

## PROYECTO MULTIMEDIA: MUSEO DE ARTE POPULAR MAP

Fiona Flores Vega  
Alumna de 8º Semestre de la  
Licenciatura en Diseño Multimedia  
fionapick94@gmail.com

Brenda García  
Alumna de 8º Semestre de la  
Licenciatura en Diseño Multimedia  
breng8@gmail.com

Daniel Ortiz  
Alumno de 8º Semestre de la  
Licenciatura en Diseño Multimedia  
luisdanielortizosorio@gmail.com

Cristopher Rodríguez  
Alumno de 8º Semestre de la  
Licenciatura en Diseño Multimedia  
criso3107@gmail.com

## Introducción

El Museo de Arte Popular (MAP), que se localiza en el Centro Histórico de la Ciudad de México, contiene una colección que incluye tapetes, cerámica, vasos, piñatas, alebrijes, muebles, juguetes, utensilios de cocina, entre otros objetos. Para poder desempeñarse plenamente, el MAP debe recaudar el equivalente a 14 millones de pesos anuales, de los cuales, 7 millones son anualmente otorgados por la Secretaría de Cultura y el Gobierno de la Ciudad de México. Los 7 millones de pesos restantes son recaudados por el patronato de la Asociación de Amigos del MAP. Dado que esta cifra no es suficiente para que el museo opere, los alumnos de la Licenciatura en Diseño Multimedia han conceptualizado y diseñado una campaña interactiva con la que se espera aumentar el número de visitantes al museo.

## Material y Método

Este trabajo se desarrolló en el Practicum III, bajo la asesoría de Javier Carlo y Mauro Hidalgo, mismos que plantearon una Metodología Proyectual que involucró las siguientes etapas:

- Análisis de un problema: búsqueda de un problema, su documentación, así como la tecnología y el contexto asociados al mismo.
- Diseño conceptual: *big idea*, *insights*, fundamentación.
- Campaña publicitaria: *big idea* (concepto rector), *time line* (planeación).
- Estrategia digital y publicitaria: visualización, infografía y video-caso.

Lo anterior derivó en el diseño conceptual (esquematación estructural), el diseño visual y la construcción a nivel prototipo.

## Resultados

Concepto rector: "Conecta con tu pasado". Figura 1: Identidad gráfica (impresos) para su exhibición en parabuses, promocionales y dovela metro. Figura 2: Interactivo que consta de una serie de imágenes de artesanías mexicanas colocadas en el piso y parte frontal un monitor que las proyecta de forma aleatoria, para que el participante interactúe con ellas, dando la posibilidad de diversas modalidades de juego. Figura 3: Difusión y promoción del interactivo en redes sociales.



Figura 1.



Figura 2.



Figura 3.

## Discusión

El uso de este tipo de campañas fuera del museo busca aumentar el reconocimiento del MAP como marca (*brand awareness*), para generar expectativas al involucrar medios digitales en donde la temática central son las artesanías populares.

## Referencias

1. Museo de Arte Popular [Internet]. México. [Consultado en agosto de 2017]. Disponible en: <http://www.map.cdmx.gob.mx>