

Sistema de Identidad y Sitio Web **Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea Cubana**

Diseño de Comunicación Visual
Instituto Superior de Diseño de la Universidad
de La Habana
2019-2020

Sistema de Identidad y Sitio Web **Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea Cubana**

Diplomantes:

Heidy Arias Cabrera
Angelica de la C. Reyes Conde

Tutor:

Erick Ortega Villazón

Diseño de Comunicación Visual

Instituto Superior de Diseño de la Universidad
de La Habana

2019-2020

AGRADECIMIENTOS

Heidy

A **Dios** por todo

A mi **Mamichurry** por guiarme, ayudarme y confiar en mí.

A mi **papá** por su apoyo.

A mi **Churry** por estar ahí siempre a pesar de las circunstancias y decirme que todo va a estar bien.

A **Tati** por los consejos vitales, hacer de segunda mamá, por creer en mí y por recortar cuadraditos.

A mi **tío** por motivarme a ser la otra universitaria de la familia.

A mi **hermanito** por la intensidad.

A mi **hermano** por la comida gratis.

A mi **madrina** por su ayuda.

A mi **familia** por sus oraciones.

A mis **amigos** por los buenos momentos.

Al **ISDi** por haber conocido humanitos tan lindos.

A mi **Sis** y a **Mel** por su cariño.

A **Gabo** por hacer de paño de lágrimas virtual en tiempos de pandemia, y por el apoyo emocional.

A **Duni**, de MOON PLUS

En fin, a todos!

Angelica

A mi **mamá**, por guiarme siempre por el mejor camino y por confiar siempre en mí.

A mis **abuelos maternos**, por apoyarme en todo momento.

A **Yovany**, por ser como mi segundo padre.

A mi **hermano**, por siempre darme ánimos.

A mi **papá**, por enseñarme a crecer.

A mis **amigos**, por las charlas nocturnas.

A **Luna**, donde quiera que este.

A **Heidilu** por saber que siempre puedo contar con ella.

A todos los profesores que nos fueron formando durante cuatro años.

A Alejandro Escobar y Maite Fundora por su tiempo.

A nuestro tutor y a su novia, por la guía.

A todos nuestros amigos, en especial a Gabo.

Al ISDi por reunirnos.

RESUMEN

El Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea Cubana es el encargado de exponer el desarrollo de esta, desde los años 50 hasta la actualidad. En él se albergan numerosas colecciones de ceramistas del país en diferentes técnicas y diversos formatos.

El presente trabajo de diploma abarca la concepción de un sistema de identidad y un sitio web para dicha institución. Este proyecto comprende las etapas necesidad, problema y concepto, transitando desde la solicitud del cliente, hasta la conceptualización de una idea viable, que exponga al museo con la calidad que poseen sus colecciones. Se inicia con la etapa necesidad, obteniendo las condicionantes del proyecto. Luego con la etapa problema donde se analizan los factores, teniendo en cuenta homólogos y referentes, el público, el contexto, la tecnología con la que se cuenta para realizarlo y las funciones comunicativas, todo esto arrojando requisitos para el proyecto. Culmina con la etapa concepto, donde se define el discurso visual y las premisas conceptuales en conjunto con las alternativas para arribar a un concepto óptimo.

ÍNDICE

6.....CAPÍTULO 1: **ETAPA NECESIDAD.**

7.....Cliente.

8.....Necesidad.

9.....Condicionantes.

10....CAPÍTULO 2: **ETAPA PROBLEMA.**

11.....Problema.

11.....Objetivos.

12....Factores de diseño.

12.....*Factor Contexto.*

15.....*Factor Uso.*

16.....*Factor Función.*

18.....*Factor Tecnológico.*

22.....*Factor Mercadológico.*

25....Requisitos de diseño.

26....CAPÍTULO 3: **ETAPA CONCEPTO.**

27....Definiciones estratégicas.

28....Discurso visual.

29....Premisas conceptuales.

30....Selección de la premisa.

31....Alternativas.

32....Selección de la alternativa.

33....Variantes.

34.... Prohibiciones.

35.....Restricciones.

36....Selección tipográfica.

37....Tratamiento fotográfico

38....Zonificación.

39....Sitio Web.

40....Aplicaciones.

41....**BIBLIOGRAFÍA.**

43....**ANEXOS.**

44....Entrevista realizada a la directora de la entidad.

45....Ficha arquitectónica.

46....Estadísticas sobre toda la conectividad en Cuba.

47....Estadísticas identidad.

48....Estadísticas Sitio web.

49....Árbol de navegación.

50....Mapa de contenidos.

56....Matriz para la selección de la premisa.

58....Proceso de trabajo.

60....Aplicaciones.

64....**Recomendaciones.**

64....**Conclusiones.**



CAPÍTULO UNO

Etapa **Necesidad**



CLIENTE

Etapa necesidad

El Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea Cubana se sitúa en la Casa Aguilera Mercaderes número 27 esquina Amargura, La Habana. Se funda el 5 de mayo de 1990, con el objetivo de mostrar la historia de la cerámica contemporánea en nuestro país, desde mediados del siglo pasado, desplegando disímiles de obras de singulares creadores en orden cronológico que ilustran momentos significativos de la evolución de esta manifestación artística. Además de promover, cuidar y exhibir el patrimonio cubano, el museo se ha encargado de legitimar esta disciplina y de incentivar a jóvenes a plasmar en este soporte su pensamiento. En la planta alta de la edificación se ubican las exposiciones de brillantes autores cubanos, evidenciando todo el panorama de la cerámica artística desde 1950 hasta la actualidad.

NECESIDAD

Etapa necesidad

El Museo Nacional de Cerámica Contemporánea Cubana se encuentra ubicado en una zona agitada, rodeada de museos, restaurantes, hoteles y cafeterías, donde resulta imprescindible hacerse resaltar entre estos. El Museo está destinado a mostrar el desarrollo de la cerámica cubana a través de todas sus etapas hasta el presente. Su imagen actualmente se encuentra opacada e incluso destemporal, contando con una solución imago tipada que no funciona a pequeñas escalas, ni posee un rendimiento óptimo para web; además no presenta una sistematización de su empleo. La institución no cuenta con ningún tipo de soporte que le permita darse a conocer en el entorno en el que habita, igualmente no presenta un identificador en el exterior para que los transeúntes puedan notar qué establecimiento es. El sitio web que muestra en este momento información relativa al Museo pertenece a la Oficina del Patrimonio Nacional y a la Oficina del Historiador de la Habana, sitios a los cuales ellos no poseen acceso, y la información se encuentra desactualizada, de igual manera dicho sitio no promueve las actividades que realizan ni las obras que exhiben.



CONDICIONANTES

Etapa necesidad

Producción:

Se garantizará la convivencia del identificador con el de la Oficina del Historiador de la Habana.

El Sitio Web contará con un sistema de fácil actualización de contenidos.

Circulación:

Los soportes deberán estar en dos idiomas, español e inglés para el público autóctono y foráneo respectivamente.

Se priorizarán los soportes digitales puesto que tendrán un mayor alcance.

Consumo:

El Sitio Web del Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea Cubana deberá funcionar incluido en el Sitio Web de la Oficina del Historiador.

CAPÍTULO DOS

Etapa **Problema**

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

ETAPA PROBLEMA

Rediseño del identificador y diseño del sitio web para el Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea Cubana.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Rediseñar el identificador visual y diseñar el sitio web del Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea Cubana.

Objetivos Específicos:

Generar la Arquitectura de Información para el sitio web.



FACTOR CONTEXTO

ETAPA PROBLEMA

Contexto Histórico

La historia de la cerámica va ligada a la de casi todas las civilizaciones, pues es una de las industrias supervivientes más antigua en el planeta, conservándose incluso muchos de los procedimientos iniciales.

Generalmente por ignorancia, un gran número de personas consideran atrasados a nuestros aborígenes, algo que no es totalmente cierto, debido a que fueron capaces de crear una cerámica resistente y bellísima. En los museos destinados por la Revolución a nuestros ancestros autóctonos aún se conservan algunos ejemplares. Debido a la llegada de los españoles ocurre una desaparición casi total de la cultura aborígen, dejando solo un vislumbre de su existencia, por lo que se imposibilita la total comprensión de dicha civilización.

Alrededor de los años veinte es que alcanza fulgor y popularidad la inclinación a trabajar la cerámica artísticamente. Se funda una cátedra de cerámica en la Escuela Técnica Industrial de Rancho Boyeros y otra paralela para mujeres en Santiago de Las Vegas, lugar en donde se abre un taller. Entre los años de la década del cincuenta, la fabricación de la cerámica entró en auge, todo gracias a Juan Miguel Rodríguez de la Cruz que invitó a reconocidos pintores. Algunos de estos artistas plásticos fueron Amelia Peláez, René Portocarrero, Wilfredo Lam y Mariano Rodríguez. Desde este espacio de trabajo se consumaron las primeras vasijas decoradas; cada uno de ellos consiguió controlar y ornamentar vasijas muy elaboradas producidas por versados artesanos.

Amelia Peláez después de formar parte del grupo de Santiago de Las Vegas abrió en La Víbora su propio taller junto a otros colegas. Todos ellos asesorados técnicamente por Rodríguez de la Cruz. En ese instante inició un período de experimentación de técnicas y búsquedas artísticas, que dio como resultado el desarrollo de un método cerámico conocido como bajo cubierta. Debido a ello la producción de las piezas se incrementaron y la cerámica alcanzó un apogeo sensacional en toda la isla.

Se fue intensificando el interés por esta praxis, y después del Triunfo Revolucionario se crea el taller de Cubanacán. La cerámica dejó de tener una índole utilitaria para transformarse en un producto artístico de gran valor. Las nuevas producciones comenzaron a conocerse como cerámica escultórica.

Alfredo Bravo fue un referente en esta nueva concepción. Artífices graduados de las Escuelas de Arte también se integraron a la expresión, por ejemplo, Nelson Domínguez, Zaida del Río, Flora Fong y Salvador Corratgé. En los ochenta, otros artistas como Amelia Carballo, Ángel Norniella, Agustín Villafaña y José Ramón González se unieron en el grupo Terracota 4. Quienes aportaron la concreción de fascinantes instalaciones cerámicas. En los convulsos años 90 para todas las esferas del país, incluida la plástica; la cerámica siguió marcando sus pautas con otras experiencias y muchos autores, tanto en instituciones como en unión familiar arrojaron disímiles posibilidades en este quehacer.

FACTOR CONTEXTO

ETAPA PROBLEMA

| Situación urbana

La Casa se sitúa en la intersección de las calles Mercaderes y Amargura, en La Habana Vieja. En la manzana donde se encuentra limita con el Café Oriente, Restaurante Los Mercaderes, el Parque Guayasamín, y el Parque Rumiñahui. Las calles que comprenden esta manzana son Mercaderes, Amargura, Oficios y Lamparilla. La edificación se encuentra en el centro Histórico de La Habana, a una cuadra de distancia de la Plaza Vieja; por lo que es un lugar concurrido; aspecto favorable de acuerdo al sistema de confluencia y centralidad.

| Condiciones de iluminación

Es muy aprovechada la luz natural provista a raíz del patio del inmueble; en la planta baja es muy eficaz; en la planta alta sí es reforzada con luz artificial, debido a que las salas de exposición son cerradas, por lo que necesitan mayor nivel de iluminación para poder contemplar las obras.

| Acceso y circulación

La vivienda solo tiene un acceso, por la calle Mercaderes, además de entrar por la puerta principal se abren las dos puertas de menor ancho que se encuentran a su derecha y que exactamente comunican con el área de expo-venta. Luego de observar el área comercial, algunas obras transitorias que se exponen, y el patio, se continúa en la planta alta el recorrido. Las salas están una a continuación de otra, creando un trayecto alrededor de un cuadrado.

| Regulaciones urbanísticas

Las regulaciones urbanísticas no son más que una suma de disposiciones jurídicas, técnicas y administrativas de carácter urbano y constructivo, acogido en pautas nacionales y sectoriales cuyo propósito fundamental es: dirigir la labor constructiva ciudadana o estatal, el resguardo de los valores culturales, históricos, arquitectónicos y ambientales de los establecimientos humanos. El Decreto Ley N°55 es un documento donde se valoran cada edificación teniendo en cuenta los cuatro Grados de Protección.

La Casa Aguilera es una edificación de Grado de Protección I, los edificios contemplados en este grupo según el Decreto No.55 significa que son: "Bienes de alto valor que deben conservarse íntegramente y en los que se autorizan y recomiendan actuaciones que fundamentalmente tienden a su conservación y restauración". Es decir, son bienes que por su elevado valor arquitectónico y/o artístico o por considerarse ejemplos únicos, deben ser conservados, aunque establezcan una relación inarmónica con el entorno. * (Plan de Desarrollo integral, Grados de Protección).

FACTOR CONTEXTO

ETAPA PROBLEMA

| **Proyectos artísticos**

El Museo ha establecido diversas estrategias para exhibir su patrimonio: charlas, iniciativas promocionales, eventos artísticos tales como las bienales de cerámica, muestras colectivas y exposiciones personales, las cuales han proporcionado una proyección más sistemática de la colección y sus artistas, en el contexto creativo nacional. Además, la Bienal de Cerámica es el evento de mayor trascendencia que planifica y promociona el museo. Se llevan a cabo dos certámenes -de manera alterna- uno sobre esculturas, instalaciones y proyectos; y el otro de vasijas y paneles. Ambos facilitan la oportunidad a artistas de dar a conocer su trabajo y ser premiados cuando así la obra lo merece.

| **Proyectos comunitarios**

La inserción del Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea Cubana dentro de la comunidad se inicia en el año 2005 cuando la institución pasa a formar parte de la Dirección de Patrimonio Cultural de la Oficina del Historiador. Desde entonces se ha sumado de manera activa a los proyectos que ha generado esta entidad dirigido a los grupos considerados vulnerables como niños, adolescentes, jóvenes y adultos mayores.

| **Contexto social**

El Casco Histórico es un sitio muy frecuentado, sin embargo, las visitas libres no son significativas, y se coordinan muy pocas visitas dirigidas.

Un gran problema además es que la mayoría de las personas solo acceden a la planta baja del Museo y no observan la exposición permanente, por falta de información y de comunicación con el personal laboral. Es necesario destacar que hay más presencia de visitantes extranjeros que de cubanos. Incluso el Museo se inserta en la sociedad y convive con la familia cubana, niños, adolescentes y ancianos a través de los proyectos comunitarios que este efectúa.

| **Contexto digital**

El Museo no posee un Sitio Web propio; solo se encuentra en la página de Patrimonios Culturales y esta brinda una información escasa y desactualizada; también se inserta en el sitio web de la Oficina del Historiador Habana Cultural, en el Directorio de Museos. No obstante, tiene una Multimedia interactiva creada por Patrimonio Multimedias, la cual cuenta con exuberante información; dicho producto lo venden en el área comercial del Museo en un CD. Además, no poseen redes sociales.

Actualmente el país se encuentra en un auge con respecto a la conectividad; ETECSA (Empresa de Telecomunicaciones de Cuba), la única de su tipo en la nación, ha generado disímiles de opciones para acceder a internet. En cuanto a los espacios donde se puede acceder a internet, están habilitados parques wifi; que son zonas aglomeradas, usualmente con mucho ruido por el tráfico; están disponibles salas de navegación de ETECSA, hoteles, Joven Club, aeropuertos, e incluso viviendas con Nauta Hogar.

Ver estadísticas de conectividad en Cuba

FACTOR USO

ETAPA PROBLEMA

| Público Externo (primario)

El público al cual está dirigido el Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea Cubana es muy abarcador, desde niños en edad escolar hasta adultos mayores, todos estos deben tener cierta inclinación hacia este arte, dentro de este público cabe destacar a estudiantes de escuelas de arte que estén relacionados con la cerámica e investigadores, también cuenta con un público foráneo que suele visitar museos y están interesados en conocer como es la cerámica en Cuba.

Niños en edad escolar y adolescentes

Los niños en la edad escolar suelen tener cierta atracción hacia el arte de la cerámica y el moldeado en general, ya que esto le permite materializar una idea, a su vez hace que se fomente su creatividad, y los relaja ya que se concentran mucho en la obra que estén creando. Según un informe estadístico ofrecido por el museo de las visitas durante el año 2019 el público en edad infantil que accedió al museo fue específicamente para los talleres que se ofrecen. Los estudiantes que acceden al museo mediante visitas escolares representan el 15% de los visitantes, estos suelen ser alumnos de escuelas aledañas al museo. La mayoría de los niños que se encuentran en edad escolar tienen una gran experiencia en cuanto al manejo de dispositivos y sitios webs, por lo general estos accederán a nuestro sitio con fines educativos, para la realización de algún trabajo o tarea en específico. Estos se suelen sentir atraídos hacia las imágenes, objetos coloridos e iconos grandes y suelen rechazar los bloques de texto extensos. Su enfoque suele ser más a lo metódico que al descubrimiento

de por sí de un sitio web, si no encuentran de una manera rápida el contenido que vienen buscando terminarán saliendo.

Adultos:

La mayoría del público que visita el museo de este rango de edad suele ser para presentaciones de libros, conversatorios y conferencias. Este público suele ir más a lo específico buscando un contenido preciso. Sus intenciones buscan la superación profesional, aún se experimentan ganas de aprendizaje de nuevos contenidos y fomentar los que ya tienen, se percibe un uso muy notorio de las tecnologías, la conectividad cada vez va creciendo más. La cerámica para ellos suele ser un hobby por su carácter relajante, suelen visitar museos con la finalidad de ampliar sus conocimientos.

Adultos mayores:

Los adultos mayores suelen tener más tiempo libre, más paciencia que el resto, pero experimentan un declive en sus habilidades motoras. La práctica en talleres para esta edad ayuda a fomentar la memoria, a ejercitar los músculos, proporcionándoles un espacio donde se puedan sentir estimados por alcanzar determinado logro aumentando su autoestima. Según el informe estadístico del 2019 de visitas al museo la mayoría de los adultos mayores suelen participar en charlas y talleres. Son personas que no están acostumbradas a acceder mediante un ordenador, pero apenas están conociendo como emplearlos, manejan cuerpos de textos extensos, pero a puntajes elevados.

| Público interno (secundario)

Los trabajadores del Museo Nacional de la Cerámica Cubana son personas escolarizadas, todas poseen un dominio sobre la entidad y su historia, estas personas se encuentran en un rango desde adultos jóvenes hasta adultos medios. Dentro de este encontramos profesionales dedicados a la venta de los artículos de cerámica y de libros, estos deben tener un dominio sobre las piezas que se exponen para la venta en el museo, también los promotores culturales deben tener conocimientos sobre las bienales que se han realizados, sobre los talleres y exposiciones actuales. El museólogo especialista es un personal altamente cualificado en el museo pues es el que tiene mayor dominio sobre las obras. La institución también cuenta con personal de mantenimiento encargado de la mantención de las instalaciones.

| Modo de uso

El identificador de una entidad es su mejor manera de perdurar en la memoria de los usuarios, servirá para que este sea reconocido y a su vez promocionado, este último siendo vital pues no cuenta actualmente con ningún tipo de estrategia para promocionarlo en el entorno en el que se encuentra.

El sitio web permitirá gestionar los contenidos, actualizar información, publicar los talleres y eventos que esté desarrollando el museo e incluso dar a conocer las obras que se encuentran a la venta.

FACTOR FUNCIÓN

ETAPA PROBLEMA

| Evaluación del nombre

El nombre del Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea Cubana es en un primer nivel descriptivo (debido a que hace alusión a la función del mismo) y en segundo lugar toponímico (pues hace referencia al lugar donde se encuentra).

El análisis del nombre se basa en los criterios empleados por Joan Costa en su libro del 2003 Identidad Corporativa:

Brevidad: Es un nombre demasiado largo, lo que afecta a su recordación y es natural en el lenguaje popular abreviarlo cuando se habla de él.

Eufonía: El nombre es agradable al oído.

Pronunciabilidad: Son palabras conocidas en el argot popular, sin ninguna dificultad lingüística que moleste su pronunciación.

Recordación: No es recordable debido a su extensión.

Sugestión: El nombre sugiere claramente la función de la entidad, además denota primacía y singularidad.

| Identificador Actual

Composición: Presenta solo una variante horizontal, la cual carece de orden.

Código tipográfico: Uso de una tipografía Semi-Serif llamada Sunset Serial, con remates redondeados, usada en caja alta, con diferentes puntajes, interletrado, y color.

Código de color: Se usa el color rojo (R:193 G:51 B:39; C:17 M:91 Y:89 K:7) y el negro (R:13 G:11 B:11; C:82 M:73 Y:62 K:91). Estos colores son muy distintivos en la historia de la cerámica, además de que el rojo hace alusión al barro; los ceramistas corintios usaban la técnica de la cerámica de figuras negras, donde se empleaban colores como el blanco y rojo oscuro.

Nivel de Representación: El imagotipo es abstracto; se usa una ilustración la cual es un motivo de marpacífico, de la obra plástica de Amelia Peláez, autora de este y otras obras en las que aparece dicho motivo.



FACTOR FUNCIÓN

ETAPA PROBLEMA

| Análisis Funcional de la Multimedia:

Código Tipográfico: Tipografía Sans Serif.

Código de Color: Empleo de colores brillantes y saturados en contraste con colores con baja saturación y claridad.

Código de Composición: Grilla de 5 columnas; en la maquetación se usa la fotografía en dos columnas y el texto en tres.

Código de interacción: Posee hover, solo encima de las imágenes, en las que se coloca una superficie de color con opacidad ya tengan texto o no.

Código de imagen: Empleo de fotografías sin ningún tratamiento respetando la fidelidad de la obra.

Área del Identificador: Esquina superior izquierda.

Navegación: El sistema de navegación es jerárquico. El producto contiene una navegación principal en el centro y en el menú horizontal de la barra inferior que siempre está visible. Agrupan la información en cinco grupos a su vez conformados por subgrupos y listas que ordenan la información.

Tipos de Contenidos: Historia, Salas, Eventos, Obras, Autores.

Tipos de Menú: Menú horizontal.

Sistema de etiquetas: Se emplean etiquetas de anterior y de siguiente.



FACTOR TECNOLÓGICO

ETAPA PROBLEMA

| CMS

Los CMS o sistemas de gestión de contenidos son programas que le van a permitir al usuario un fácil manejo de información de su sitio web, es algo que le va a facilitar a la hora de crear, publicar y editar contenidos en su sitio sin tener que emplear lenguajes complejos de programación. Hoy en día existen tres CMS gratuitos de código abierto que son Wordpress, Joomla y Drupal, cada uno de estos le proporciona al usuario diferentes prestaciones.

Wordpress es uno de los CMS más populares desde su plataforma nos permite crear sitios webs con contenidos escritos, imágenes, videos y más funcionalidades. Al ser uno de los más utilizados cuenta con muchas personas detrás trabajando en nuevas versiones y en nuevos temas logrando así que sea cada vez más grande esta comunidad. Una de sus mayores desventajas es que resulta necesario instalar plugins para casi todo y al emplear tantos, las páginas web se pueden quebrantar. La Oficina del Historiador de la Habana emplea este CMS en todos sus sitios facilitando así la gestión de contenidos. El empleo de frameworks tiene como objetivo principal ofrecer una funcionalidad definida, auto-contenida, siendo construidos los sitios, empleando patrones de diseño, y su característica principal es su alta cohesión y bajo acoplamiento, además de que reducen tiempo en centrarse más en el aspecto visual del sitio. Bootstrap fue desarrollado como un framework que se caracteriza por su alta compatibilidad con navegadores web, además de que permite diseños web adaptables (responsive design). Viene con una disposición de una cuadrilla estándar de 940 px de ancho, que permite ajustar el ancho de las columnas

de manera automática para el trabajo con dispositivos como teléfonos, tablets y computadoras.

| PLUGINS:

Un plugin es un complemento, que añade una funcionalidad específica, pero son muy fáciles de configurar. En cuanto al uso de los plugins para un sitio web resulta imprescindible que no sean utilizados en exceso ya que pueden ralentizar la carga del mismo.

Elementor page builder

Este plugin permite crear una página con una visualidad completamente diferente y sin límites de diseño, su metodología de arrastrar y soltar elementos, conjuntos a observar en tiempo real lo que está sucediendo hace que el diseño del sitio sea completamente en vivo.

Imagify image optimizer

Este plugin comprime automáticamente las imágenes de los sitios webs, haciendo que la velocidad de carga del sitio sea rápida, aunque posea excesivo contenido multimedia.

Use Any Fonts

Use Any Fonts permite agregar cualquier fuente, permitiendo más libertades en cuanto al empleo de tipografías en un sitio web. es otro de los plugins.



FACTOR TECNOLÓGICO

ETAPA PROBLEMA

| Responsive Design

El diseño responsive hoy en día es vital para una correcta visualización de nuestro sitio web. Actualmente son cada vez más las resoluciones de pantalla de ahí que resulta imprescindible tenerlos en cuenta a la hora de hacer un diseño adaptativo, el Responsive Design consiste en que el contenido se adecúe al ancho y alto de la pantalla sin generar ningún tipo de afectaciones a la hora de visualizar el sitio web. Tener en cuenta esto representará grandes ventajas ya que de hecho, los sitios webs que cuentan con un Responsive Design Google los premia permitiendo que aparezcan antes en los motores de búsqueda.

Tras el análisis de las estadísticas de acuerdo al sitio web de Statcounter (<https://gs.statcounter.com/screen-resolutions-stats>) con respecto a las resoluciones más empleadas en nuestro país en los últimos 12 meses, se obtuvieron los siguientes valores:

Móviles:

360x640- 27.48%

Escritorio:

1366x768- 36.3%

Tablet:

768x1024- 10.98%

| Tipografías:

El empleo de tipografías para sitios webs resulta imprescindible, durante mucho tiempo se ha hablado de las tipografías para medios impresos, pero en esta última década ha habido un auge de los medios digitales haciéndose indispensable la búsqueda por un nivel de personalización y estética cada vez más elevado. Antes los sitios webs solamente podían contar con tipografías ya instaladas en el ordenador, todo esto debido a que si se empleaba una fuente y el ordenador no la tenía instalada la maquetación del mismo sufriría cambios. Hace unos 5 años aparecen las llamadas web fonts, abriendo todo un mundo de posibilidades. Las webs fonts no son más que fuentes que se almacenan en un servidor y se descargan junto con las imágenes. Uno de los catálogos más amplios y conocidos es Google Fonts, un catálogo con varios filtros de búsqueda y fácil de usar. La mayoría de estas tipografías tienen licencia para emplearse gratuitamente en sitios webs.

En cuanto al uso de tipografías para web hay que ser precavidos y seleccionar la tipografía que se adecue al mismo. El uso inadecuado de una, puede provocar molestias en la visión y hacer que los usuarios no se sientan cómodos en nuestro sitio. Las tipografías sans serif están diseñadas específicamente para pantalla, teniendo un diseño limpio y geométrico en su mayoría.

Las fuentes con licencia SIL Open Font License o OFL son para uso libre, tanto comercial como personal. Estas poseen disímiles ventajas, dentro de las cuales cabe resaltar que se pueden emplear en los sistemas operativos Macintosh y Windows y poseen una alta compatibilidad lingüística. La mayoría de las tipografías empleadas en el catálogo de Google Fonts poseen este tipo de licencia, además esta permite que las tipografías sean empleadas, modificadas y distribuidas de un modo sencillo.

De acuerdo al sitio www.palbin.com dentro de las tipografías más empleadas para diseño web tenemos:

Gill Sans: Es una tipografía sans serif, muy empleada actualmente debido a su diseño original elegante y versátil.

Helvética: Es una familia tipográfica muy amplia y una de las más influyentes del siglo XX, es una tipografía sans serif, y de aspecto sencillo.

Open Sans: Es una tipografía sans serif humanista encargada por Google y es ampliamente recomendada tanto para medio digital como impreso debido a su alta legibilidad en tamaños pequeños.

FACTOR TECNOLÓGICO

ETAPA PROBLEMA

| Imágenes:

El empleo de la imagen es vital, en una sociedad que fija más las imágenes que los textos, en un sitio web funciona de igual manera. Las imágenes permitirán una mejor visualización de los contenidos. Para sitios web contamos con varios formatos de imágenes: .jpg, .png, .gif, .svg a continuación hablaremos de un modo más detallado sobre ellos, pero antes debemos aclarar que existen dos tipos de imágenes digitales, por un lado, tenemos los mapas de bits, estas son una de las más usadas pero estas imágenes tienden a pixelarse cuando se agranda su tamaño y por otro lado tenemos las imágenes vectoriales que se pueden redimensionar sin llegar a la pixelación.

Dentro de los modelos de color más conocidos tenemos el RGB y el CMYK. El modelo de color RGB funciona mediante la suma de los colores primarios Rojo, Verde y Azul y mediante esto se pueden obtener el resto y es un método aditivo de luz. Es el método más empleado en el mundo digital. En el modelo de color CMYK se obtienen los colores mediante la sustracción de la luminosidad del color. Los colores que se emplean son el Cian, Magenta, Amarillo y Negro. Estos son los mismos que presentan los sistemas de impresión de ahí que sea el más utilizado para medios impresos, ya que así se perciben los colores lo más cercano a la realidad posible.

| Formatos de imagen:

.JPG

Este formato es comprimido, posee una gran variedad de colores y es muy recomendado para mostrar imágenes en la web pues estas no ocupan un tamaño muy elevado. Por otro lado, este tipo de formato genera pérdidas, y se puede percibir imágenes pixeladas, no es recomendado para ilustraciones o dibujos.

.PNG

Este formato por su parte no presenta pérdidas, es comprimido y acepta fondos transparentes, pero al poseer estas cualidades hace que las imágenes tarden mucho más en cargarse y hay muchos navegadores antiguos que no soportan este formato de imagen.

.GIF

Las imágenes en este formato igual que las anteriores son comprimidas y no son muy pesadas, pero para este formato la profundidad de color esta reducida a 256. El peso de estas imágenes está directamente proporcional a la cantidad de colores que esta tenga, mientras más colores posea, más pesado será el archivo que lo contenga.

.TIFF

El formato .tiff es muy recomendado por sus resultados, brinda imágenes de muy alta calidad y con una resolución muy elevada, es un formato sin pérdidas, pero al ser imágenes con tanta calidad suelen ser muy pesadas, y salvo para un uso profesional no es práctico conservarlas.

.SVG

El formato .svg es vectorial y presenta una elevada flexibilidad y a la vez calidad. Al ser un formato vectorial las imágenes son escalables, pesan poco y permite a un tamaño reducido una buena definición.

FACTOR TECNOLÓGICO

ETAPA PROBLEMA

| Sistemas de impresión:

Desde el surgimiento de la imprenta el mundo de los medios impresos se ha encontrado en constante evolución cada vez se crean nuevas tintas que permiten resultados muy atractivos y son más los sistemas de impresión.

La impresión digital es uno de los métodos más sencillos y más empleados comúnmente, se imprime en superficies lisas como papel, cartulina, papel fotográfico, telas, plástico y se puede imprimir por inyección de tinta o por impresión láser. Este sistema es recomendado para tiradas de bajo volumen, y muchos suelen utilizarla de manera urgente pero el sistema solo imprime en el modo CMYK y pueden notarse ciertos cambios en el color.

El sistema de impresión offset funciona con placas de aluminio, que transfieren una imagen hacia una manta de goma y luego rueda esa imagen sobre la superficie que se desea imprimir. Este proceso nos permite muchos productos a velocidades rápida y con una muy elevada calidad, es un sistema que permite la reproducción de una imagen fiel, pero pueden ocurrir excesos de tintas, al requerir de agua este proceso puede ser que no mantenga el mismo color por mucho tiempo.



Fotografía tomada de internet.

FACTOR MERCADOLÓGICO

ETAPA PROBLEMA

| Identificadores Nacionales.

Tipología de nombre: Por lo general los nombres suelen ser descriptivos aludiendo a la labor de la institución en un primer instante, aunque también se perciben nombres toponímicos indicando el lugar de la instalación e incluso en ocasiones se encuentran algunos que corresponden a varias clasificaciones.

Camino gráfico: Existe un predominio de soluciones imagotipadas con su logotipo. Usualmente los imagotipos suelen ser en su mayoría icónicos y alfabéticos. Los logotipos suelen ser por un lado Logotipos tipográficos estándar y solamente en uno de los casos se analizó un logotipo tipográfico singular. Los imagotipos icónicos de las soluciones analizadas suelen ser figurativos.

Código Tipográfico: Las familias tipográficas más empleadas en los identificadores nacionales son sans serif, en algunos casos emplean ambas familias y usualmente se emplean en caja alta.

Código de color: Se percibe un predominio de soluciones acromáticas en la mayoría de los identificadores analizados.

Código compositivo: Generalmente las composiciones de estos identificadores suelen ser horizontales, colocándose el imagotipo encima del logotipo.

| Identificadores Internacionales.

Tipología de nombre: En su mayoría los nombres suelen ser descriptivos y toponímicos, aunque en algunos casos toman más de una clasificación. También se perciben algunos museos cuyo nombre hace referencia a sus fundadores e incluso nombres formados por siglas.

Camino gráfico: Fundamentalmente se perciben más soluciones logotipadas, donde se encuentran principalmente logotipos tipográficos estándar que emplean tipografías reconocidas, a las que no les realizan ningún tipo de cambio. Las soluciones imagotipadas por lo general cuentan con un imagotipo alfabético e icónico, estos con un predominio de imagotipos figurativos.

Código Tipográfico: Se suele emplear sans serif tanto para los logotipos como para los genéricos, estableciendo jerarquías por peso. En algunos casos emplean tipografías serif, pero con rasgos antiguos que reflejan la esencia del contenido del museo.

Código de color: La mayoría de los identificadores analizados son acromáticos, muy pocos emplean un color en el identificador, en algunos casos estos hacen alusión a los materiales que hay en el museo.

Código compositivo: Las composiciones en su mayoría son horizontales.



MEET AT

FRANS HALS
MUSEUM

HAARLEM

FACTOR MERCADOLÓGICO

ETAPA PROBLEMA

| Sitios Nacionales

Menú: Por lo general los sitios analizados presentan en su mayoría un menú horizontal con etiquetas nombradas teniendo en cuenta nombre de etiquetas de proyectos homólogos, suelen tener de seis a ocho etiquetas textuales. Todos los sitios presentan el menú fijado para facilitar la navegación.

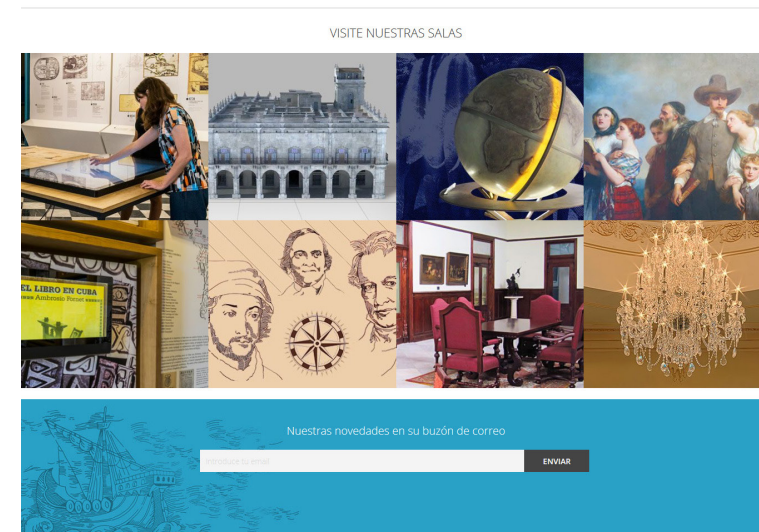
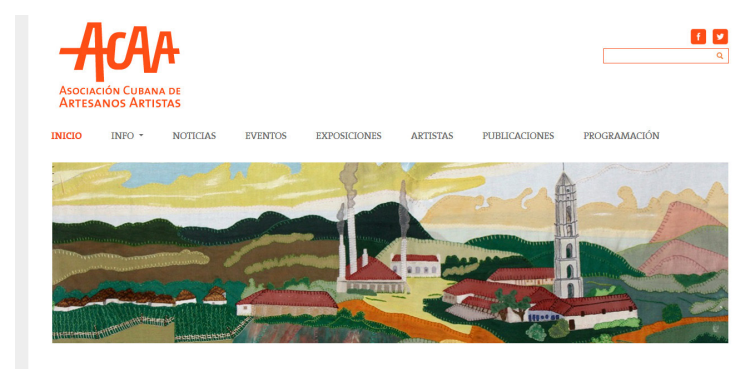
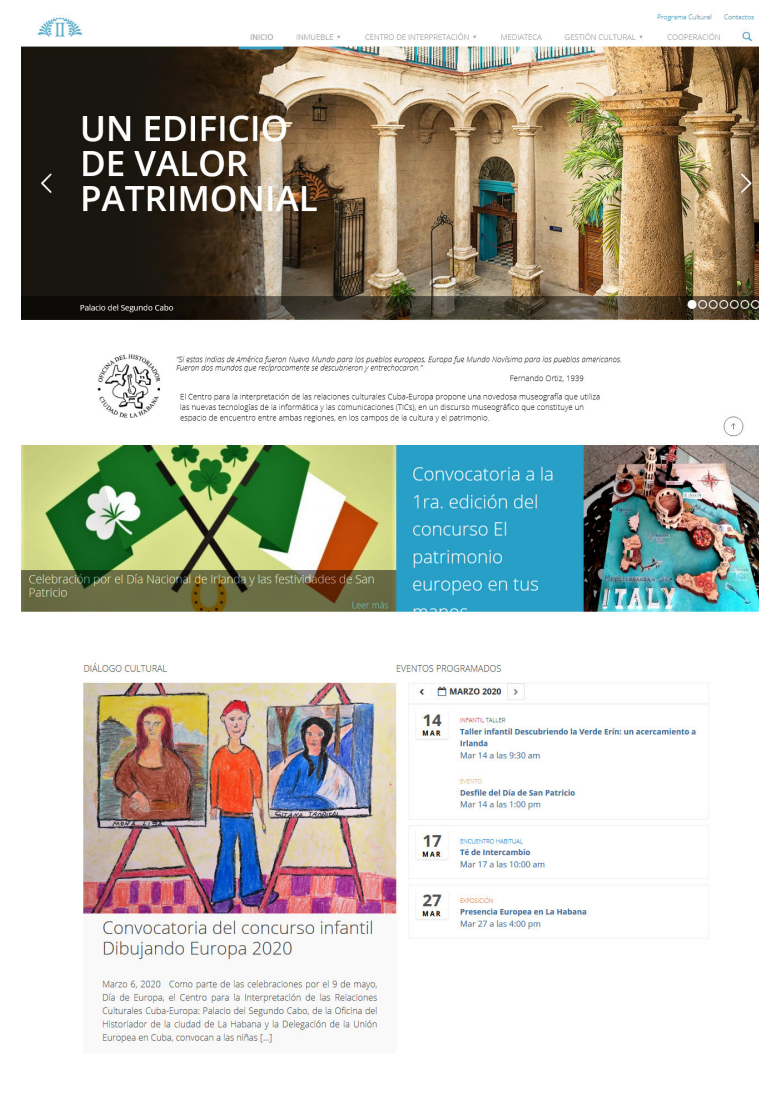
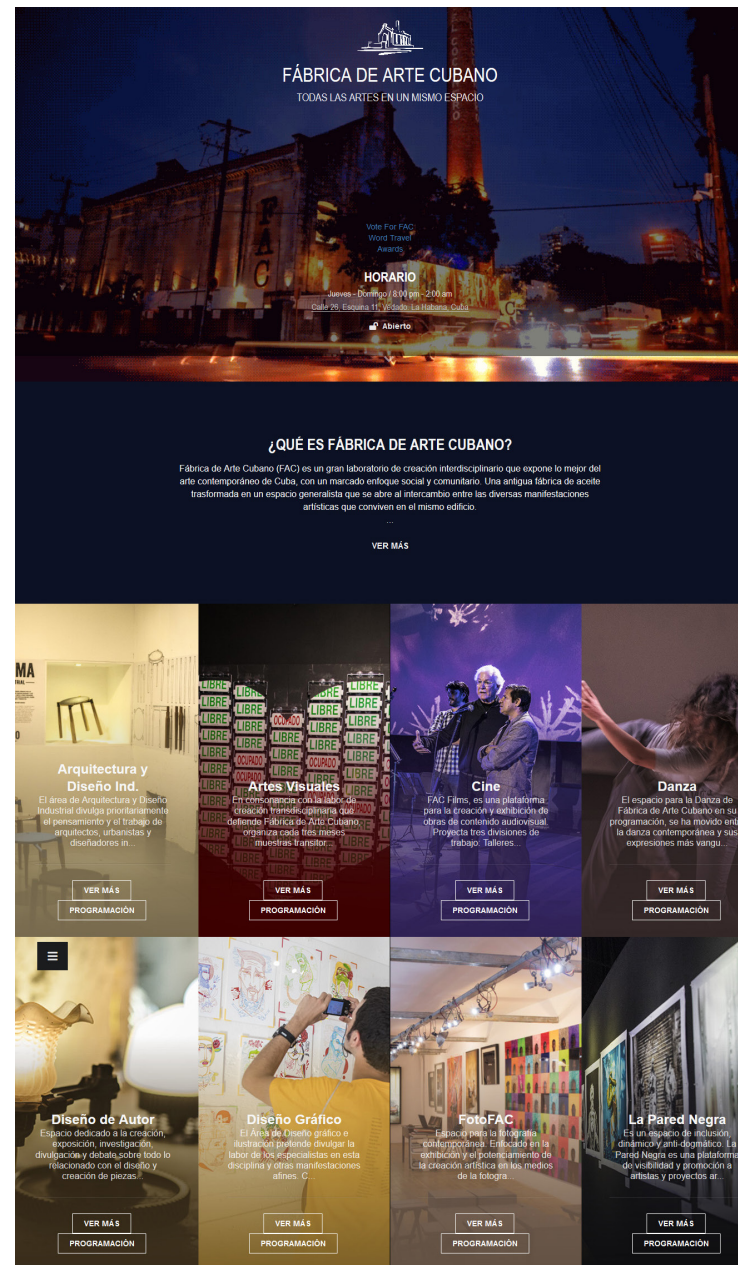
Cabezal: En esta zona la mayoría de los sitios emplean el identificador y el menú solamente. Por un lado, el identificador suele encontrarse en la mayoría de los sitios en el lateral izquierdo, mientras algunos lo emplean en el centro del cabezal. Ninguno de los sitios analizados emplea sistema de iconos en el menú. En todos se emplea un filtro de búsqueda por palabras claves.

Pie de Página: Los sitios que emplean pie de página suelen albergar ahí información sobre el contacto, redes sociales, información legal e incluso enlaces tanto a otros sitios como secciones del sitio web.

Navegación: todos los sitios analizados presentan un sistema de navegación jerárquico, con una barra de navegación visible en todo momento la cual contiene las etiquetas desplegadas a través de las cuales el usuario puede acceder al contenido que necesita.

Recursos Formales: La mayoría de los sitios emplean familias tipográficas Sans Serif, pero con variantes de tamaño y peso para generar jerarquías a lo largo del sitio. Muy pocos emplean tipografías sans serif y serif en el sitio y los que lo

hacen emplean tipografías sans serif para cuerpo de texto y serif para títulos. Principalmente utilizan colores acromáticos para el fondo y si emplean color es para guiar la navegación en el sitio a través de los elementos interactivos, que estos suelen ser imágenes y enlaces. Emplean como recurso interactivo en su mayoría cambios de color en los elementos con los que el usuario puede llegar a interactuar.



FACTOR MERCADOLÓGICO

ETAPA PROBLEMA

| Sitios Internacionales:

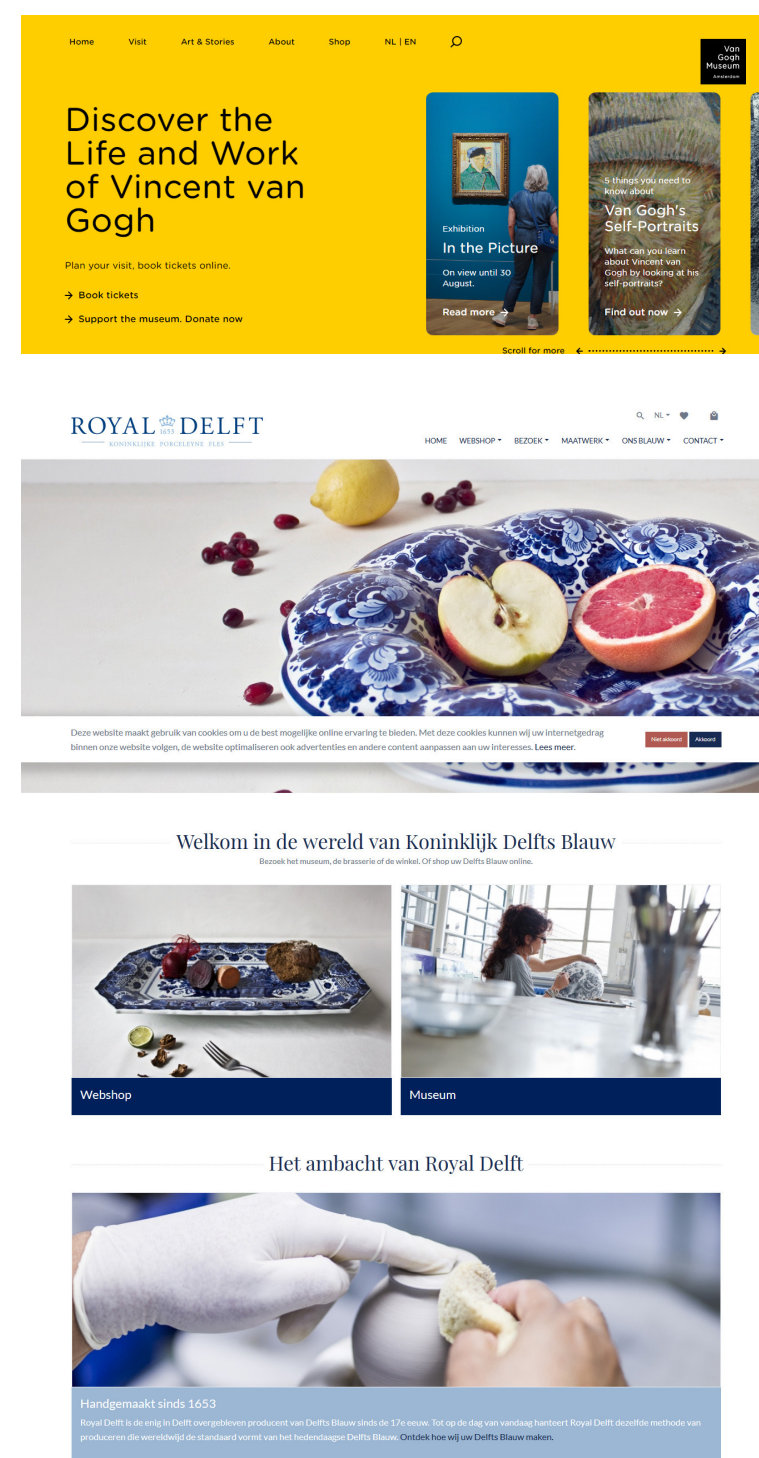
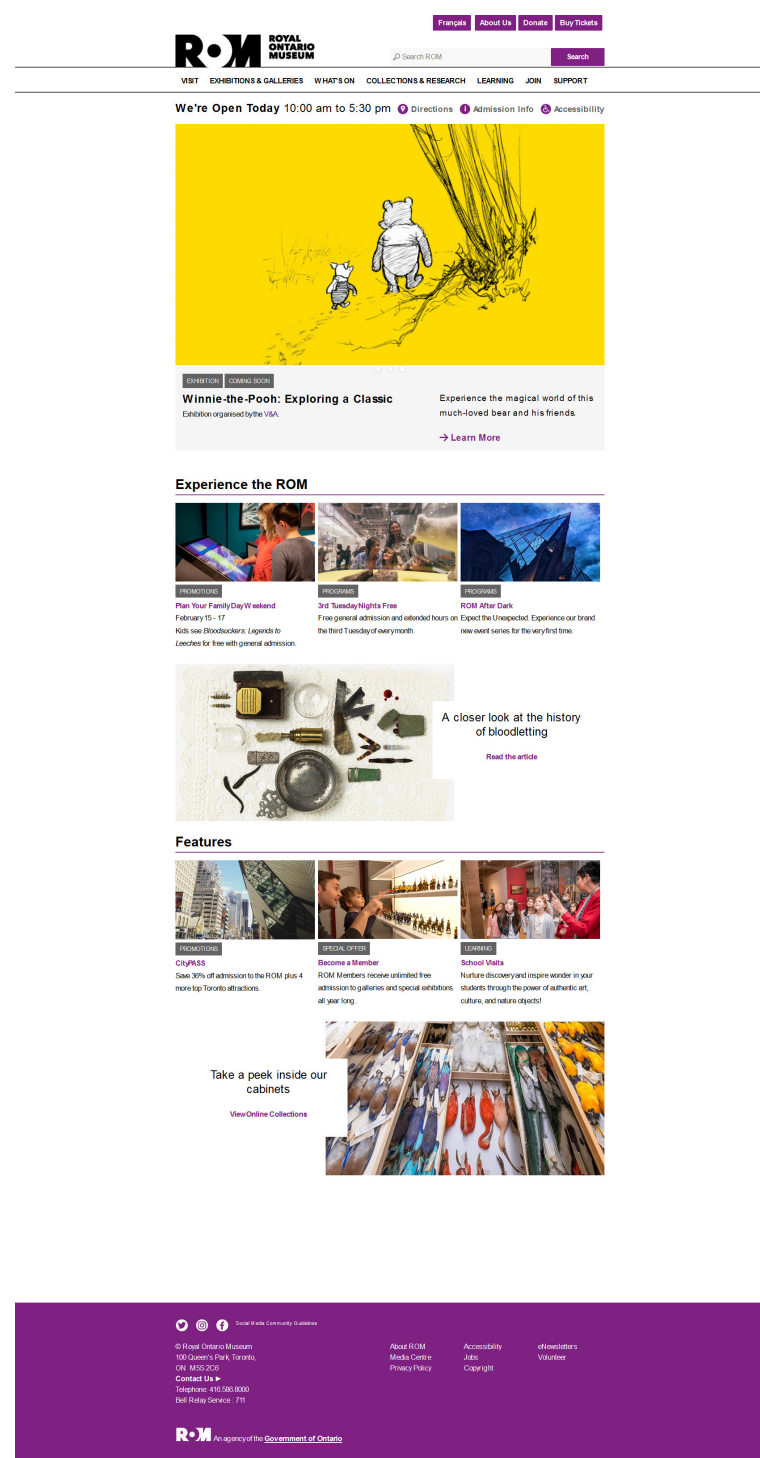
Menú: La mayoría de los sitios emplean un menú horizontal fijo el cual contiene de cuatro a diez etiquetas, las cuales fueron nombradas teniendo en cuenta nombres de proyectos homólogos. Todos los sitios analizados presentan en el menú un sistema de búsqueda por palabras clave. Muy pocos presentan en el menú una etiqueta para cambiar el idioma del sitio.

Cabezal: En el cabezal de la mayoría de los sitios se suele colocar el identificador y el menú horizontal, en muy pocos casos colocan en esta área enlaces a redes sociales y el buscador del sitio. Suele colocarse el identificador en la esquina superior izquierda, manteniéndose siempre visible, mientras que otros emplean el identificador en la parte central del sitio.

Pie de Página: Es recurrente el empleo de pie de páginas en los sitios que se analizaron en estos ubican enlaces que permiten la navegación dentro del mismo sitio, pero también pueden contener enlaces externos, además de datos de contacto e incluso las redes sociales.

Navegación: La navegación en todos los casos es jerárquica con el menú visible en todo momento por el cual los usuarios pueden acceder al contenido del menú fácilmente, además de contar con un pie de página que permite una segunda navegación. Todos los sitios analizados presentan hipervínculos que dirigen al usuario dentro del sitio e incluso en ocasiones a lugares externos.

Recursos Formales: Es recurrente el empleo de tipografías sans serif para los sitios analizados, empleando siempre una familia tipográfica que posea varios pesos y estableciendo jerarquías por peso y puntajes. En algunos casos emplean dos familias tipográficas contrastantes serif y sans serif, empleando esta última para titulares. Emplean colores acromáticos en su mayoría para los fondos en muy pocos casos emplean planos de colores saturados en los fondos. Usualmente emplean un color para guiar la interacción a través del sitio web y este suele ser un color presente en el identificador. Presentan microinteracciones mínimas en los elementos interactivos, usualmente emplean filetes o cambios de colores, en muy pocos casos al situar el cursor encima de las imágenes emplean un marco enfatizando la imagen.



REQUISITOS

ETAPA PROBLEMA

Contexto

En el sitio se incluirán todas las exposiciones (fijas y transitorias), los objetos en venta, las actividades artísticas y comunitarias; dando un panorama completo del Museo.

Se emplearán materiales que no alteren las condiciones arquitectónicas de la edificación, dado que es de Grado de Protección I.

Los recursos empleados en el sitio web deberán ser ligeros, que carguen fácilmente sin representar gastos excesivos de datos móviles.

Se creará un perfil profesional en Facebook debido a que es la red social más usada en Cuba.

Uso

Tanto los soportes como el sitio web se diseñarán teniendo en cuenta los idiomas español e inglés para garantizar la comprensión de los usuarios, y en ese nivel de jerarquía.

Se emplearán bloques de texto con la información concisa del tema que se esté hablando con predominio de imágenes.

Función

Los soportes diseñados ponderarán su función identificativa.

Se planteará al cliente una reducción en el nombre de la institución.

El Sitio Web deberá subordinarse al Sitio Web de la Oficina del Historiador.

Se mantendrán los tipos de contenidos de la Multimedia en el Sitio Web.

Tecnológico

Para el medio digital se emplearán imágenes a 72dpi en RGB y para medio impreso imágenes a 300dpi en CMYK.

Los documentos originales para impresión se entregarán a tamaño real y con las tipografías empaquetadas.

Se diseñará el sitio web teniendo en cuenta las resoluciones más empleadas en nuestro país; para Móvil 360x640, para Escritorio 1366x768, y para Tablet 768x1024.

Se empleará el CMS Wordpress con el plugin de maquetación web: Elementor.

Las tipografías que se emplearán en el sitio web serán fuentes gratuitas para uso comercial.

Mercado

El menú del sitio deberá estar fijado.

El identificador del museo se colocará en la esquina superior izquierda.

El sistema de generación de etiquetas será teniendo en cuenta entidades homólogas.



CAPÍTULO TRES

Etapa **Concepto**

DEFINICIONES ESTRATÉGICAS

ETAPA CONCEPTO

Denominación

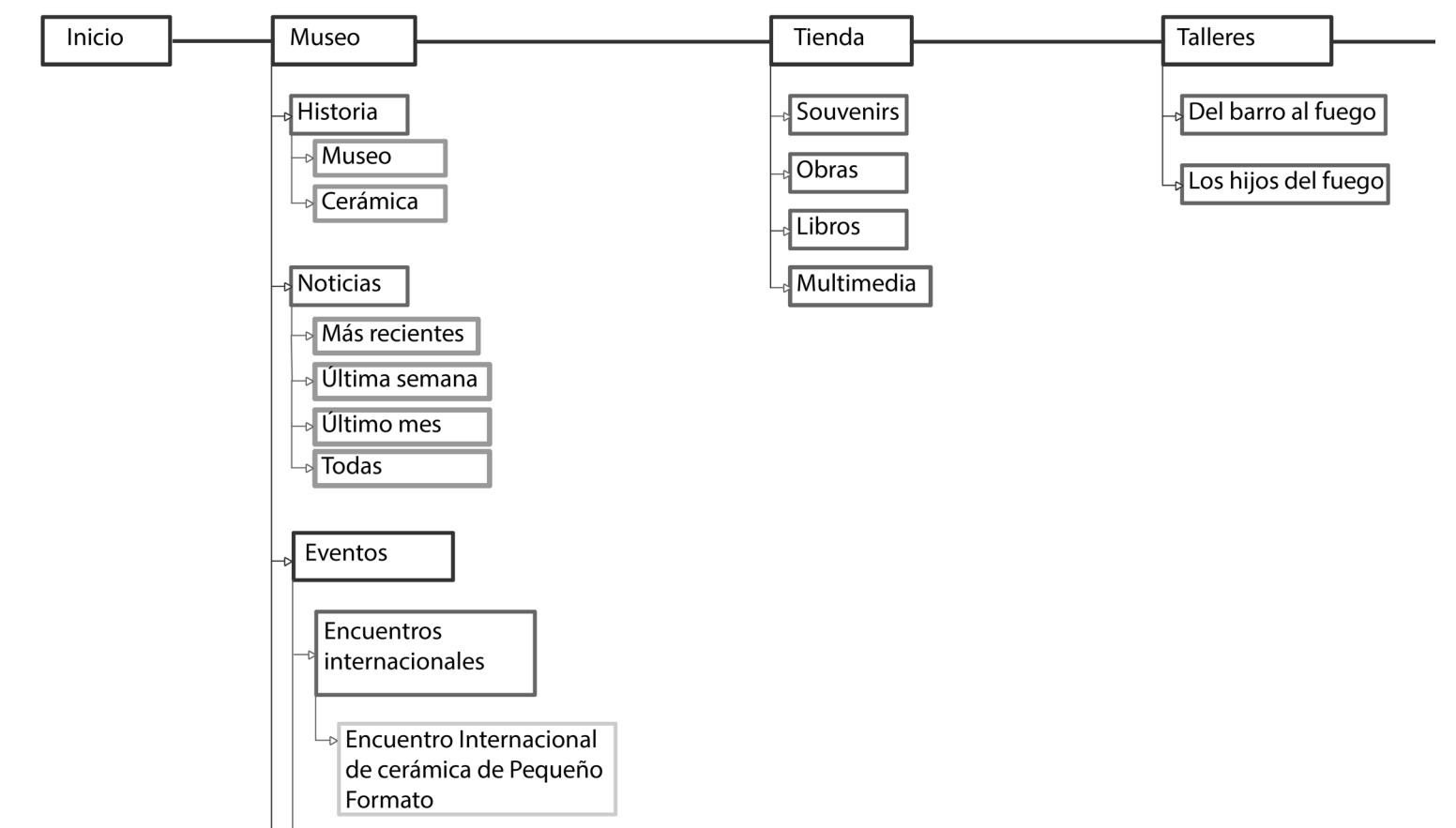
El nombre de la institución es demasiado extenso, y actualmente no figura completo en su identificador visual, lo cual es un error según el cliente. La institución se denomina Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea Cubana. Al analizar sus palabras se llega a la conclusión que Nacional y Cubana cumplen la misma función, por lo que constituye una redundancia; en conjunto con el cliente se decide suprimir de su nombre actual la palabra Cubana. Entonces resultaría como Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea.

Mapa de contenidos

En los anexos del trabajo se muestra el mapa de contenidos en su totalidad.

Árbol de navegación:

En los anexos del trabajo se muestra el árbol de navegación en su totalidad.



DISCURSO VISUAL

ETAPA CONCEPTO

Atributos generales

Patrimonial
Expositivo
Educativo
Investigativo
Conservador(coleccionador)

Atributos específicos

Artístico
Artesanal
Cubana
Contemporánea
Orgánica
Decorativo

Atributos a comunicar:

Patrimonial
Artístico
Artesanal(Cerámica)
Cubana

Rasgos de estilos a emplear:

Código tipográfico: Empleo de una familia seriada con poca variación entre sus trazos.

Código compositivo: Empleo de composiciones sobrias, equilibradas y simétricas.

Código de imagen: Mantener fidelidad en la representación de las obras.

Para las demás fotografías empleo de filtros de colores cálidos, uso de un alto contraste.

Código de color: Empleo de una amplia paleta de colores asociadas a materiales orgánicos o asociadas a las piezas expuestas.

Código de interacción: Establecer un énfasis en el contenido a través de la interacción usando recursos gráficos que incluso pueden guiar la navegación, además de interacciones sencillas y pausadas.

Código de representación: Apropiación de recursos formales que aludan a la cerámica como líneas, planos de color, texturas, e ilustraciones e incluso recursos pertenecientes a las obras.

PREMISAS CONCEPTUALES

ETAPA CONCEPTO

PREMISA 1

Reflejar el proceso de creación de una pieza de cerámica artística empleando elementos representativos que abarquen desde la concepción de la obra, su elaboración y finalmente su exhibición, resaltando así la labor del Museo.

PREMISA 2

Establecer un símil entre el carácter profesional de la institución y el carácter dinámico de su labor analogando elementos representativos de ambos para resaltar la divergencia y dualidad del Museo.

PREMISA 3

Reflejar la riqueza artística de las piezas de cerámica mediante el contraste de elementos propios de cada tipo de cerámica para denotar la versatilidad de este arte.



Fotografía tomada de internet.



Fotografía tomada de internet.



Fotografía tomada de internet.

VALIDACIÓN DE LA PREMISA

ETAPA CONCEPTO

Se concluye tras el análisis, con la selección de la premisa dos debido a que es la que cumple con los valores más adecuados en todos los parámetros observados en la matriz ponderada.

Establecer un símil entre el carácter profesional de la institución y el carácter dinámico de su labor analogando elementos representativos de ambos para resaltar la divergencia y dualidad del Museo.

ALTERNATIVAS

ETAPA CONCEPTO

Premisa I

Reflejar el proceso creación de una pieza de cerámica artística empleando elementos representativos que abarquen desde la concepción de la obra, su elaboración, y finalmente su exhibición, resaltando así la labor del Museo.

Reflejar las características de técnicas y procedimientos empleadas para la obtención de una pieza mediante el empleo de recursos gráficos que aludan a su etapa de confección.

Resaltar las características morfológicas y el tratamiento gráfico de la cerámica artística utilitaria expuesta en el Museo.

Referenciar a través de elementos presentes en la morfología de las piezas de cerámica artística (escultórica) en el museo el proceso de concepción de una obra de cerámica.

Premisa II

Establecer un símil entre el carácter profesional de la institución y el carácter dinámico de su labor, analogando elementos representativos de ambos para resaltar la divergencia y dualidad del Museo.

Mezclar el carácter profesional de la institución resaltando el uso de las iniciales del mismo con su labor dinámica mediante el empleo de tratamientos que se le den a la cerámica.

Establecer una analogía entre la morfología (elemento sobrio y estático) y el acabado de la pieza (pintura, ilustraciones) empleando recursos morfológicos e ilustrativos de las obras.

Premisa III

Evidenciar la riqueza artística de la cerámica cubana referenciando las características de los diferentes tipos de cerámica para denotar la versatilidad de este arte.

Reflejar la evolución de la cerámica a lo largo de los años empleando elementos que connoten crecimiento y que guarden relación con las obras.

Resaltar los disímiles soportes en los que se inserta la cerámica (como vasijas, murales, esculturas).

Aplicar códigos formales e ilustrativos de la obra de Amelia Peláez (importante exponente de la cerámica cubana).

SELECCIÓN DE LA ALTERNATIVA

ETAPA CONCEPTO

Se culmina seleccionando la solución 12 de la alternativa 2. La solución aboga por evidenciar el contraste existente en el museo, una entidad encargada de exponer el alto valor de la cerámica en Cuba y a su vez dinámica al realizar talleres y bienales dentro de ella. El concepto parte del empleo de formas estáticas haciendo referencia a la morfología de las obras, pero con un tratamiento dinámico, semejante a los que se le dan a la cerámica.

Ver soluciones en anexos, proceso de trabajo



MUSEO NACIONAL
DE LA **CERÁMICA**
CONTEMPORÁNEA

Variante 1



MUSEO
NACIONAL DE LA
CERÁMICA
CONTEMPORÁNEA

Variante 2



MUSEO NACIONAL
DE LA **CERÁMICA**
CONTEMPORÁNEA

Variante 3



MUSEO NACIONAL
DE LA **CERÁMICA**
CONTEMPORÁNEA

Variante 4



MUSEO NACIONAL
DE LA **CERÁMICA**
CONTEMPORÁNEA

Variante 5

VARIANTES

ETAPA CONCEPTO

Luego de realizar algunos ajustes a la alternativa seleccionada, se obtiene la variante 5 debido a que es la que posee un mayor impacto visual, además de encontrarse justificada por los parámetros anteriores.

Ver soluciones en anexos, proceso de trabajo.

Semántica

Significante - Significado: 70%

Novedad del concepto: 70%

Pertinencia mercadológica: 90%

Coherencia con la realidad institucional: 100%

Sintáctica

Coherencia con el sistema: 90%

Pragmática

Rendimiento en el medio impreso: 100%

Reducción: 90%

Legibilidad: 100%



1



2



3



4



5



6

PROHIBICIONES

ETAPA CONCEPTO

1. No rotar el identificador más de 15°.
2. No modificar las proporciones entre las partes del identificador.
3. No deformar.
4. No cambiar los colores pautados.
5. No aplicar degradados.
6. No cambiar la tipografía del identificador.



ÁREA DE RESTRICCIÓN

ETAPA CONCEPTO

Zona de restricción del identificador, no se debe violar, ni colocando textos ni imágenes, para así garantizar su correcta funcionalidad.

SELECCIÓN TIPOGRÁFICA

ETAPA CONCEPTO

La tipografía empleada para el logotipo es la tipografía Museo, una familia seriada, que presenta muchas variantes, mientras que para el sitio web se emplea la familia tipográfica Asap, una familia sans serif que presenta sus esquinas redondeadas. Presenta variantes de peso lo cual permitirá generar jerarquías a lo largo del sitio web.

Museo Slab 500:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU
VWXYZ 1234567890“(¡¿.,;:;%#/?!)”

Asap:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU
VWXYZ 1234567890“(¡¿.,;:;%#/?!)”

TRATAMIENTO FOTOGRÁFICO

ETAPA CONCEPTO

Se plantean tres tratamientos a la fotografía.

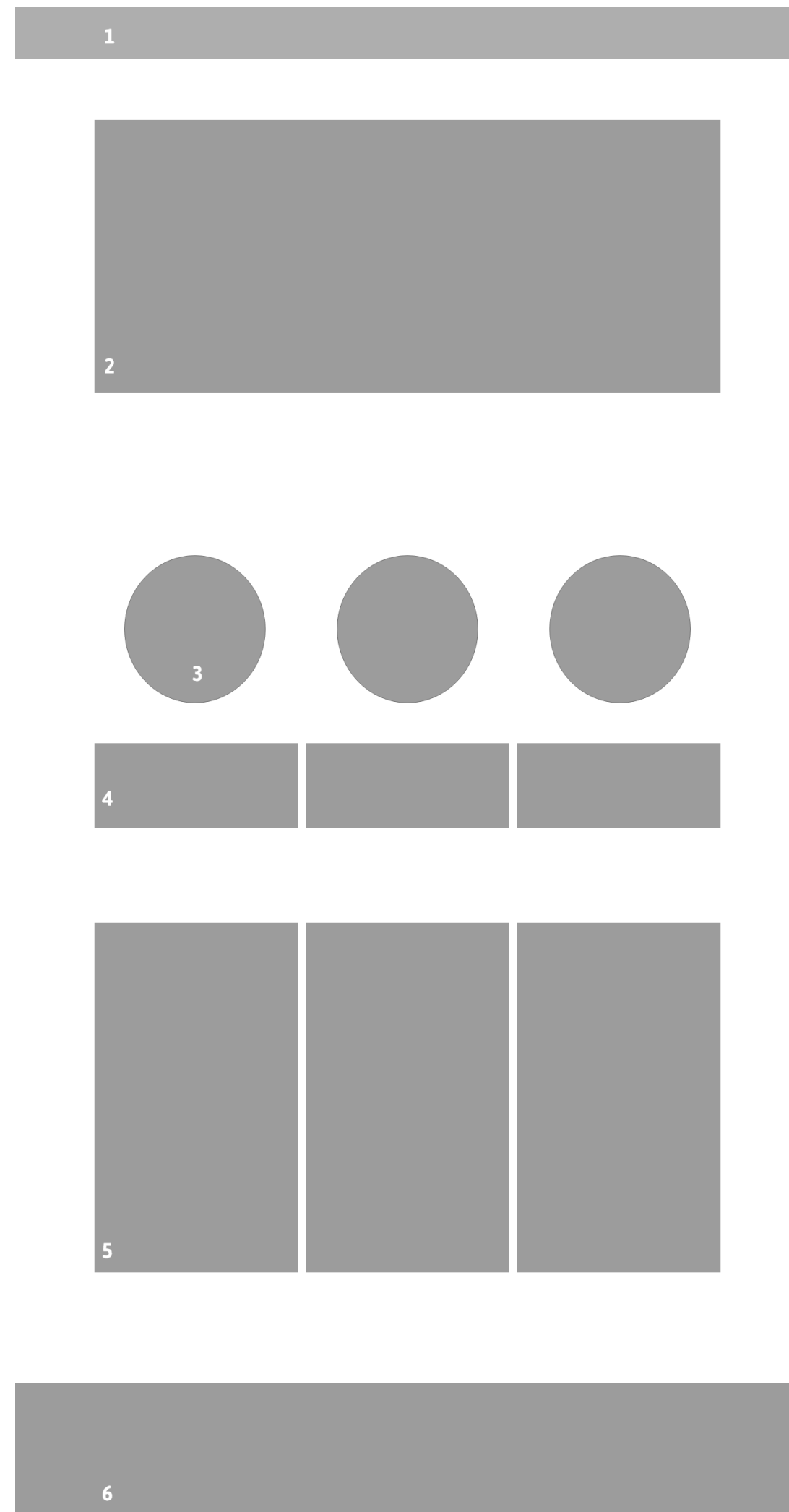
1. Elevar el contraste de la imagen al 35% y colocar un filtro naranja al 80%
2. Aplicar filtros blancos a vasijas de cerámica para que funcionen como gráfica de apoyo.
3. Respetar la fidelidad de la obra en el sitio Web.



Fotografía original

Aumento del contraste al 35%

Filtro naranja al 80%

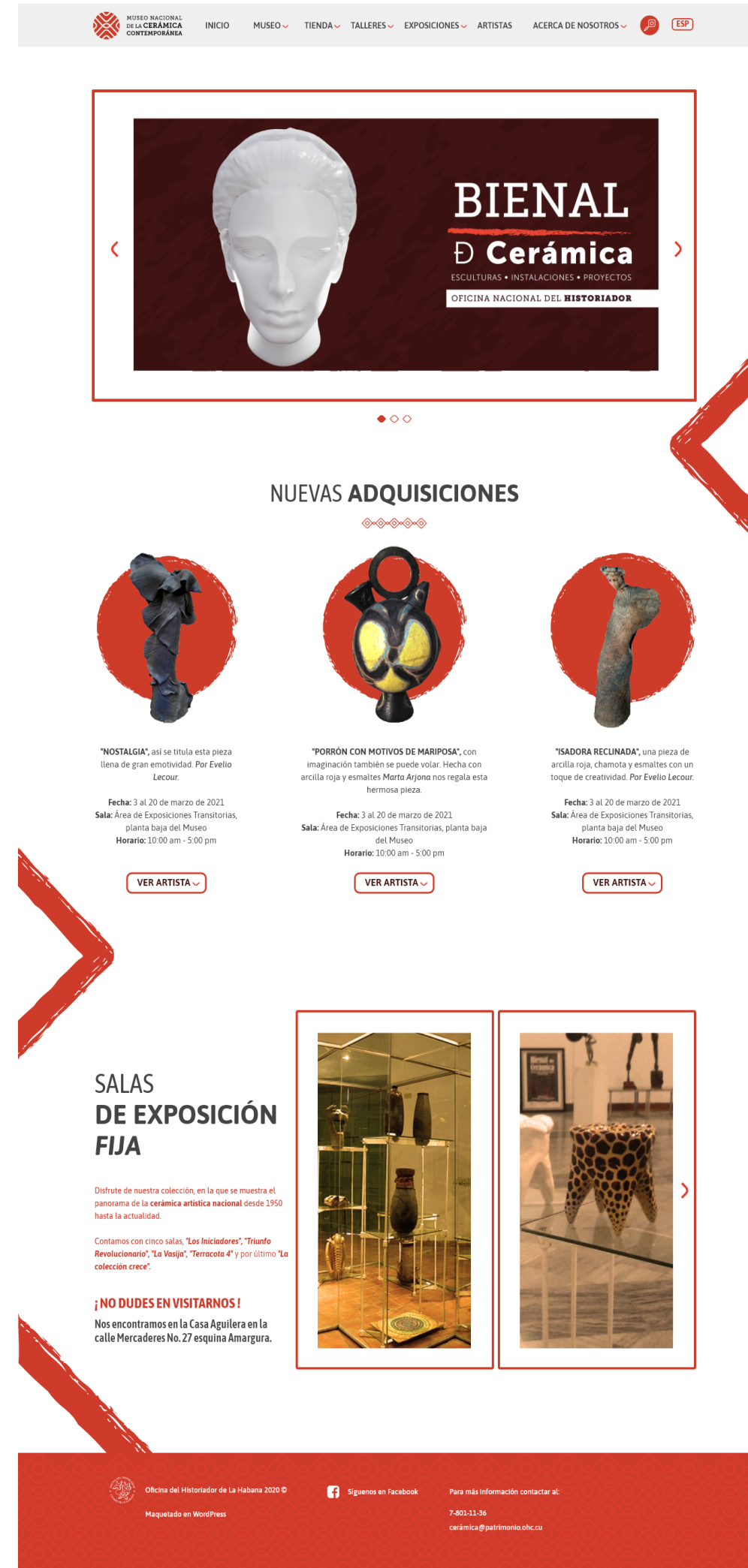


ZONIFICACIÓN

ETAPA CONCEPTO

Leyenda:

- 1. Barra de navegación.
- 2. Noticias.
- 3. Imágenes de las nuevas obras.
- 4. Información sobre las obras.
- 5. Salas del museo.
- 6. Footer.

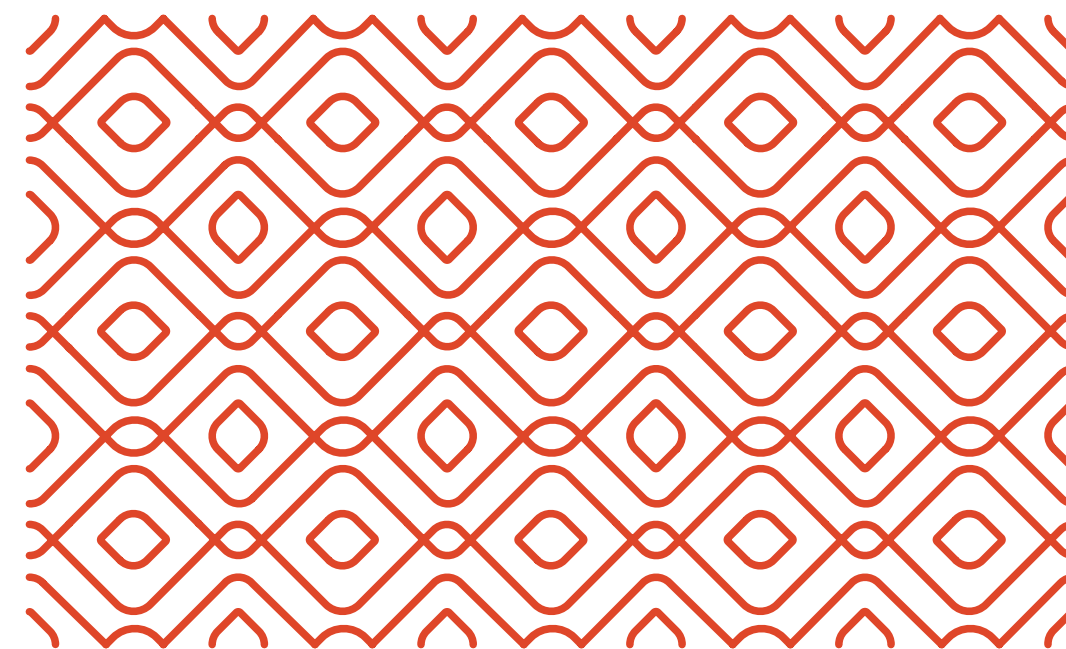


SITIO WEB

ETAPA CONCEPTO



MUSEO NACIONAL DE LA CERÁMICA CONTEMPORÁNEA



CONCEPTO ÓPTIMO

ETAPA CONCEPTO

El concepto óptimo es el resultado arrojado tras una exploración, en busca de reflejar la esencia del Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea. Dicha esencia se refleja en el sistema de identidad que se desarrolla, en conjunto con las aplicaciones. Las cuales le permitirán al mismo un mayor reconocimiento en el contexto en el que se desenvuelve. Se genera un sistema de varias gráficas de apoyo que se emplearán en los soportes de la entidad.

Por otra parte, el sitio web será el encargado de dar a conocer y promover esta entidad tanto a escala nacional como internacional. Fue elaborado empleando una grilla de doce columnas, posibilitando un mayor ajuste del contenido en los diversos soportes móviles.



BIBLIOGRAFÍA

Libros:

Jubrías, María Elena. (2017) La cerámica cubana entre el moderno y el posmoderno. Colección: Arcos, La Habana, Ediciones Boloña.

Olivera Alfonso, Lourdes Eulalia y Vega Montero, Ailec Lyzzet. (2011) Una aventura para crecer, Programa social infantil del centro histórico de la Habana, sistematización, La Habana, Ediciones Boloña.

Nussa, J. (2017). El Museo Nacional de la Cerámica: estrategias educativas y promocionales de su patrimonio cultural. Lima: Ediciones Lassa.

Sitios webs:

Navarro, Daniel Ernesto, 2013. Diseño web por edades. Recuperado el 10 de marzo del 2020, de la webera. Sitio web: <https://www.lawebera.es/diseño-web/diseño-web-por-edades-ninos-adolescentes-adultos-ancianos.php/amp#internet-para-todos>

Martí, Pablo, 2020. Diseño web responsive. Recuperado 10 de febrero del 2020, de Creativo Online. Sitio Web: <https://www.creativosonline.org/blog/30-de-las-fuentes-mas-populares-sans-serif.html>

A, Deyimar, 2020. Mejores plantillas para Wordpress. Recuperado 13 de agosto del 2020, de Hostinger. Sitio Web: <https://www.hostinger.org/blog/30-de-las-fuentes-mas-populares-sans-serif.html>

Torres, Alejandra, 2020. Datos sobre los CMS. Recuperado el 7 de febrero del 2020, de compara hosting. Sitio web: <https://www.comparahosting.com/p/que-es-un-cms/>

Bocado, Daniel, 2019. Usabilidad Web. Recuperado el 9 de febrero del 2020, de Daniel Brocado. Sitio web: <https://www.danielbocado.com/usabilidad-web/>

Raboso, Maria, 2018. El arte de la cerámica. Recuperado el 2 de febrero del 2020, de Maria Raboso. Sitio web: <http://mariaraboso.com/?p=1045>

Wix, Equipo, 2019. Tendencias actuales de la web. Recuperado 11 de febrero del 2020, de Wix. Sitio Web: <https://es.wix.com/blog/2019/12/tendencias-diseño-web-2020>

BIBLIOGRAFÍA



Tesis:

Romero, José Miguel; Sánchez, Aliana Chavely. Aplicación móvil y sitio web para la teoría de diseño básico, 2018. Consultado el 7 de febrero.

Estrada, Gabriela; Gómez, Deborah. Sistema de identidad visual y señalético Colegio Santa Clara, 2019. Consultado el 22 de febrero.

Hernández, Mairelys Yuliet; Olazagasti Rafael Enrique . Diseño del sistema de identidad visual y gráfica ambiental del Museo de Historia Natural Felipe Poey, 2019. Consultado el 22 de febrero.

Cala, Frank E. Diseño de arte final y soportes publicitarios para el libro: Inspirado por Cuba, 2019. Consultado el 13 de febrero.



CAPÍTULO CUATRO

Anexos

ENTREVISTA APLICADA

ANEXOS

Para conocer más a nuestro cliente se le aplicó la siguiente entrevista a la directora del museo, Surisday Reyes Martínez:

1. Nombre y datos generales de la entidad:

Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea Cubana.

2. ¿A qué se dedica su entidad? (Cite cinco funciones básicas):

- Promover la cerámica artística cubana.
- Promover los artistas cubanos en las diversas expresiones de la cerámica (esculturas, vasijas, murales e instalaciones).
- Divulgar la colección en diferentes proyectos: a los diversos públicos.
- Realizar trabajos comunitarios.

3. Defina en una sola frase la imagen o personalidad que usted considera que posee su entidad:

Tipicidad (Es el único en todo el país).

4. Estado actual de la demanda del producto:

No tiene suficiente difusión y divulgación ni a escala nacional ni internacional.

5. Piense en la imagen que desea que transmita su producto:

Espontaneidad, fresca a través de obras que así lo muestren o de detalles de obras.

6. ¿Qué asociaciones pueden hacerse a su entidad?

Símbolos gráficos: Motivos abstractos, volúmenes con esmaltes vidriados, texturas de diferentes materiales.

Colores: Terracota, esmaltes de colores primarios.

Sonidos: Orquesta de Jazz.

Letras, palabras o frases: Artístico, moderno, contemporáneo.

7. Mencione los tres puntos más débiles y más fuertes de la entidad:

Fuertes: Excelente colección; tipicidad; actividad.

Débiles: Promoción; espacios.

8. ¿Qué aspectos de su producto no deben ser destacados?

Se debe ser cuidadoso con la imagen utilitaria y totalmente tradicional con la que suele ser identificada la cerámica.

9. ¿Qué espera de nuestro trabajo?

En lo posible lograr una mayor difusión del museo a partir de las propuestas que han considerado necesarias a implementar.

10. ¿Cuál es el presupuesto destinado al proyecto?

Presupuesto medio.

FICHA ARQUITECTÓNICA

ANEXOS

Ficha Arquitectónica empleada para saber el estado actual del edificio en el que se encuentra el Museo Nacional de la Cerámica Contemporánea.

25/2/2020 Mercaderes No. 213 / Amargura y Lamparilla [Ficha Técnica]

MINISTERIO DE CULTURA
DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN INTEGRAL DE ZONAS DE VALOR HISTÓRICO

Ficha Arquitectónica

LOCALIZACIÓN

Dirección: Mercaderes No. 213 / Amargura y Lamparilla. CP: 10100	Provincia: La Habana	Municipio: La Habana Vieja	Consejo Popular: Plaza Vieja	Código SIT-PM: 230401180701
--	-------------------------	-------------------------------	---------------------------------	--------------------------------

Otras direcciones: No tiene

DATOS DE LA PARCELA - MANZANA

Manzana: 0118	Parcela: 07	Tipo de parcela: Edificado	Área de la parcela: 695.27 m ²	Área de la manzana: 4669.83 m ²	Cant. de parcelas: 9	Porcentaje parcela/manzana: 14.89%
------------------	----------------	-------------------------------	--	---	-------------------------	---------------------------------------

DATOS DEL EDIFICIO

Nombre conocido: Casa Aguilera.					
Grado de Protección: I	Estilo: Barroco	Tipología: Doméstica, Complejo	Época: Siglo XVIII	Año de construcción: desconocido	Hace esquina: Si
Frete de fachada: 19.60 m	Altura: 10.00 m	Plantas: 2	Niveles: 3	Área ocupada: 525.65 m ²	Superficie construida: 1 576.96 m ²

CARACTERÍSTICAS URBANAS DEL ENTORNO

Zona Regulatoria: IV - Singular - Plazas

Inmueble a la izquierda (saliendo): Amargura No. 12 (grado de protección: III, plantas: 1, parcela: 06, inmueble: 2)

Inmueble a la derecha (saliendo): Mercaderes No. 209 (grado de protección: III, plantas: 3, parcela: 08, inmueble: 1)

Edificaciones PÉSIMAS en un radio de 10 m: Ninguna

Edificaciones con GP I ó II en un radio de 20 m: GP:II-Buena

USO DEL SUELO (ACTIVIDAD Y USOS)

Planta baja: Act: Cultura Usos: Museo	Plantas altas: Act: Cultura Usos: Museo
---	---

Actividad predominante propuesta (PEDI-2030): Cultura

ESTADO TÉCNICO Y COMPONENTES ESTRUCTURALES

Tipo de estructura: Mixto

Componentes estructurales:
Muros: Sillería, Vigas: Arco Piedra, Columnas: Piedra, Cubierta: Armadura de madera, Entrepisos: Viga y tabla

Estado técnico: **Buena** (Estructura: Buena, Instalaciones: Buena, Impermeabilización: Buena, Terminación: Buena)

[Acción constructiva: " Mantenimiento "]

Nota:

Esta ficha ha sido generada de manera automática a través de una consulta al Sistema de Información Territorial de Plan Maestro el 25/02/2020 a las 15:55:05 America/Havana. Plan Maestro se responsabiliza por la veracidad de esta información. Los datos pueden ser reproducidos total o parcialmente siempre que se haga referencia a: Plan Maestro, Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana, www.planmaestro.ohc.cu

Impreso por: Arturo Alexander Pedraza Ales
Especialista B en Planificación y Gestión Integral de Zonas de Valor Histórico

ESTADÍSTICAS DE CONECTIVIDAD

ANEXOS

Según el sitio Statcounter y We are social se obtuvieron las siguientes estadísticas con respecto a la conectividad en Cuba:

Total de habitantes de Cuba: 11.33 millones

Usuarios de Etecsa: 5.77 millones de líneas móviles

Cuántos usan internet: 7.10 millones 63% de la población

Cuántos usan Redes sociales: 7.70 millones 68% de la población

Red Social más usada: Facebook 59.3%

Sitios Wifi: 1513 (1034 de ETECSA y 479 de terceros)

Salas de navegación: 682 (214 de ETECSA y 468 de otros)

Radio bases: 3082

Nauta Hogar: 124 770

Comparación Conexión 3G vs 4G: (Datos tomados de fonoma, junio de 2019)

Pico de velocidad: 10 mbps / 100 mbps.

Velocidad promedio: de 1 a 3 mbps / de 20 a 50 mbps.

Cantidad de radio bases: 1255 / 94.

Zonas con cobertura: Todas las provincias / Zonas seleccionadas.

Usuarios potenciales: 2 500 000 / 71 000.

Usuarios diarios: 221 000 / 5000.

Dispositivos más usados en Cuba:

Móviles: 63.5%

Escritorio: 35.78%

Tablet: 0.73%

Sistemas operativos más usados:

Android: 56.63%

Windows: 31.79%

iOS: 7.47%

Unknown: 1.91%

Linux: 1.29%

OS X: 0.8%

Navegadores más usados:

Chrome: 63.06%

Firefox: 21.36%

Safari: 7.27%

Samsung Internet: 3.09%

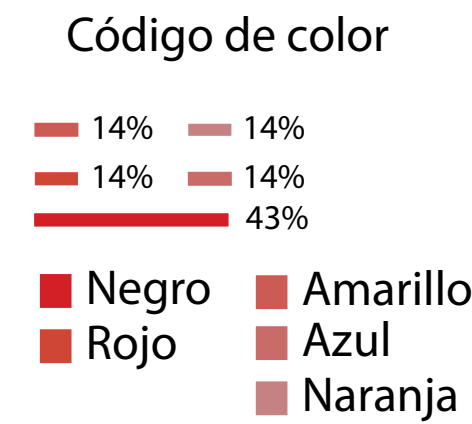
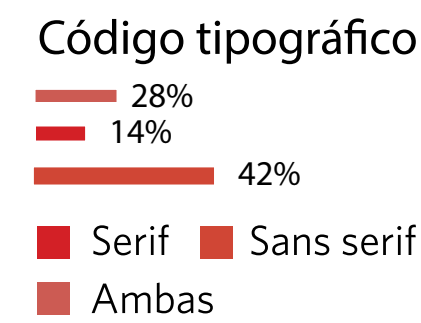
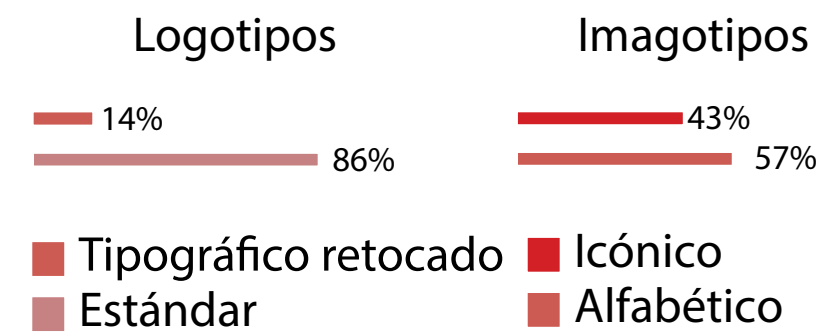
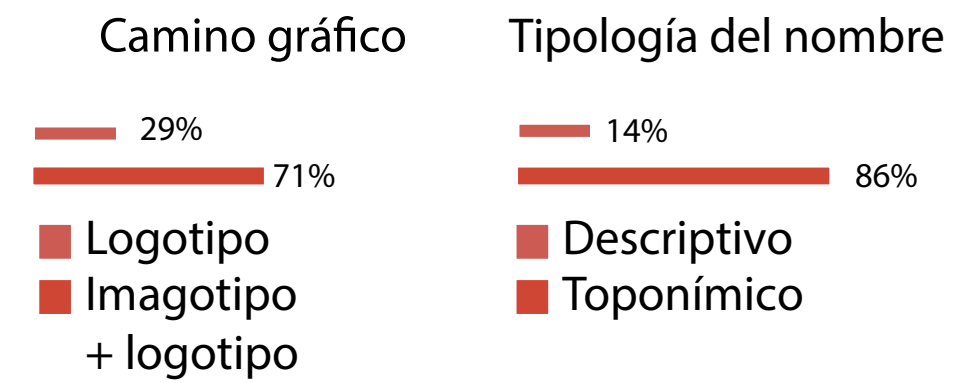
Opera: 2.56%

Android: 0.52%

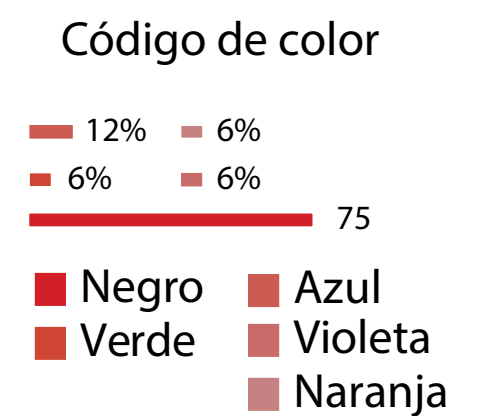
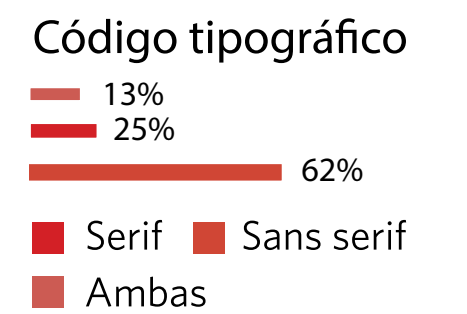
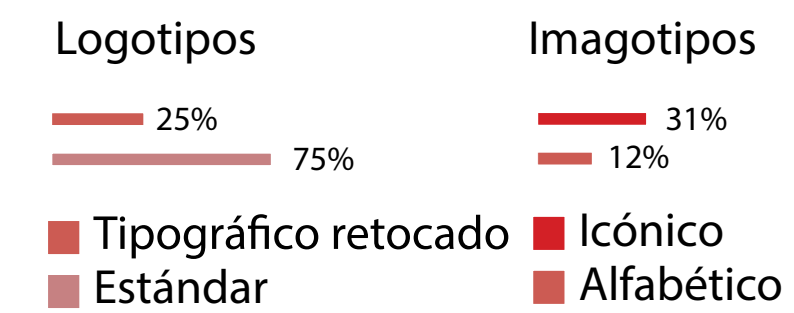
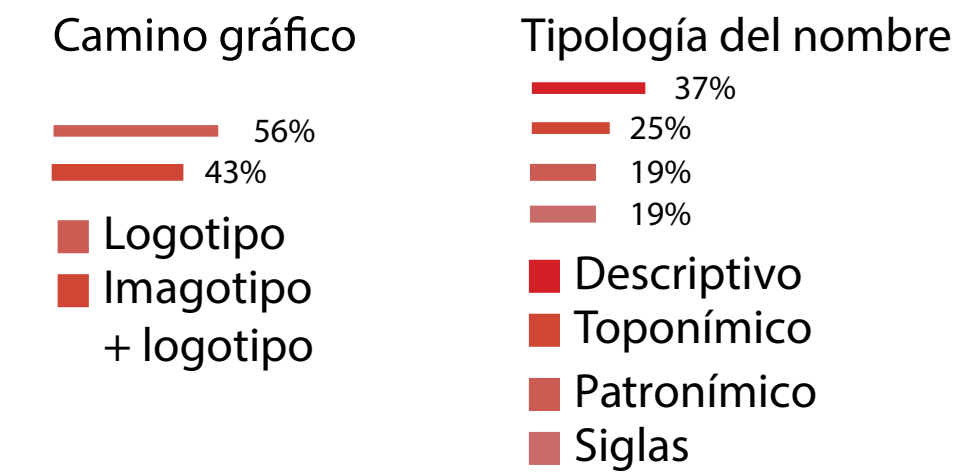
ESTADÍSTICAS IDENTIDAD

ANEXOS

Nacionales:



Internacionales:

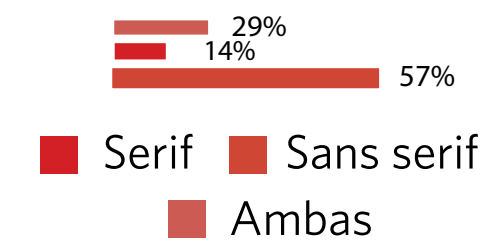


ESTADÍSTICAS SITIOS WEBS

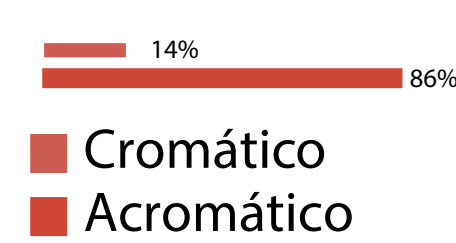
ANEXOS

Nacionales:

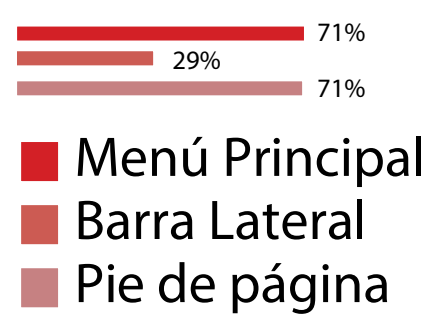
Código Tipográfico



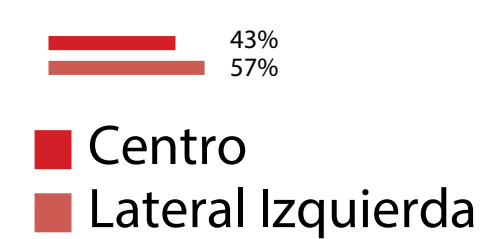
Código de color



Navegación

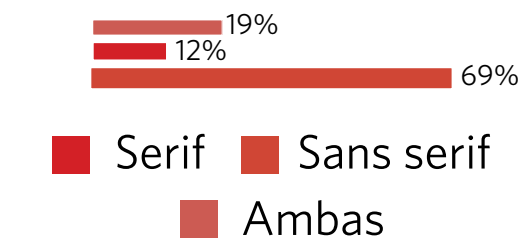


Área del Identificador

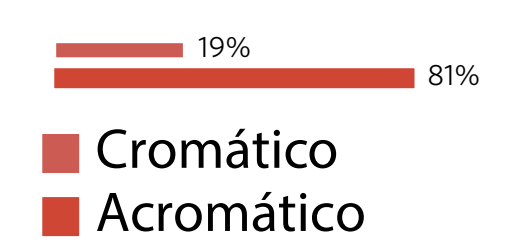


Internacionales:

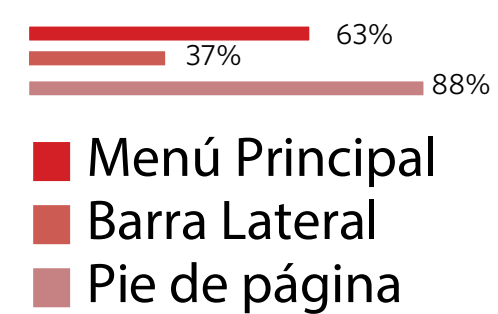
Código Tipográfico



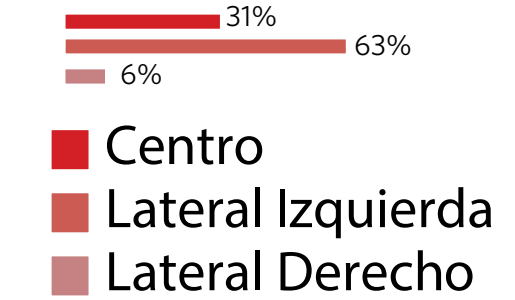
Código de color



Navegación

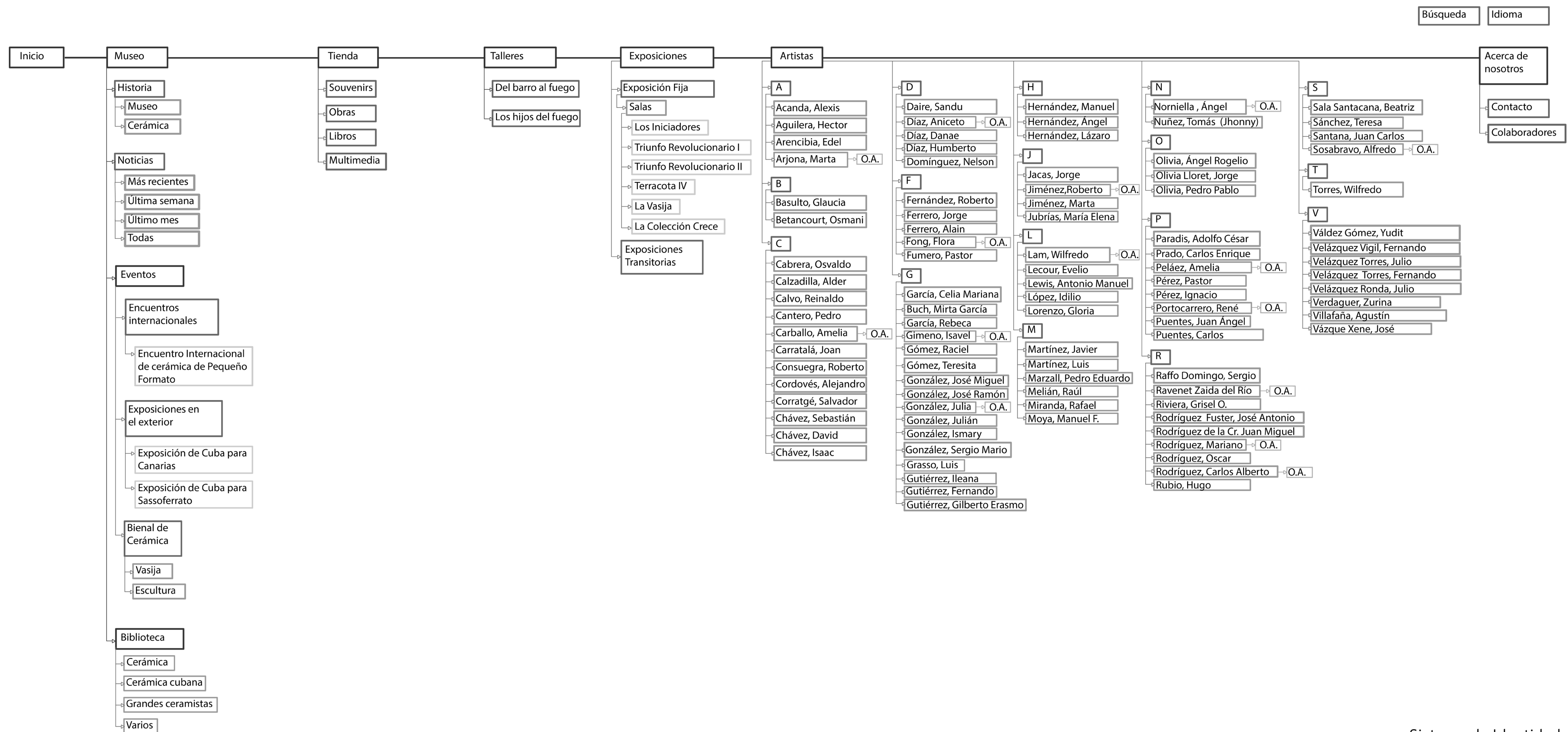


Área del Identificador



ÁRBOL DE NAVEGACIÓN

ANEXOS



MAPA DE CONTENIDOS

ANEXOS

Nivel	Elemento	Contenido	Descripción	Descripción	Formato
1	1	Inicio	Banner, información sobre el museo y las salas.	Imagen-Texto	PNG - HTML
1	2	Museo	Menú desplegable	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	2.1	Historia	Menú desplegable	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	2.1.1	Museo	Historia del museo	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	2.1.2	Cerámica	Historia de la cerámica	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	2.2	Noticias	Menú desplegable	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	2.2.1	Más Recientes	Noticias e imágenes	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	2.2.2	Última semana	Noticias e imágenes	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	2.2.3	Ultimo mes	Noticias e imágenes	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	2.2.4	Todas	Noticias e imágenes	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	2.3	Eventos	Menú desplegable	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	2.3.1	Encuentros Internacionales	Menú desplegable	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	2.3.1.1	Encuentro Internacional de cerámica de Pequeño Formato	Imágenes y reseñas sobre el evento.	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	2.3.2	Exposiciones en el exterior	Menú desplegable	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	2.3.2.1	Exposición de Cuba para Canarias	Imágenes y reseñas sobre el evento.	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	2.3.2.2	Exposición de Cuba para Sassoferato	Imágenes y reseñas sobre el evento.	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	2.3.3	"Bienal de	Menú desplegable	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	2.3.3.1	Cerámica"	Imágenes y reseñas sobre el evento.	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	2.3.3.2	Vasija	Imágenes y reseñas sobre el evento.	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	2.4	Escultura	Menú desplegable	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	2.4.1	Biblioteca	Resumen de los libros	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	2.4.2	Cerámica	Resumen de los libros	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	2.4.3	Cerámica Cubana	Resumen de los libros	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	2.4.4	Grandes Ceramistas	Resumen de los libros	Imagen-Texto	PNG - HTML
1	3	Varios	Menú desplegable	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	3.1	Tienda	Imágenes y descripción	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	3.2	Souvenirs	Imágenes y descripción	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	3.3	Obras	Imágenes y descripción	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	3.4	Libros	Imágenes y descripción	Imagen-Texto	PNG - HTML

MAPA DE CONTENIDOS

ANEXOS

Nivel	Elemento	Contenido	Descripción	Descripción	Formato
2	3.4	Multimedia	Imágenes y descripción	Imagen-Texto	PNG - HTML
1	4	Talleres	Menú desplegable	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	4.1	Del Barro al fuego	Fechas e información	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	4.2	Los hijos del fuego	Fechas e información	Imagen-Texto	PNG - HTML
1	5	Exposiciones	Menú desplegable	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	5.1	Exposición fija	Información salas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	5.1.1	Salas	Información y obras	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	5.1.1.1	Los iniciadores	Información y obras	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	5.1.1.2	Triunfo Revolucionario I	Información y obras	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	5.1.1.3	Triunfo Revolucionario II	Información y obras	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	5.1.1.4	Terracota IV	Información y obras	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	5.1.1.5	La Vasija	Información y obras	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	5.1.1.6	La Colección Crece	Información y obras	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	5.2	Exposiciones transitorias	Información y obras	Imagen-Texto	PNG - HTML
1	6	Artistas	Lista ordenada de los artistas que exponen en el museo	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.1	A	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.1.1	Acanda, Alexis	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.1.2	Aguilera, Hector	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.1.3	Arencibia, Edel	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.1.4	Arjona, Marta	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.2	B	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.2.1	Basulto, Glauca	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.2.2	Betancourt, Osmani	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.2.3	Cabrera, Osvaldo	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.2.4	Calzadilla, Alder	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.2.5	Calvo, Reinaldo	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.2.6	Cantero, Pedro	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.2.7	Carballo, Amelia	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.2.7.1	Obras Ambientales	Dirección e información	Imagen-Texto	PNG - HTML

MAPA DE CONTENIDOS

ANEXOS

Nivel	Elemento	Contenido	Descripción	Descripción	Formato
3	6.2.8	Carratalá, Joan	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.2.9	Consuegra, Roberto	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.2.10	Cordovés, Alejandro	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.2.11	Corratgé, Salvador	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.2.12	Chávez, Sebastián	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.2.13	Chávez, David	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.2.14	Chávez, Isaac	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.3	D	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.3.1	Daire, Sandu	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.3.2	Díaz, Aniceto	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.3.2.1	Obras Ambientales	Dirección e información	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.3.3	Díaz, Humberto	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.3.4	Domínguez, Nelson	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.4	F	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.4.1	Fernández, Roberto	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.4.2	Ferrero, Jorge	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.4.3	Fong, Flora	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.4.3.1	Obras Ambientales	Dirección e información	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.4.4	Fumero, Pastor	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.5	G	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.5.1	García, Celia Mariana	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.5.2	Buch, Mirta García	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.5.3	García, Rebeca	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.5.4	Gimeno, Isavel	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.5.4.1	Obras Ambientales	Dirección e información	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.5.5	Gómez, Raciél	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.5.6	Gómez, Teresita	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.5.7	González, José Miguel	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.5.8	González, José Ramón	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML

MAPA DE CONTENIDOS

ANEXOS

Nivel	Elemento	Contenido	Descripción	Descripción	Formato
3	6.5.9	González, Julia	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.5.10	Obras Ambientales	Dirección e información	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.5.11	González, Julián	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.5.12	González, Ismary	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.5.13	González, Sergio Mario	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.5.14	Grasso, Luis	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.5.15	Gutiérrez, Ileana	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.5.16	Gutiérrez, Fernando	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.5.17	Gutiérrez, Gilberto Erasmo	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.6	H	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.6.1	Hernández, Manuel	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.6.2	Hernández, Ángel	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.6.3	Hernández, Lázaro	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.7	J	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.7.1	Jacas, Jorge	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.7.2	Jiménez, Roberto	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.7.2.1	Obras Ambientales	Dirección e información	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.7.3	Jiménez, Marta	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.7.4	Jubrías, María Elena	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.8	L	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.8.1	Lam, Wilfredo	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.8.1.1	Obras Ambientales	Dirección e información	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.8.2	Lecour, Evelio	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.8.3	Lewis, Antonio Manuel	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.8.4	López, Idilio	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.8.5	Lorenzo, Gloria	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.9	M	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.9.1	Martínez, Javier	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.9.2	Martínez, Luis	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML

MAPA DE CONTENIDOS

ANEXOS

Nivel	Elemento	Contenido	Descripción	Descripción	Formato
3	6.9.3	Marzall, Pedro Eduardo	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.9.4	Melián, Raúl	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.9.5	Miranda, Rafael	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.9.6	Moya, Manuel F.	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.10	N	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.10.1	Norniella , Ángel	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.10.1.1	Obras Ambientales	Dirección e información	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.10.2	Nuñez, Tomás (Jhonny)	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.11	O	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.11.1	Olivia, Ángel Rogelio	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.11.2	Olivia Lloret, Jorge	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.11.3	Olivia, Pedro Pablo	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.12	P	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.12.1	Paradis, Adolfo César	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.12.2	Prado, Carlos Enrique	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.12.3	Peláez, Amelia	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.12.3.1	Obras Ambientales	Dirección e información	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.12.4	Pérez, Pastor	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.12.5	Pérez, Ignacio	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.12.6	Portocarrero, René	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.12.6.1	Obras Ambientales	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.12.7	Puentes, Juan Ángel	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.12.8	Puentes, Carlos	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.13	R	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.13.1	Raffo Domingo, Sergio	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.13.2	Ravenet Zaida del Río	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.13.2.1	Obras Ambientales	Dirección e información	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.13.3	Riviera, Grisel O.	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.13.4	Rodríguez Fuster, José Antonio	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML

MAPA DE CONTENIDOS

ANEXOS

Nivel	Elemento	Contenido	Descripción	Descripción	Formato
3	6.13.5	Rodríguez de la Cr. Juan Miguel	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.13.6	Rodríguez, Mariano	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.13.6.1	Obras Ambientales	Dirección e información	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.13.7	Rodríguez, Oscar	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.13.8	Rodríguez, Carlos Alberto	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.13.8.1	Obras Ambientales	Dirección e información	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.13.9	Rubio, Hugo	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.14	S	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.14.1	Sala Santacana, Beatriz	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.14.2	Sánchez, Teresa	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.14.3	Santana, Juan Carlos	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.14.4	Sosabravo, Alfredo	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
4	6.14.4.1	Obras Ambientales	Dirección e información	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.15	T	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.15.1	Torres, Wilfredo	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	6.16	V	Listado de artistas	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.16.1	Váldez Gómez, Yudit	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.16.2	Velázquez Vigil, Fernando	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.16.3	Velázquez Torres, Julio	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.16.4	Velázquez Torres, Fernando	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.16.5	Velázquez Ronda, Julio	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.16.6	Verdaguer, Zurina	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.16.7	Villafaña, Agustín	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
3	6.17.8	Vázquez Xene, José	Biografía y contacto	Imagen-Texto	PNG - HTML
1	7	Acerca de nosotros	Menú desplegable	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	7.1	Contacto	Información de contactos	Imagen-Texto	PNG - HTML
2	7.2	Colaboradores	Colaboradores del museo	Imagen-Texto	PNG - HTML
1	8	Búsqueda	Filtro de búsqueda por palabras claves	Imagen-Texto	PNG - HTML
1	9	Idioma	Cambio de idioma	Imagen-Texto	PNG - HTML

VALIDACIÓN DE LA PREMISA

ANEXOS

Premisa /Factores	Premisa 1 Reflejar el proceso creación de una pieza de cerámica artística empleando elementos representativos que abarquen desde la concepción de la obra, su elaboración, y finalmente su exhibición, resaltando así la labor del Museo.	Premisa 2 Establecer un símil entre el carácter profesional de la institución y el carácter dinámico de su labor, analogando elementos representativos de ambos para resaltar la divergencia y dualidad del Museo.	Premisa 3 Evidenciar la riqueza artística de la cerámica cubana referenciando las características de los diferentes tipos de cerámica para denotar la versatilidad de este arte.
Contexto <ul style="list-style-type: none"> •Coherencia con el problema de diseño. 	Se resalta el valor artesanal del museo y podría confundirse con un taller de cerámica. 2/5	Emplea dos elementos fundamentales del museo, donde no prepondera uno sobre otro, sino que se encuentran al mismo nivel. 4/5	Resalta la diversidad de la cerámica en Cuba a lo largo de los años. Se centra en las piezas del museo resaltando lo artístico, artesanal y cubano. 5/5
Uso <ul style="list-style-type: none"> •Decodificación. •Público meta. 	Resalta el valor de la obra desde sus inicios, acercando el público al trabajo previo a una obra de arte. Emplea elementos que para los usuarios poco conocedores del tema pueden ser difíciles de decodificar. 4/5	Resalta el carácter profesional del museo y a su vez la interacción en el mismo, de ahí que se acerca al usuario a lo que sucede en el museo. Empleo de disímiles elementos tanto figurativos como abstractos. 4/5	Remite al empleo de formas o códigos presentes en las obras, con los cuales los usuarios puede que no estén muy relacionados. Resultaría complejo identificar elementos presentes en las obras, ya que todos los artistas presentan su estilo propio y si se centra en un artista en específico podría confundirse con un museo dedicado a él. 4/5

VALIDACIÓN DE LA PREMISA

ANEXOS

Premisa /Factores	Premisa 1 Reflejar el proceso creación de una pieza de cerámica artística empleando elementos representativos que abarquen desde la concepción de la obra, su elaboración, y finalmente su exhibición, resaltando así la labor del Museo.	Premisa 2 Establecer un símil entre el carácter profesional de la institución y el carácter dinámico de su labor, analogando elementos representativos de ambos para resaltar la divergencia y dualidad del Museo.	Premisa 3 Evidenciar la riqueza artística de la cerámica cubana referenciando las características de los diferentes tipos de cerámica para denotar la versatilidad de este arte.
Función •Transmisión del mensaje.	Empleo de signos a los cuales los usuarios no estén muy acostumbrados, lo cual dificultaría la transmisión del mensaje, además de que resulta complejo ver el atributo patrimonial si hablamos de proceso de creación. 4/5	Remite al usuario a elementos que contrastan, pero con coherencia, demostrando la esencia del museo donde se albergan varias piezas pero que conviven entre sí. Se evidencia la esencia de la cerámica, que son elementos estáticos, pero dinámicos en cuanto al tratamiento que se les suele dar. 5/5	El empleo de características presentes en las obras al no existir códigos comunes, resultará de difícil comprensión para los usuarios. 3/5
Mercadológico •Pertinencia.	Es algo recurrente la representación de herramientas o técnicas para identidades como talleres de cerámica. 4/5	Resulta novedoso establecer un símil entre ambos elementos que son muy contrastantes en un museo y a su vez es recurrente el énfasis en el carácter profesional en esta tipología.	El empleo de las mismas obras o elementos que hacen referencia a lo que existe en el museo resulta novedoso, ya que no todos suelen emplearlos. 4/5
Puntuación	14 Leyenda 5- Muy adecuado 4- Bastante adecuado 3- Adecuado 2- Poco adecuado 1- Inadecuado	19 Para la tabla anterior no se analiza el factor tecnológico por responder de igual manera ante todas las premisas	16

PROCESO DE TRABAJO

ANEXOS

Premisa 1

Alternativa 1



Premisa 1

Alternativa 2



Premisa 1

Alternativa 3



PROCESO DE TRABAJO

ANEXOS

Premisa 2

Alternativa 1

MUSEO
Nacional de la
Cerámica
Contemporánea



Museo Nacional
de la Cerámica
Contemporánea

Museo Nacional
de la Cerámica
Contemporánea



MUSEO
NACIONAL DE LA
CERÁMICA
CONTEMPORÁNEA

[mu] Nacional de
la Cerámica
Contemporánea



Premisa 2

Alternativa 2



1



5



9



13



2



6



10



3



7



11



4



8



12

PROCESO DE TRABAJO

ANEXOS

Premisa 3

Alternativa 1



MUSEO NACIONAL
DE LA CERÁMICA
CONTEMPORÁNEA



MUSEO NACIONAL
DE LA CERÁMICA
CONTEMPORÁNEA



MUSEO NACIONAL
DE LA CERÁMICA
CONTEMPORÁNEA

Premisa 3

Alternativa 2



MUSEO NACIONAL
DE LA CERÁMICA
CONTEMPORÁNEA



Museo Nacional
de la Cerámica
Contemporánea

Premisa 3

Alternativa 3



Museo Nacional
de la Cerámica
Contemporánea



Museo Nacional
de la Cerámica
Contemporánea



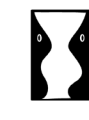
Museo Nacional
de la Cerámica
Contemporánea



Museo Nacional
de la Cerámica
Contemporánea



Museo Nacional
de la Cerámica
Contemporánea



Museo Nacional
de la Cerámica
Contemporánea



Museo Nacional
de la Cerámica
Contemporánea



Museo Nacional
de la Cerámica
Contemporánea



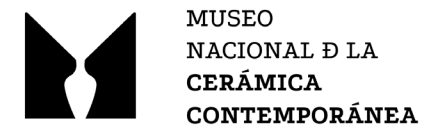
MUSEO NACIONAL
DE LA CERÁMICA
CONTEMPORÁNEA

PROCESO DE TRABAJO

ANEXOS

Premisa 3

Alternativa 3



APLICACIONES

ANEXOS

Pendones



Solapines



Sueltos



APLICACIONES

ANEXOS

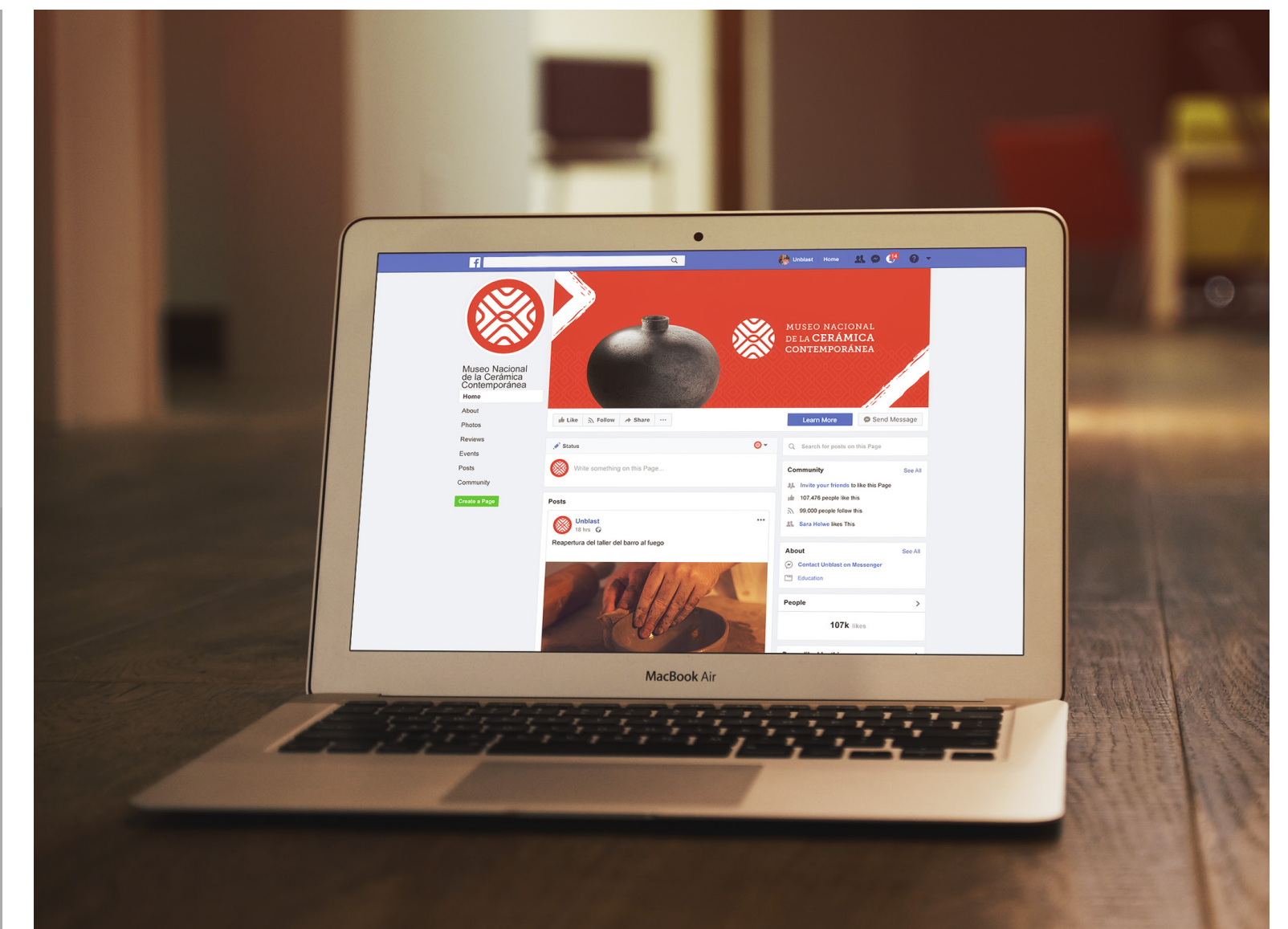
Tickets



Postales



Perfil de redes sociales



RECOMENDACIONES

Se recomienda respetar las pautas con respecto al identificador, cumpliendo sin violar las zonas de restricción pautadas en este documento.

En caso de implementarse se recomienda antes, dar a conocer la identidad a los trabajadores para que se sientan identificados con la marca.

CONCLUSIONES

El proyecto desarrollado del Museo Nacional de Cerámica Contemporánea responde a las necesidades comunicativas de esta entidad, respondiendo satisfactoriamente a los objetivos trazados al inicio del proyecto arribando a las siguientes conclusiones:

El sistema de identidad visual conjunto a los soportes concebidos brinda una imagen coherente a la necesidad planteada por el cliente, proponiendo la nueva imagen adaptable y con un rendimiento óptimo para el sitio web.

El sitio web se concibió para ser el principal medio de divulgación de las actividades, talleres o noticias relevantes del museo, facilitando este un acceso a la información más directo.

Diseño de Comunicación Visual
Instituto Superior de Diseño de la Universidad
de La Habana
2019-2020