 72 px

PIE DE PÁGINA

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Diseño del Parque Geodésico 03

Gráfico No. 22: Diseño de la plantilla del Parque Geodésico.



Fuente: Cuadro No. 9 ver en Pág. # 125.

Elaborador por: Darwin Lima Bastidas.

Esquema de Contactos:

Cuadro No. 10: Esquema Reticular Jerárquica de Contactos con sus respectivas dimensiones.

HEADER			
Ancho: 970 px Alto: 1842 px		 CENTRO CULTURAL ELOY ALFARO www.museoscmil.edu.ec HOME SALAS BLOG CONTACTOS	Ancho: 970 px Alto: 145 px
		<i>Recurso didáctico de enseñanza</i> Un recurso arqueológico, histórico y artístico ofrecido al Centro Cultural "Eloy Alfaro", la máxima instancia de museo de alto nivel ubicada en un museo que alberga exposiciones culturales, del patrimonio de la institución y de la Patria. Es un laboratorio científico para las investigaciones y en un recurso didáctico de enseñanza para los estudiantes. 	Ancho: 970 px Alto: 232 px
		<i>//Reserva tu vista</i> Recuerda que: Todo grupo conformado por más de 10 personas debe realizar una reservación. 1. Realiza tu reservación con dos semanas mínimo de anticipación. 2. Recuerda que los acompañantes entran gratuitamente y con un boleto para la seguridad de nuestros visitantes y el cuidado del Museo. Toma en cuenta que: • El tiempo de visita a cada exposición es de una 1 hora y 30 minutos, toma en cuenta este tiempo para organizar la visita. • El tiempo de espera para ingresar es de 10 minutos por cada grupo. Si ya leíste las sugerencias y deseas solicitar una Reservación esperamos tu llamada. Para reservas comunícale al 22636679, 22636683 Ext.120 o envíale un mail a museoscmil@gmail.com Haga su reserva aquí. Nombre: Apellido: Email: Empresa o Institución: Nombre Completo: Dirección de su trabajo: Empresa Dirección: Ciudad: Provincia: Empresa provincia: Zipcode: País: Empresa País: Mensaje: Enviar	Ancho: 970 px Alto: 1298 px
		Museos de las Fuerzas Armadas Quito Museo Heróico de la Fuerza Aérea Ecuatoriana, Quito Museo Militar Histórico Militar "Casa de Suero" Museo Templo de la Patria Museo "Casa de los traidores" Centro Cultural Militar Sucre	Ancho: 970 px Alto: 131 px
		Copyright: Buenos Aires / 2018 / Política de Privacidad HOME SALAS BLOG CONTACTOS	Ancho: 970 px Alto: 72 px

PIE DE PÁGINA

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Diseño de Contactos:

Gráfico No. 23: Diseño de la plantilla de Contactos.

CENTRO CULTURAL ELOY ALFARO
www.museocomil.edu.ec

HOME SALAS BLOG **CONTACTOS**

Recurso didáctico de enseñanza

Un recorrido arqueológico, natural y chico ofrece el Centro Cultural "Eloy Alfaro". La historia nacional de miles de años recopilada en un museo que alberga expresiones culturales, del patrimonio de la institución y de la Patria.

Es un laboratorio científico para los investigadores y es un recurso didáctico de enseñanza para los estudiantes.

//Reserva tu visita

Recuerda que:

Todo grupo conformado por más de 10 personas debe realizar una reservación.

1. Realiza tu reservación con dos semanas mínimo de anticipación.
2. Recuerda que los acompañantes entran gratuitamente y son un requisito para la seguridad de nuestros visitantes y el cuidado del Museo.

Toma en cuenta que:

- El tiempo de visita a cada exposición es de una 1 hora y 30 minutos, toma en cuenta este tiempo para organizar tu visita.
- El tiempo de espera para ingresar es de 10 minutos por cada grupo.

Si ya leíste las sugerencias y deseas solicitar una Reservación esperamos tu llamada.

Para reservas comunícate al 2283879, 2283883 Ext.120 o escribenos un mail a museocomil@gmail.com

Haga su reserva aquí.

Nombre:

Email:

Empresa o Institución:

Dirección de su trabajo:

Ciudad:

Provincia:

Zipcode:

País:

Mensaje:

Tweets [Follow](#)

@museocomil
"El arte es la perfección de la naturaleza. La naturaleza hizo un mundo y el arte otro".
Sir Thomas Browne

[Load More](#)

Tweet to @museocomil

Museos de las Fuerzas Armadas Quito

Museo Aeronáutico de la Fuerza Aérea Ecuatoriana, Quito

Museo Matriz Histórico Militar "Casa de Sucre"

Museo Templo de la Patria

Museo "Casa de los tratados"

Centro Cívico Cultural Mariscal Sucre

Copyright Darwin Lima / 2013 / Política de Privacidad

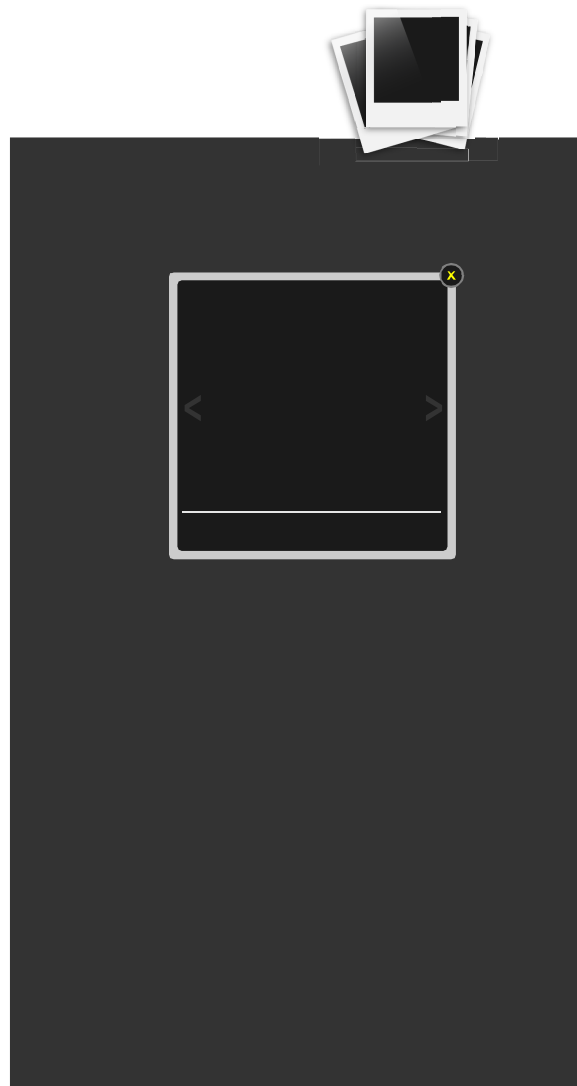
HOME SALAS BLOG **CONTACTOS**

Fuente: Cuadro No. 10 ver en Pág. # 127.

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Ejemplo del Diseño de presentación para la Galería.

Cuadro No. 11: Ejemplo de Presentación de las Galerías.



Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Las fotografías para los sitios web deben cumplir ciertos formatos para subirlas a Internet que son:

- Formato JPG o BMP.
- Resolución mínimo 75 dpi y máximo 150 dpi.
- Retocar y guardarlas en RGB.
- Ancho es de: 970 px.
- Alto varía de acuerdo a la cantidad de imágenes.

Diseño del BLOG

Gráfico No. 23: Diseño de la Plantilla del Blog.



Fuente: <http://museocomil.blogspot.com/>

El Diseño de la plantilla del Blog está definido automáticamente por el sistema de Blogger, la información y actualización diaria del Blog será administrada directamente por la Dra. Patricia Villagomez – Directora del Museo y Templo de los Heroes de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro.

Diseño de la FAN-PAGE en FACEBOOK

Formatos y Dimensiones

Ante los cambios constantes que realiza Facebook, se actualizó el Timeline para las páginas ya sean éstas empresariales, gubernamentales, sociales o educativas por lo que los nuevos tamaños son los siguientes:

Gráfico No. 25: Ejemplo de los formatos y dimensiones para las fotografías en Facebook.



Fuente: Página web <http://gizn.com/blog/fotos-para-facebook/>

Foto de Facebook para el Timeline

Es la foto más grande de la página principal, conocida también como foto de “cover” la cual sale en el nuevo formato de Timeline de Facebook. Este formato no es obligatorio para otros perfiles sino únicamente aplica a empresas y marcas.

- Ancho: 851 px.
- Alto: 315 px.

Ícono de Aplicaciones en Facebook

Son los íconos que se ven en el fan page cuando se tiene el timeline habilitado, pero si la fotografía sobrepasa el tamaño, automáticamente será cambiada al tamaño del ícono.

- Ancho: 111 px.
- Alto: 74 px.
- Tamaño máximo del archivo: 5 MB.

Imagen del ícono de aplicaciones en Facebook

Este ícono se visualiza en la columna de lado izquierdo del feed de noticias, junto a todas las aplicaciones que usa el usuario.

- Ancho: 16 px.
- Alto: 16 px.

Tamaño de la foto en Facebook para “hito” o milestone

El tamaño de este tipo de fotos se realizan cuando se crea una actualización importante o suceso dentro de la empresa, si no tiene el tamaño exacto, la misma será modificada al tamaño correcto de forma automática.

- Ancho: 843 px.
- Alto: 403 px.

Foto de Perfil de Facebook

El nuevo tamaño de las imágenes al actual formato del Timeline es de 180px, pero el sistema lo cambia automáticamente al siguiente:

- Ancho: 32 px.
- Alto: 32 px.

Cabe recordar que la imagen de perfil es muy importante por ser ésta la presentación de su empresa, por lo tanto se debe elegir correctamente cual poner debido a su pequeño tamaño, se recomienda utilizar el logo o marca y una foto grande en el Timeline para dar mayor contexto entre las dos imágenes.

Thumbnail en Facebook

Esta imagen se visualiza junto a los enlaces cada vez que hacen click en el botón de “me gusta” o cuando se comparte información con otros usuarios en Facebook.

- Ancho: 90 px.
- Alto: 90 px.

Imagen de Página de Facebook de su marca o empresa

Es el área de la página de la marca o empresa, es muy importante utilizar la imagen adecuada por el ancho de la misma para que no sufra cambios en los márgenes que distorsionen la misma.

- Ancho: 779 px.
- Alto: sin límite px.

Imágenes que se suben a Facebook

Este es el tamaño máximo que deben tener las imágenes que se utilicen para promociones, invitación de eventos o publicidad dentro de Facebook.

- Ancho: 2048 px.
- Alto: 2048 px.

Tamaño de la foto en una actualización de Facebook.

Toda foto que sea subida a Facebook como una actualización, el sistema no la cambia para que quepa dentro de los 403px partiendo desde el centro para publicarla en la actualización siendo luego ajustables sus posiciones horizontal y vertical.

- Ancho: 403 px.
- Alto: 403 px.

Fotos visualizadas en un álbum de Facebook o slideshow.

Es el tamaño máximo que tiene una foto o imagen que será visualizada dentro de un slide show o como parte de un álbum de fotos.

- Ancho: 960 px.
- Alto: 720 px.

Tamaño de las Imágenes para los anuncios en Facebook.

Este punto es muy importante porque es el único tamaño de las fotos que se pueden utilizar para los anuncios publicitarios a través del Facebook.

- Ancho: 100 px.
- Alto: 72 px.
- Tamaño: 5 MB.

Los textos de los anuncios poseen límites de tamaño por lo que se recomienda utilizar variaciones en sus pruebas que permita optimizar el texto dentro de sus parámetros.

- Título: 25 caracteres.
- Mensaje: 90 caracteres.

Actualización del status en Facebook.

Todas las actualizaciones en Facebook, al igual que las imágenes poseen un límite de tamaño, es decir, para escribir el texto de actualización tiene un máximo 63,206 caracteres, mientras que cuando nos respondan o comenten no existe ningún límite de caracteres a ingresar, mucho menos permite desplegar todo el comentario para leer el mensaje.

Tamaño de los Videos en Facebook.

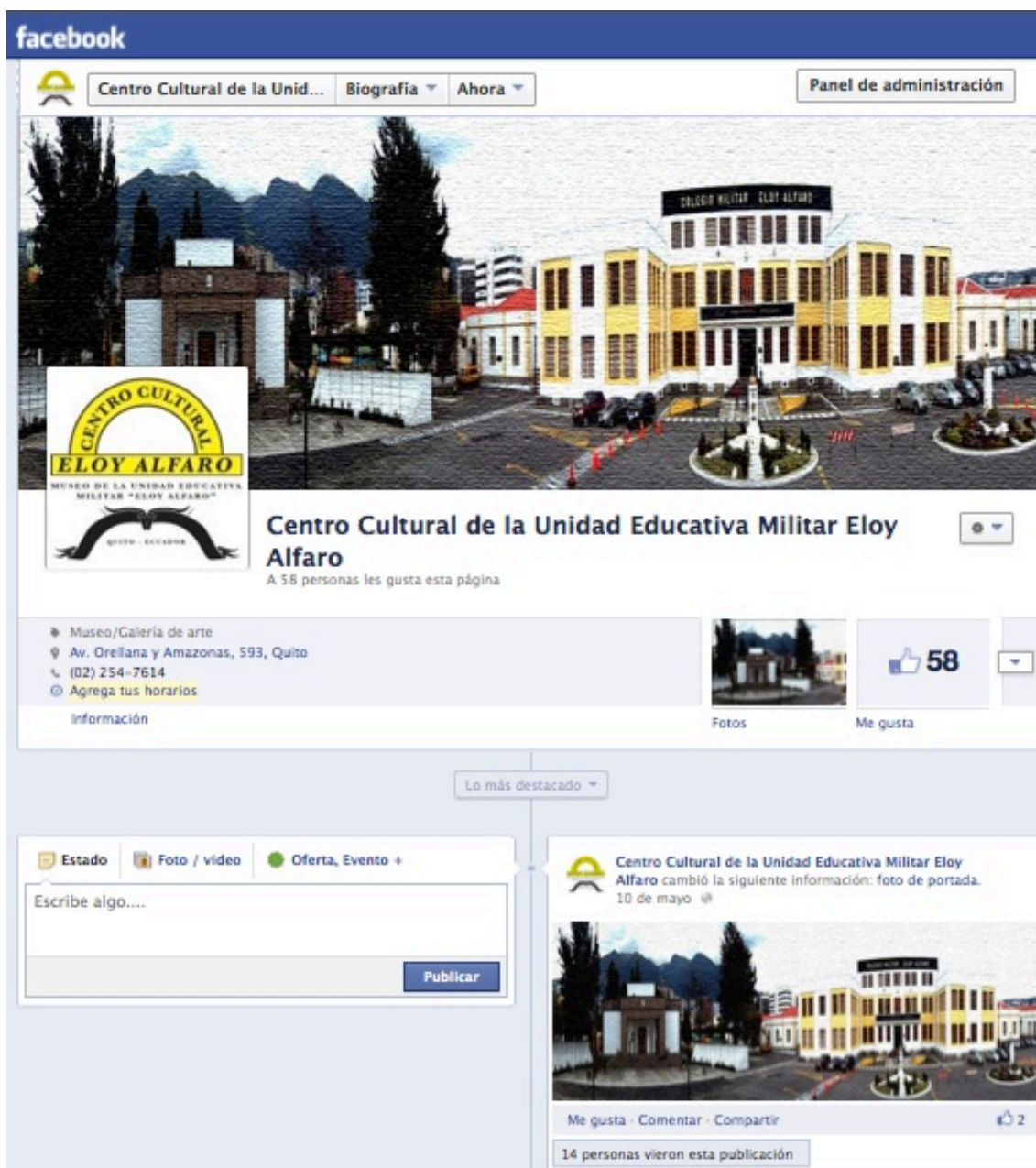
Las nuevas tecnologías permiten grabar videos y publicarlos de manera inmediata a las redes sociales, pero en la red de Facebook el tamaño máximo que se puede subir a Facebook es:

- Tamaño: 1024 MB.
- Duración: 20 minutos.

Sin embargo muchos de los videos sobrepasan el tamaño requerido, de manera que optan por subir el mismo a You Tube o Vimeo, para luego utilizar el enlace y compartirlos dentro de Facebook. Pero si va a subir muchos videos es mejor optar por plataformas dedicadas únicamente a promocionar videos, sino, cuando son videos ocasionales puede hacerlo directamente en Facebook o combinar las dos plataformas para tener un mayor alcance de difusión dependiendo siempre de sus necesidades.

Fan Page de Facebook.

Gráfico No. 26: Portada principal de la Fan Page en Facebook.



Fuente: <https://www.facebook.com/pages/Centro-Cultural-de-la-Unid>

Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Esta es la portada principal de la Fan Page creada en la Red Social FACEBOOK, por ser actualmente uno de los sitios más utilizados por los jóvenes como medio de entretenimiento y las empresas, instituciones u organizaciones también las usan para promocionar sus productos, bien o servicios de manera directa por la interactividad que existe entre empresa y los usuarios.

Diseño de los Soportes Impresos.

Diseño del Afiche.

Gráfico No. 27: Diseño del Afiche del Museo del Centro Cultural “Eloy Alfaro”.



Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

El diseño del afiche muestra un mensaje hacia el público de manera directa, por cuanto buscamos unir los soportes tecnológicos como medio de promoción y difusión del museo para mediante el afiche reforzar la invitación directa de los usuarios a visitar el museo. Su impresión debe ser realizada en Papel Couche Brillante de 200 gramos en formato A0.

Diseño del Tríptico

Gráfico No. 28: Diseño del Tiro del tríptico para el Museo.



Gráfico No. 29: Diseño del Retiro del tríptico para el Museo.



Elaborado por: Darwin Lima Bastidas.

Finalmente se reforzará la difusión del Museo con la entrega de los Trípticos con información actualizada del contenido que posee el Museo dentro de sus Instalaciones. Su impresión debe ser realizada en papel Couche brillante de 200 gramos a Full Color en formato A4, el cuál permite visualizar la calidad de los colores sobre el papel.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

De acuerdo a los datos obtenidos en las entrevistas realizadas a distintos profesionales especializados en el área educativa y administración de Museos, y luego de haber realizado un análisis minucioso basados en el método Analítico - Sintético y el respaldo en las fuentes bibliográficas se concluyo lo siguiente:

- La introducción constante y acelerada de las TIC, genera que los conocimientos básicos del Diseño Gráfico, tengan que ser actualizados constantemente ante una competencia de promoción y difusión a través del Internet, de manera especial en las Redes Sociales, las cuáles en la actualidad mantienen una clara ventaja sobre otros espacios web, siendo este un punto clave en la difusión tanto de empresas, bienes o servicios hacia la comunidad.
- El Ministerio de Defensa Nacional y las Fuerzas Armadas poseen páginas web de sus Museos, pero no han sido actualizadas a la par de las nuevas tecnologías y diferentes medios de comunicación por razones internas.
- Actualmente los jóvenes no sienten mayor interés por visitas o recorridos culturales, aprovechando las aplicaciones del internet y las redes sociales se puede manejar eso.

Recomendaciones

En base a los resultados de la investigación se recomienda lo siguiente:

- La aplicación del Diseño Gráfico con los nuevos soportes tecnológicos ayudan a crear nuevas formas de comunicación visual que permiten transmitir un mensaje, bien o servicio de forma directa e interactiva al usuario, como es el caso de los Museos que poseen las Fuerzas Armadas.
- Es necesario crear más Convenios Institucionales que permitan la recolección, investigación y Registros Fotográficos de los museos que celosamente albergan dentro de sus Instalaciones.
- Se recomienda, crear una Propuesta Virtual Multimedia que permita la difusión de los museos de las Fuerzas Armadas dentro de sus Instalaciones, como plan piloto se realizará el Portal Web del Museo de la Unidad Educativa Militar Eloy Alfaro de Quito, basados en las encuestas es uno de los museos que muy pocos conocen tanto de su ubicación como de su existencia.

BIBLIOGRAFÍAS

1.- Libros Consultados y/o Utilizados como Referencia.

- ARQ. VÉLEZ J., GONZALO. "Museos Virtuales, presente y futuro", U. C. Venezuela.
- COBO ROMANÍ, CRISTOBAL, PARDO KUKLINSKI, HUGO 2007. Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF, 2007
- GIULANO, VICENT. (08-2001) [On-Line] disponible en: <http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/0107029/portales.html>
- **GUALTIERI**, 1999
- LEOPOLDO, CARLOS. (2008) [On-Line] disponible en: <http://www.carlosleopoldo.com/post/principios-de-diseno-web/>
- **LERIA, ALMUDENA.** (08-2001) [On-Line] disponible en: <http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/0107029/portales.html>
- LUCAS, JUAN CARLOS. "Planeta Web 2.0".
- O'REILLY. Artículo "What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software". 2005.
- PARDO, HUGO K. PLANETA 2.0, "Inteligencia Colectiva o Medios Fast Food", (2012) [On-Line] disponible en <http://es.convdocs.org/docs/index-31161.html>
- RIVIERE, GEORGES HENRI, "Definición de la Museología", 1981, Pág. 21
- REGIL, LAURA. "Museos Virtuales: Nuevos Balcones Digitales", Mexico, 2006, Pag.1.
- RUBERN, ROMAN: "El Eros Electrónico", Madrid, Grupo Santillana de Ediciones S.A., 2000.
- SANZ, VICTORIA. (2007-2012) [On-Line] disponible en: <http://www.definicionabc.com/tecnologia/portal.php>
- TOFFLER, ALVIN. "Shock del Futuro".

2.- Direcciones en Internet

- http://cultura.elpais.com/cultura/2012/05/11/actualidad/1336758326_968742.html
- <https://www.facebook.com/profile.php?id=100000776677346>
- <http://www.museociudadquito.gob.ec/>
- <http://www.yakumuseoagua.gob.ec/>
- <https://www.facebook.com/profile.php?id=1613021197>
- http://www.comil.edu.ec/www2010/index.php?option=com_content&view=article&id=25&Itemid=32
- http://www.midena.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=22&Itemid=54
- <http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/museos-quito-ecuador/quito-museo-escuela-militar-eloy-alfaro.htm>
- <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/unas-breves-consideraciones-sobre-los-museos-ante-el-reto-digital/958/>
- http://www.portalplanetasedna.com.ar/medio_cine.htm,
- http://www.museos.us/exposiciones/historia/virtuales/origen_del_museo/
- <http://www.comil.edu.ec/espanol/bandera.html>
- <http://www.comil.edu.ec/espanol/escudo.html>
- <http://www.comil.edu.ec/espanol/escudo.html>
- http://www.alcayata.com/la_comision/objetivos.htm, Venezuela, 29/08/02

ANEXOS

Anexo 1.- Presupuesto

Como todo proyecto representa una inversión económica, en este espacio se detallan los gastos o rubros necesarios para desarrollar la propuesta:

Potencial Humano:

Diseñador	Creación de Propuesta Virtual Multimedia	\$ 2.400,00

		\$ 2.400,00

Potencial Tecnológico

Portátil Mac	Desarrollo de la propuesta virtual multimedia	\$ 1800,00
Software:	Paquete Adobe CS5 (Licencias)	\$ 699,00
Cámara Digital:	Tomar fotos del museo	\$ 250,00
Arriendo:	Pago arriendo de vivienda (mensual)	\$100,00
Internet:	Banda ancha a 1000 Kbps (mensual)	\$ 39.90
Luz:	Pago de luz eléctrica (mensual)	\$ 25,00
Agua:	Pago de agua de domicilio (mensual)	\$ 11,00
Teléfono:	Convencional y Celular (mensual)	\$ 40,00
Copias:	Fotocopiado de material bibliográfico	\$ 50,00
Bibliografía:	Adquisición de material bibliográfico	\$ 100,00
Movilidad:	Visita al museo, transporte, entradas.	\$ 120.00

(Los valores mensuales son presupuestados para 6 meses)		\$ 3.235,00

Patentes:

Propiedad Intelectual	Patentes Proyecto de Tesis	\$ 12,00

Valor total del proyecto:		\$ 5.647,00