



**Universidad**  
Zaragoza

# Trabajo Fin de Grado

Diseño de imagen corporativa y planteamiento de  
glosario digital de términos para la conservación de  
patrimonio

Branding and development of digital glossary of  
terms for heritage conservation

Autora

Irene Camañes Gomez

Directoras

Anna Biedermann

Ana Galán Pérez

Titulación del autor

Grado en Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo de Producto

Escuela de Ingeniería y Arquitectura (EINA)

2023

# Diseño de imagen corporativa y planteamiento de glosario digital de términos para la conservación de patrimonio

## RESUMEN

El objetivo del proyecto es crear un diseño atractivo, intuitivo y efectivo para difundir la terminología del patrimonio y su conservación. Para lograr esto, **el proyecto se enfoca en desarrollar la imagen corporativa del “Fichero cibernético para conservar el patrimonio cultural” y plantear un glosario digital de términos relacionados con la conservación del patrimonio**. Este fichero cibernético forma parte de un Proyecto de Innovación Docente de la Universidad Complutense de Madrid que busca intercambiar información a través de herramientas digitales, como el glosario de términos objeto de este trabajo.

Tanto la creación del diseño de identidad corporativa como el planteamiento del glosario de términos **se han trabajado por fases similares y de forma paralela. La primera fase incluye la investigación y el posterior análisis del entorno de patrimonio cultural** y de otras áreas relacionadas, como bibliotecas o archivos digitales. **La segunda fase trata de la conceptualización a diferentes niveles** de propuestas a las especificaciones y conclusiones obtenidas en la anterior fase. **En la tercera y última fase se recoge el desarrollo e implementación** de los conceptos seleccionados.

Sin embargo, aunque la realización de la imagen corporativa y el planteamiento del glosario comparten una aproximación y metodología similares, presentan notables diferencias en su enfoque y resultados finales.

En cuanto al diseño de imagen corporativa, tras una primera fase de detección de elementos gráficos comunes y relevantes en el sector, se llevó a cabo la creación de diversos imatipos muy diferenciados. Tras varios procesos de selección quedó uno para ser desarrollado. El objetivo fue lograr una identidad visual efectiva y diferenciada que representara adecuadamente el proyecto. Para ello, se trabajó en la generación de imagen completa y documentada mediante la creación de un manual de marca que permita a los usuarios presentes y futuros hacer un buen uso de la misma. Por otra parte, el planteamiento del glosario se empezó a trabajar identificando los componentes necesarios mediante la investigación de sitios web que dan respuesta a proyectos similares. Con esta información, se generaron esquemas de páginas\* de baja fidelidad para después seleccionar los elementos que mejor se ajustasen a los requerimientos planteados. En la tercera fase, se llevó a cabo la normalización de los componentes empleados (botones, desplegables...) para la realización de prototipos formales y parcialmente funcionales de alta fidelidad y su posterior implementación en el sitio web de la Universidad Complutense de Madrid.

Finalmente, el proyecto ha logrado cumplir con éxito los objetivos planteados y **se espera que contribuya al intercambio de información sobre la conservación del patrimonio cultural mediante herramientas digitales**.

# TABLA DE CONTENIDOS

<b>0. INTRODUCCIÓN</b>	<b>4</b>
0.1. Descripción del proyecto	4
0.2. Objetivos	4
0.3. Alcance	4
0.4. Contexto	4
0.5. Metodología	5
0.6. Planificación	5
<b>1. DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA</b>	<b>6</b>
1.1. FASE I: Investigación y análisis	6
1.2. FASE II: Conceptualización	8
1.2.1. <i>Naming</i>	8
1.2.2. Identificador visual	9
1.3. FASE III: Desarrollo	10
1.3.1. Manual de uso de marca	11
1.3.1.1. Aspectos técnicos	11
1.3.1.2. Aplicaciones de marca	13
<b>2. GLOSARIO DE TÉRMINOS</b>	<b>18</b>
2.1. FASE I: Investigación y análisis	18
2.1.1. Estudio lenguaje gráfico web	18
2.1.2. Estudio del PID 2015 nº 293	19
2.1.3. Estudio de usuarios	20
2.1.3.1. Usuarios, motivación y necesidades	20
2.1.3.2. Relación necesidades y funciones	21
2.1.3.3. Planteamiento del análisis	21
2.2. FASE II: Conceptualización	22
2.2.1. Propuestas de diseño físico	22
2.3. FASE III: Desarrollo	23
2.3.1. Diseño lógico final	23
2.3.2. Diseño físico final	24
2.3.3. Diseño visual	25
2.3.4. Implementación a la web UCM	26
2.3.4.1. Página principal	27
2.3.4.2. Letra "x"	28
2.3.4.3. Categoría "x"	29
2.3.4.4. Término "x"	30
<b>3. CONCLUSIONES</b>	<b>33</b>
<b>4. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>34</b>

# 0. INTRODUCCIÓN

---

## 0.1. Descripción del proyecto

Este proyecto surge de la necesidad de crear un **entorno más visual e interactivo** para el Proyecto de Innovación Docente de creación de un **"Fichero cibernético para la conservación de patrimonio cultural"**. Para ello, se han abarcado **dos trabajos diferenciados**, por una parte el **diseño de la imagen corporativa**, y por otra, el **planteamiento del glosario digital de términos**. Estos, además de cumplir sus propias funciones, servirán de precedente para la elaboración de otros trabajos realizados en el entorno del fichero de forma que crearán una imagen de marca que le aporte valor e integridad al proyecto, esperando conseguir una mayor difusión y alcance.

## 0.2. Objetivos

De esta forma, se plantean los siguientes objetivos:

- **Diseño de la identidad corporativa** para el fichero cibernético para la conservación del patrimonio cultural.
- **Planteamiento del glosario digital de términos** para la conservación de patrimonio cultural.
- Conseguir un **diseño atractivo y efectivo dentro de las limitaciones** del propio entorno que proporcione unidad y valor.

## 0.3. Alcance

Teniendo esto en cuenta, se espera obtener una imagen corporativa que refleje los valores del proyecto de innovación docente y además, un glosario de términos intuitivo en el ámbito digital. Por otra parte, ambos trabajos han sido documentados de forma que sirvan como herramienta para el futuro desarrollo del "Fichero cibernético para la conservación del patrimonio cultural". Es importante mencionar que al tratarse de un proyecto que parte de la Universidad Complutense de Madrid **existen limitaciones relacionadas tanto con los elementos gráficos que se pueden emplear como con la implementación web**.

## 0.4. Contexto

Es por ello importante conocer el contexto en el que **se enmarca** el trabajo, es decir, **dentro de un proyecto de innovación docente que se realiza en la Universidad Complutense de Madrid**. En este aspecto se han tenido en cuenta desde la propia identidad gráfica de la Universidad hasta otras páginas web que se alojan dentro de [www.ucm.es](http://www.ucm.es) y que albergan proyectos similares. Además, existe como **antecedente al proyecto un glosario de terminología** en formato PDF del que se han tomado la información base a incluir en el glosario digital. Se trata del **Proyecto de Innovación Docente Diccionario de "Terminología básica de conservación y restauración del Patrimonio Cultural 2. Español – Inglés – Francés – Italiano – Alemán"** dirigido por Ana Calvo (PID 2015 nº 293). [1]



De igual forma, se han considerado los **objetivos de desarrollo sostenible** de forma que su implementación colabore directa e indirectamente en su cumplimiento. En concreto, se ha valorado la **meta 8.9**: " De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales." y la **meta 11.4** : "Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo".

## 0.5. Metodología

Se ha puesto en práctica la metodología aprendida en el grado, estructurando el proyecto en distintas **fases de investigación y análisis, conceptualización, desarrollo y elaboración de la documentación**. Para su realización se ha empleado software específico de diseño gráfico y desarrollo de prototipos, en concreto InDesign, Illustrator, Photoshop y Figma.

Esta memoria recopila de forma detallada pero concisa todo el proceso y los resultados obtenidos, desde la planificación, desarrollo, metodología hasta las conclusiones del proyecto. En esencia, es un compendio completo de todo lo que se ha hecho y aprendido durante la realización del proyecto. El trabajo se presenta a continuación, dividido en dos partes: el diseño de la identidad corporativa y el planteamiento del glosario de términos, cada uno con sus fases de investigación, conceptualización y desarrollo. Además, se incluyen dos anexos con un mayor nivel de detalle sobre los datos, métodos y resultados con el fin de ofrecer una visión más completa del desarrollo del proyecto.

## 0.6. Planificación

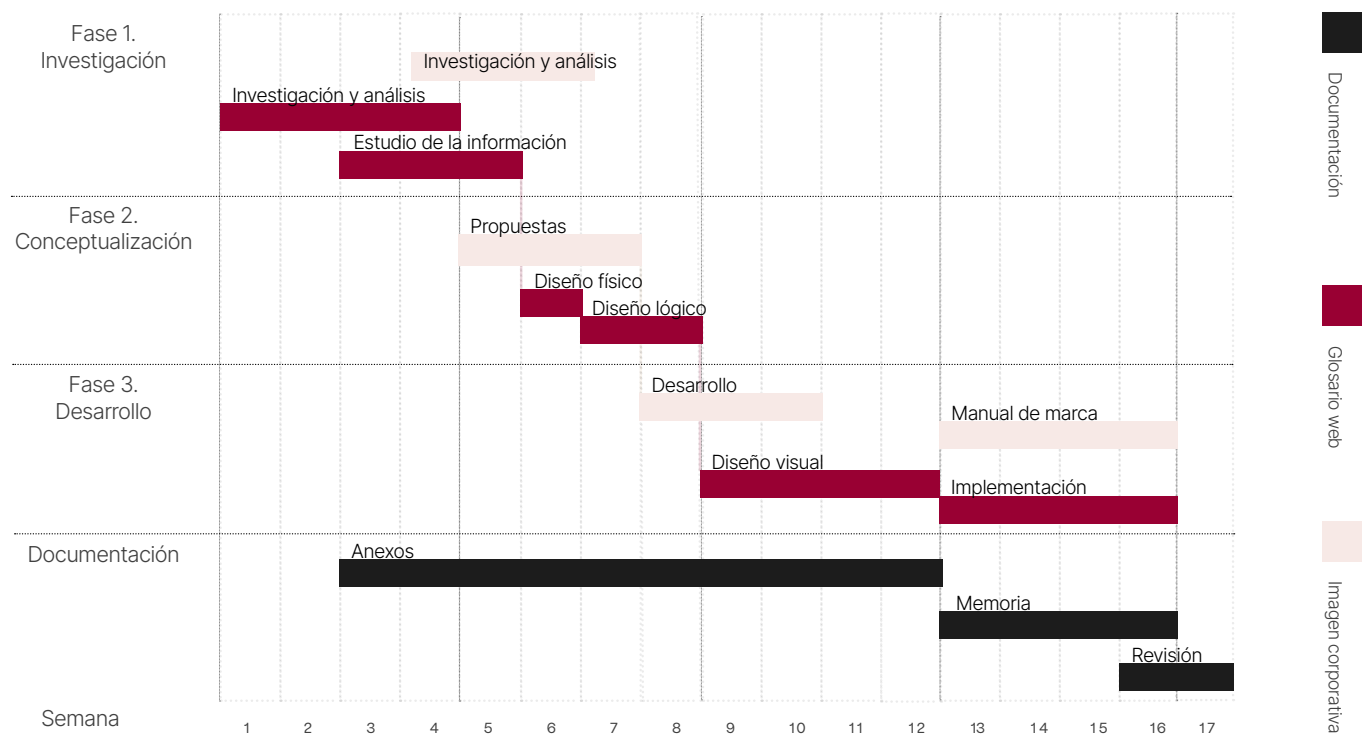


Gráfico 1. -Planificación del proyecto

# 1. DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA

Generar una imagen corporativa para el “Fichero cibernético para la conservación de patrimonio” es importante por diversas razones:

- En primer lugar, permitirá **establecer una identidad diferenciada para el proyecto**, haciendo que destaque en el ámbito digital y académico, facilitando su reconocimiento y posicionamiento en el entorno.
- Además, una marca atractiva puede **transmitir un sentido de profesionalidad y calidad en el contenido** que se ofrece, contribuyendo a generar credibilidad entre los usuarios del proyecto. Esto es especialmente relevante ya que el proyecto se realiza en un contexto académico, donde la confianza en la información y en las fuentes bibliográficas es fundamental.
- Por último, la identidad visual del proyecto **facilitará la difusión del proyecto**, permitiendo una comunicación más efectiva y contribuyendo así a aumentar su visibilidad.

## 1.1. FASE I: Investigación y análisis

En esta primera fase se ha estudiado y analizado la **imagen corporativa del sector** que rodea al “Fichero cibernético para la conservación de patrimonio cultural”, como son: los archivos de patrimonio y otras marcas relacionadas (relativas a cultura o patrimonio en general). Se ha prestado atención a elementos gráficos como la tipografía empleada o los colores, y también a otras cuestiones, como el *naming*. También se ha estudiado el **propio lenguaje de la Universidad Complutense de Madrid**, es decir; el manual de marca de su Identidad corporativa, ya que este proyecto se enmarca dentro de la misma.



Figura 1. -Identificador Memórica [2]



Figura 2. -Identificador Canal de cultura contemporánea [3]



Figura 3. -Identificador Europeana [4]



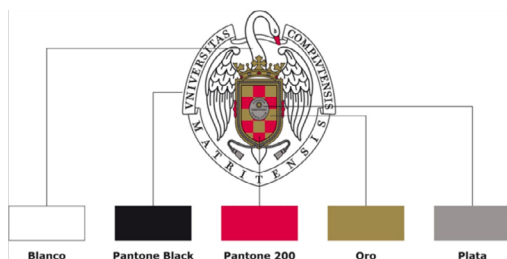
Figura 4. -Identificador Oepac [5]



Figura 5. -Identificador Archivo General de la Nación [6]



Figura 6. -Identificador Archivo Municipal de Zaragoza [7]



Universidad Complutense de Madrid  
Universidad Complutense de Madrid  
Universidad Complutense de Madrid  
Universidad Complutense de Madrid

Figura 7. -Manual de uso de marca de la Universidad Complutense de Madrid. [8]

Por otra parte se han estudiado **símbolos relacionados** con los valores y objetivos del proyecto de innovación, como son:

#### Valores

- Colaboración
- Innovación
- Estudio crítico de los datos
- Difusión y accesibilidad

#### Objetivos

- Estudio crítico de los datos
- Generación de nuevo conocimiento
- Generación de nuevas conexiones
- Recopilar, tratar, visualizar y recuperar la información en formato digital

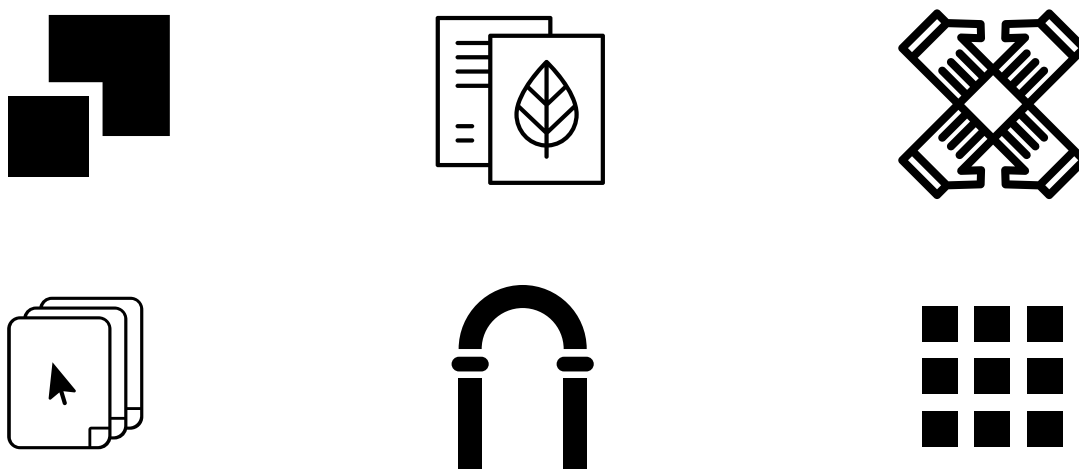


Figura 8. -Análisis gráfico de símbolos

[🔗 Ver Anexo - Secciones: 1.1.1. Análisis gráfico del sector - 1.1.3. Análisis gráfico de la UCM](#)

Con la información recopilada se han obtenido **conclusiones** claras y concisas a partir de las que se han generado conceptos aplicables. Algunas de las más relevantes son:

- En el ámbito de la conservación de patrimonio y marcas relacionadas, los archivos digitales suelen contar con un **imagotipo o logotipo, muchas veces acompañado de una frase descriptiva.**
- Los colores utilizados en el entorno son tonos **azules, rojos y el negro.**
- El *namings* empleado en el sector se basa en **siglas o nuevas palabras relacionadas.**
- Los símbolos utilizados pueden reflejar conceptos más objetivos como conservación, restauración, archivado, patrimonio y cultura, así como conceptos abstractos como cuidado, respeto, difusión, accesibilidad, autenticidad, diversidad, agrupación, compartir, participación, colaboración y educación.

## 1.2. FASE II: Conceptualización

A continuación, y a partir de las conclusiones extraídas de los diversos análisis se ha pasado a conceptualizar:

- **Un nuevo nombre** que resulte más corto, actualizado y atractivo para el “Fichero de conservación para el patrimonio cultural”.
- **Un identificador visual** (logotipo, imagotipo o isologo) que represente fielmente los valores y objetivos del proyecto en su conjunto, así como su contexto.

Este trabajo se ha realizado de forma consecutiva y mediante la secuencial revisión por parte de los representantes del “Fichero de conservación para el patrimonio cultural”. Es decir, la decisión final del nombre de marca, así como la imagen de marca, ha sido tomada por los conformantes del proyecto de innovación, siempre guiada y aconsejada por las especificaciones de diseño recopiladas en el trabajo previo.

### 1.2.1. Naming

Siguiendo las conclusiones extraídas del análisis, los nombres de marca generados siguen la tendencia en el sector relacionado con patrimonio, es decir bien partiendo de las siglas que conforman el nombre actual del proyecto o bien a partir de una nueva palabra relacionada. Además, se ha comprobado que los nombres presentados no estén registrados en la Oficina Española de Patentes y Marcas [9]. Estas son algunas de las propuestas:

Nombres de marca formados por siglas parte del nombre original o por palabras relacionadas:

Nombres de marca formados por nuevas palabras:

- |  |            |
|--|------------|
| ▪ ADCCU (Archivo Digital de Conservación Cultural) | ▪ CABINET  |
| ▪ ARCCU (Archivo Conservación Cultural)            | ▪ PRESERVA |
| ▪ ARDICO (Archivo + Digital + Conservación)        |            |
| ▪ FICPA (Fichero + Conservación + Patrimonio)      |            |

Finalmente, tras una reunión con Ana Galán representante del proyecto de innovación se acordó que **el nuevo nombre sería “Cabinet”**. Esta elección se debe a que el nuevo nombre representa de forma clara, corta y sencilla lo que es el “fichero”, un **sitio web donde se guardarán de manera accesible y ordenada multitud de contenidos relacionados entre sí**. Por otra parte, al tratarse de una palabra en inglés refuerza su carácter difusor y recuerda a diccionario/glosario de términos que contará con las traducciones a 5 idiomas. Además, es importante destacar que este nombre es **sencillo de recordar y de pronunciar** de forma que su difusión sea mayor.

 [Ver Anexo I - Sección: 1.2.1. Naming](#)

### 1.2.2. Identificador visual

A partir del nombre “Cabinet”, y de la anterior investigación y análisis tanto del entorno y sector como de la simbología relacionada, se generaron **conceptos diferenciados** entre sí para la imagen visual de la marca. Aquí se presentan alguno de ellos.

cabinet   
fichero cibernético para la conservación del patrimonio cultural

cabinet   
fichero cibernético para la conservación del patrimonio cultural

 cabinet 

fichero cibernético para la conservación del patrimonio cultural

 cabinet  cabinet

Figura 9. -Conceptos de identificador visual

[🔗 Ver Anexo I - Sección: 1.2.2. Identificador visual](#)

Para presentar los conceptos al equipo completo que conforma el proyecto de innovación se decidió seleccionar tan solo dos conceptos de forma que la toma de decisiones fuese más ágil y encaiminada. Estos son los **dos conceptos presentados, de entre los cuales se eligió la propuesta final I.**

**cabinet** : fichero cibernético  
: para la conservación  
: del patrimonio cultural

Figura 10. - Propuesta final de identificador visual I



Figura 11.. - Propuesta final de identificador visual II

Esta elección se realizó mediante una reunión online con el equipo del Proyecto de Innovación donde fueron presentados los avances del trabajo.

### 1.3. FASE III: Desarrollo

Una vez elegidos el nuevo nombre de la marca y su imagen, se pasó a desarrollarla completamente para que se entienda como un conjunto sólido y unificado.

Para ello **se ha trabajado en el logotipo elegido**, ajustando el *kerning* y otros detalles que han terminado de redondear el mismo y que a continuación se presentan. También se realizaron propuestas potenciando el "infinito".

**cabinet** : fichero cibernético  
: para la conservación  
: del patrimonio cultural

Figura 12. -Ajustes de kerning geométricos

**cabinet** : fichero cibernético  
: para la conservación  
: del patrimonio cultural

Fiura 13. -Travesaño de la "f" reducido

**cabinet:** fichero cibernético  
para la conservación  
del patrimonio cultural

Figura 14. -Travesaño de la "t" reducido

**cabinet:** fichero cibernético  
para la conservación  
del patrimonio cultural

Figura 15. -Cola superior de la letra "a" eliminado

**cabinet:** fichero cibernético  
para la conservación  
del patrimonio cultural

Figura 16. -Prueba potenciando el infinito I

**cabinet:** fichero cibernético  
para la conservación  
del patrimonio cultural

Figura 17. -Prueba potenciando el infinito II

A continuación se presenta el resultado final. Finalmente se decidió optar por no potenciar el infinito pero sí mantener algunos de los ajustes:

- Ajuste del *kerning*
- Cambio en el travesaño de la "t" de "Cabinet"
- Cambio en el travesaño de la "f" de "fichero"
- Cambio en la cola de la "a" de "Cabinet"

Esta decisión se tomó en base a criterios estéticos con el fin de dotar de mayor cohesión y distinción a la marca.

**cabinet:** fichero cibernético  
para la conservación  
del patrimonio cultural

Figura 18. -Logotipo final con lema

**cabinet:**

Figura 19. -Logotipo final sin lema

[!\[\]\(06a315363e7801bba8c7489a6694af19\_img.jpg\) Ver Anexo I - Sección: 1.3.1.1. Ajustes](#)

## 1.3.1. Manual de uso de marca

### 1.3.1.1. Aspectos técnicos

Una vez el logotipo ha quedado perfectamente construido, se ha pasado a elaborar el manual de uso de la marca que cuenta, entre otras, con las normas técnicas que se deben seguir para emplear los identificadores visuales de marca.

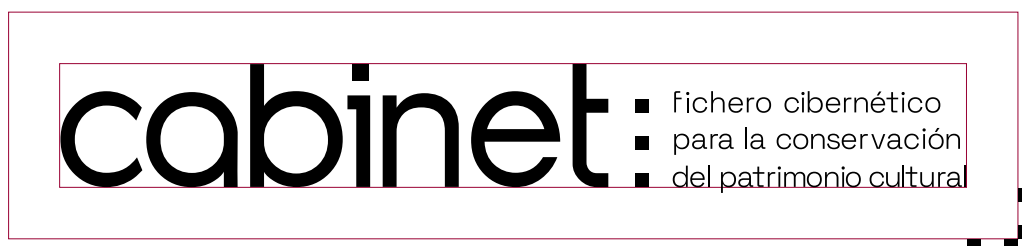


Figura 20. -Área de respeto del logotipo

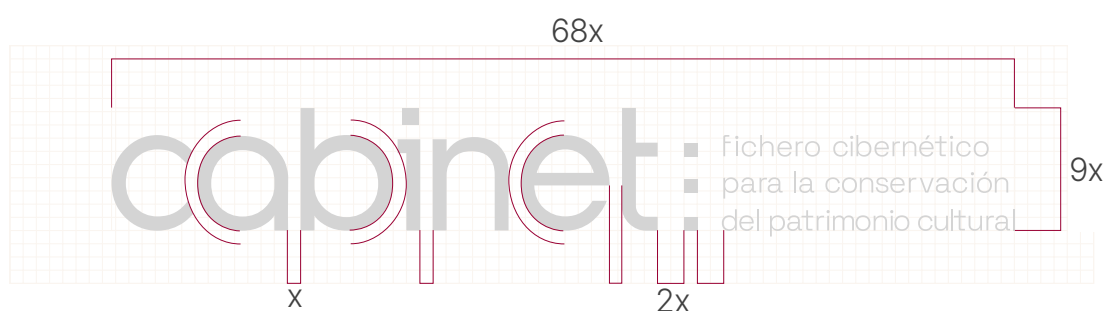


Figura 21.-Construcción del logotipo

Atributo:	Área de respeto:	Construcción:
■ ■ ■		

Figura 22. -Atributo, su área de respto y su construcción



Figura 23.-Algunas versiones en fondo



### 1.3.1.2. Aplicaciones de marca

Además, se realizaron diversas aplicaciones de marca que podrían acompañar al proyecto en la realización de diferentes eventos y proyectos.

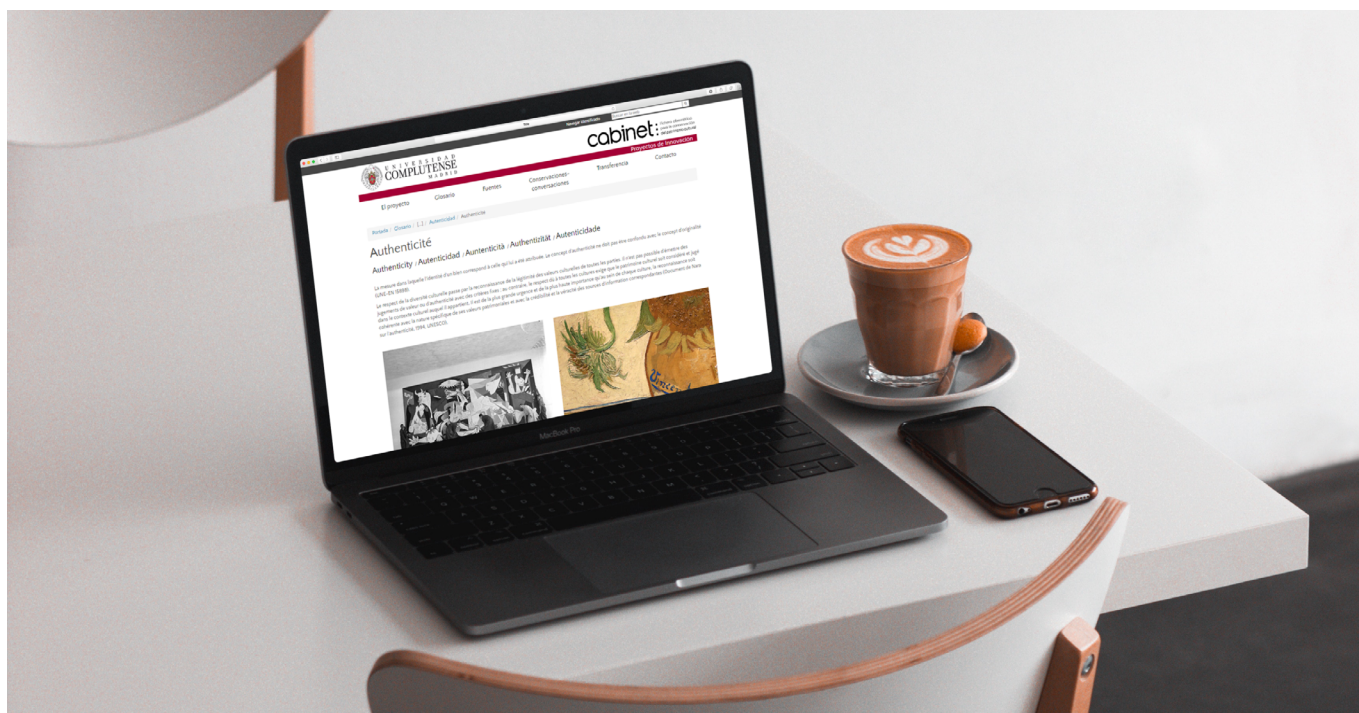


Figura 24.-Sitio web en un portátil

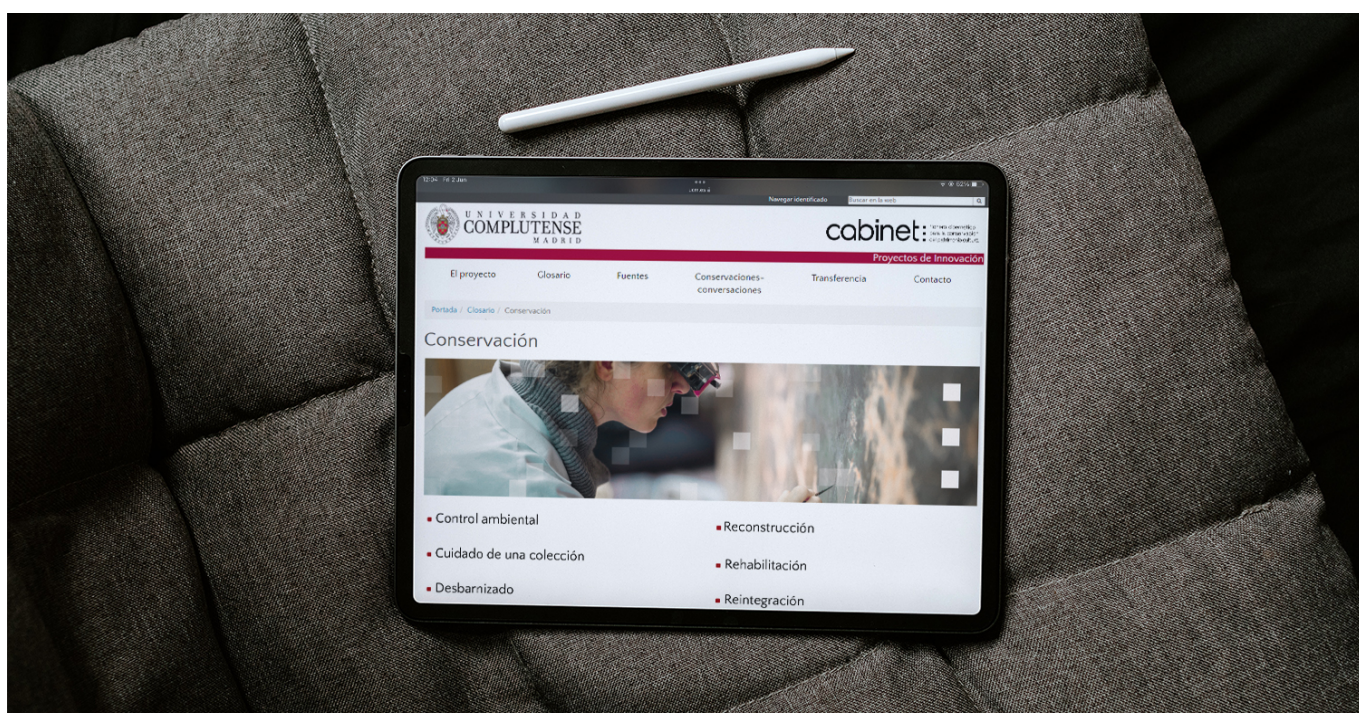


Figura 25.-Sitio web en una tablet





Figura 26. -Archivadores



Figura 27. -Bolígrafo



Figura 28. -Acreditación personal



Figura 29. -Logotipo con lema sobre papel





Figura 30. -Folleto informativo



Figura 31. -Póster informativo

[🔗 Ver Anexo II - Manual de uso de marca](#)

En la misma línea también se ha trabajado en la realización de un póster para congreso en el que se explica el proyecto y se aplica la imagen de marca.

Proyecto PID • Innova-Docencia 2022-2023  
Universidad Complutense de Madrid

## Didáctica del knowledge management

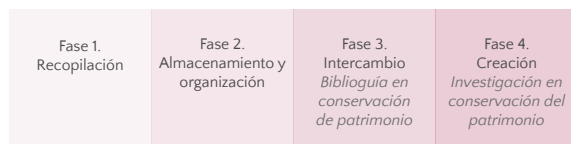
### Las humanidades digitales para la conservación contemporánea del patrimonio cultural

#### *De los diccionarios tradicionales a las bibliotecas como conversación*

En el PID de los diccionarios tradicionales a las Biblioquías virtuales en conservación del patrimonio se desarrolla el proceso de **Knowledge Management** y los alumnos son parte investigadora y productora del conocimiento gracias a las conversaciones (CT Conversation Theory, Gordon Pask) con los bibliotecarios, archiveros y especialistas en digitalización. Las conversaciones interacciones en el espectro real o presencial tienen su reflejo en el marco virtual gracias a la **tecnología**, cuyas narrativas pasan de ser lineales a interconectadas gracias a los **metadatos** y recuperadas a través de las palabras clave de los diccionarios y tesauros en **conservación de patrimonio cultural**.

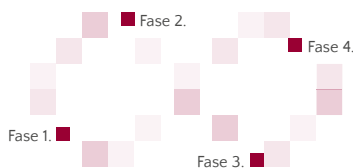
#### Knowledge management:

Conocimientos de conservación del patrimonio cultural



Conversaciones y diálogos entre Bibliotecarios, Docentes e Investigadores de disciplinas humanísticas y Sociales junto con Estudiantes de Grado en Conservación - Restauración de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense de Madrid.

- Biblioteca de la Facultad de Bellas Artes UCM
- Biblioteca Nacional de España
- Biblioteca Histórica Complutense
- Biblioteca del Museo del Traje
- Biblioteca del IPCE



#### Antecedentes

Experiencias de innovación docentes previas como el Diccionario de "Terminología básica de conservación y restauración del Patrimonio Cultural 2. Español - Inglés - Francés - Italiano - Alemán" dirigido por la Dra. Ana Calvo (UCM PID 2015 n° 293) nos sirven de punto de apoyo para comprender la importancia de los términos y palabras clave en las búsquedas digitales y están relacionadas con los tesauros de clasificación de las bibliotecas.

Se pretende continuar con su desarrollo y el estudio por parte de los alumnos ampliando los términos a la praxis de la gestión de riesgos a través del OEPAC, Observatorio de Emergencias en Patrimonio cultural, integrados en el ciclo de gestión de conocimiento digital y haciéndolos accesibles a través de la bibliografía virtual especializada en conservación del patrimonio implementándose como fórmula de conversación con la biblioteca, agente de diálogo fundamental.

#### Finalidad

El proyecto tiene como objetivo implementar las actuaciones siguiendo el ciclo del Knowledge management o gestión del conocimiento para mejorar la identificación de términos en Conservación-restauración y la búsqueda de fuentes, y por otra parte desarrollar el sentido crítico de los alumnos para identificar cuáles son las referencias óptimas para cada investigación o documentación que sea necesario en cada tema impartido en dichas asignaturas con los docentes responsables.

Como fórmula de comunicación, accesibilidad, intercambio y creación de nuevo conocimiento, la creación de una **Bibliografía en Conservación y Restauración** desde el espacio virtual de la Biblioteca de la Facultad de Bellas Artes: [biblioteca.ucm.es/bba](http://biblioteca.ucm.es/bba)

#### Equipo

- 2 PAS UCM
- 6 PDI UCM
- 4 estudiantes UCM
- 1 Beca predoctoral UC
- 1PDI profesor Investigador de la Universidad de Salento (Italia),
- 1PDI profesor Investigador de la Universidad de Zaragoza.
- 1PDI profesor investigador de la Universidad de Valladolid.

Con especial participación del Grupo de Investigación GREPAC, Gestión de Riesgos y emergencias en el Patrimonio Cultural. [www.ucm.es/grepac](http://www.ucm.es/grepac) y el Observatorio virtual de Emergencias en Patrimonio Cultural: [oepac.es/](http://oepac.es/)



**cabinet:** fichero onomástico para la conservación del patrimonio cultural



## 2. GLOSARIO DE TÉRMINOS

---

Parte importante del peso de este proyecto recae en la creación de un glosario digital que forme parte del "Fichero cibernético para la conservación de patrimonio cultural". Este **se apoya en una experiencias de innovación docente previa**, como es el Diccionario de "Terminología básica de conservación y restauración del Patrimonio Cultural 2. Español – Inglés – Francés – Italiano – Alemán", dirigido por Ana Calvo (PID 2015 nº 293) [1], que sirve de base para este trabajo.

**El objetivo es estudiar, ampliar y virtualizar este diccionario o glosario, integrándolo en el ciclo de gestión del conocimiento digital** y haciendo que sea accesibles a través de la bibliografía especializada en conservación del patrimonio. Esto, en última instancia, servirá para apoyar y facilitar la comprensión de la importancia de los términos y palabras clave en las búsquedas digitales.

Este glosario digital **se implementará en el sitio web de la Universidad Complutense de Madrid**, <https://www.ucm.es/ficherocibernetico/>.

### 2.1. FASE I: Investigación y análisis

Antes de empezar a plantear el glosario digital es importante asentar una sólida base de investigación y análisis de áreas relacionadas. Para ello, se ha comenzado estudiando el **lenguaje gráfico web de sitios relacionados**, desde la **propia página de la UCM hasta bibliotecas, archivos u otras web de consulta relacionadas con cultura**. En esta línea también **se ha analizado la información que contiene el diccionario de "Terminología básica de conservación y restauración del Patrimonio Cultural 2. Español – Inglés – Francés – Italiano – Alemán" (PID 2015 nº 293) [1]**, ya que es (esencialmente) la información a contener en el glosario, con el objetivo de conocerla en profundidad para poder estructurarla de la mejor manera posible.

A continuación **se han estudiado los usuarios que emplearán la web**, analizando los tipos, sus motivaciones y los posibles casos de uso. Esta información ha sido útil para **extrapolar de las necesidades las funciones a suplir**, lo que ha hecho posible su posterior definición conceptual de forma completa.

Una vez establecidas las funciones a ejercer se han vuelto a investigar sitios web relacionados que de alguna manera supliesen esa función buscada.

#### 2.1.1. Estudio lenguaje gráfico web

El estudio del lenguaje gráfico web relativo a la Universidad Complutense de Madrid ha resultado útil para comprender dentro de que marco se puede desarrollar no solo el diseño visual, si no también el diseño físico y lógico del glosario digital. Por otra parte, durante el análisis de bibliotecas, catálogos y archivos, se han visto diferentes soluciones para facilitar la búsqueda por palabras o para la disposición de la información tanto gráfica como textual.



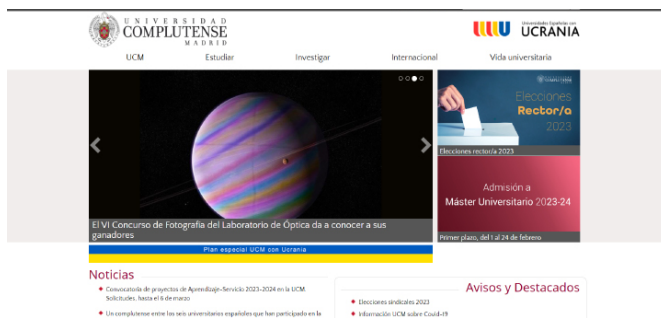


Figura 33. -Página principal del sitio web de la UCM [10]

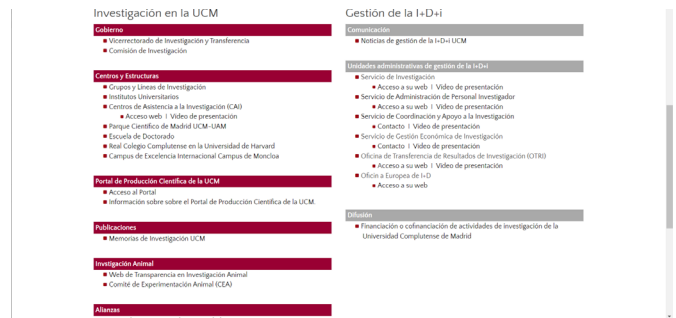


Figura 34. -Página del sitio web de la UCM [11]

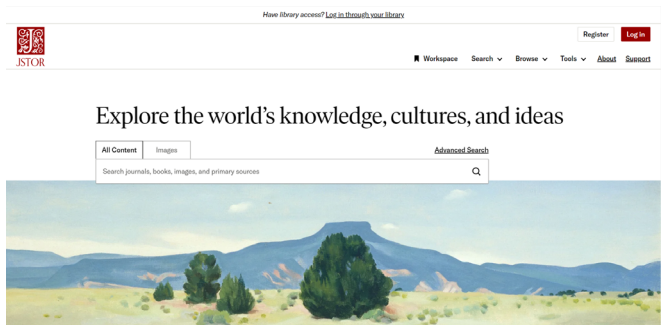


Figura 35. -Página principal del sitio web de JSTOR [12]

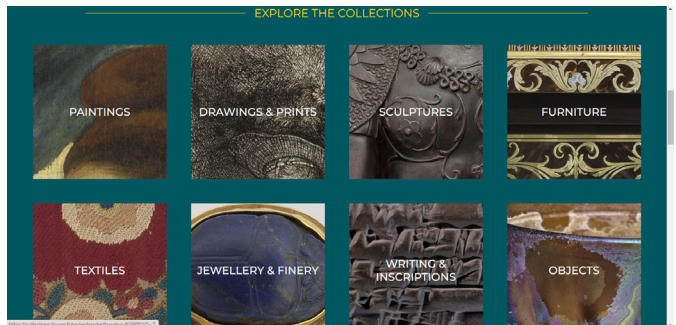


Figura 36. -Página del sitio web de colecciones del Louvre [13]

## [Ver Anexo I - Sección: 2.1.1. Estudio lenguaje gráfico web](#)

## 2.1.2. Estudio del PID 2015 nº 293

Dado que este proyecto se asienta sobre las bases de un trabajo ya realizado, es muy importante tenerlo en consideración y analizarlo adecuadamente. Esto es especialmente relevante para el planteamiento del glosario digital de términos, ya que la información que formará parte del mismo será esencialmente la contenida en el proyecto previo de innovación docente.

Dentro de este diccionario o glosario (PID 2015 nº293) [1] se encuentran **79 términos actualmente, aunque se pretende continuar aumentando el número.**

Estos están agrupados en tres categorías:

- A - Patrimonio cultural / conservación en general / examen, planificación y documentación
- B - Estado y daños
- C - Conservación preventiva, conservación curativa, restauración.



Figura 37. -Categorías en el PID 2015 nº293 [1]



Figura 38. -"Conservación preventiva" en el PID 2015 nº293 [1]

En el archivo PDF que conforma el actual glosario se encuentran primero algunas páginas de introducción al proyecto, así como la categorización de los términos. Posteriormente, se dedica una página a cada uno de los términos donde se encuentra la traducción del término a inglés, francés, italiano, alemán y portugués, la categoría a la que pertenece (A,B o C) su definición en castellano y algunas fotos, generalmente dos, con su respectivo pie de foto.

## 2.1.3. Estudio de usuarios

### 2.1.3.1. Usuarios, motivación y necesidades

Una vez conocida la información que formará parte del glosario podemos hacernos una idea de los usuarios que querrán acceder a ella. Además, estos se podrán agrupar según su motivación para después extraer las necesidades de cada grupo.

Usuario	Motivación	Necesidades
Estudiantes	Académicos y profesionales. Motivados por fines de investigación o estudio	Buscar con una idea clara
		Guiar la búsqueda cuando no se está seguro
Profesores		Acceder y ver imágenes de alta calidad
		Traducción de términos (y búsqueda en otros idiomas)
Restauradores		Poder citar la definición
		Obtener nuevas fuentes de información fiables
Interesados en el patrimonio / cultura	Aficionados y publico en general Motivados por la consulta de información en general (resolver dudas, buscar imágenes, como pasatiempo...)	Rápido acceso
		Uso intuitivo
Curiosos		Ayuda visual para comprender la información
		Acceso a los términos sin concimiento previo

Tabla 1. Usuarios, sus motivaciones y necesidades.



### 2.1.3.2. Relación necesidades y funciones

Ahora, las necesidades extraídas pueden ser abstraídas en funciones que conformarán la web del glosario. A partir de la clasificación de funciones se realizará la investigación y análisis siguiente.

Necesidades	Funciones	Clasificación de funciones
Buscar con una idea clara	Barra buscadora de términos	Principal / Navegación
Guiar la búsqueda cuando no se está seguro	Índice alfabético	Principal / Navegación
Uso de imágenes de alta calidad	Visualización de imágenes	Principal / Consumo
Traducción de términos (y búsqueda en otros idiomas)	Permitir un filtro de idioma en búsqueda	Secundaria / Traducción
	Acceso a la traducción de la definición desde la misma página	Secundaria / Traducción
Poder citar la definición	Acceso a la citación de la definición desde la misma página	Secundaria / Citación
Obtener nuevas fuentes de información fiables	Acceso a las referencias de las que se ha obtenido la definición	Secundaria / Citación
Rápido acceso	Interfaz limpia	Principal / Navegación y consumo
Uso intuitivo		
Ayuda visual para comprender la información	Categorización visual y uso de imágenes	Principal / Navegación
Acceso a los términos sin conocimiento previo		

Tabla 2. Relación necesidades y funciones.

### 2.1.3.3. Planteamiento del análisis

Dados los resultados obtenidos de la relación entre necesidades y funciones, el análisis del *layout* web siguiente se ha realizado segmentando según si cumplen una función principal o secundaria. **Las funcionalidades principales son: navegación:** aquellas en las que el usuario decide qué contenido visualizar, y “navega” por ellas para llegar a lo que realmente le interesa, **y consumo:** aquellas en las que se presenta el contenido y, por tanto, el usuario debería permanecer más tiempo en ellas. Además, existen páginas híbridas, que combinan ambas ideas en una misma página. Por otra parte, **las funciones de traducción y citación son funciones secundarias** que pueden realizarse de diversas maneras y que han sido estudiadas por medio del análisis de distintas páginas web que suplen dicha función.

 **Ver Anexo I - Sección: 2.1.6. Conclusiones del estudio por funciones**

## 2.2. FASE II: Conceptualización

Una vez terminados los análisis necesarios, y con las especificaciones de diseño claras, se pasó a la conceptualización.

En base a las funciones a suplir y a la investigación se ha concluido cual es el tipo de componentes necesarios. Así, se han generado dos conceptos diferenciados con esencialmente los mismos componentes pero distribuidos de forma diferente y siendo en última instancia combinables entre sí. Como este trabajo se ha puesto en común con parte del equipo del proyecto de innovación se han realizado las propuestas como diseño físico, para que de forma visual se pueda entender y decidir cuál se adapta más a lo que buscan, siempre guiados por las conclusiones obtenidas en los análisis.

Estas propuestas o conceptos son:

- Opción A: Una página de navegación y otra de consumo
- Opción B: Una página híbrida

### 2.2.1. Propuestas de diseño físico

Finalmente se ha decidido que la **solución óptima para la cantidad de contenido a presentar al usuario** es crear **páginas separadas de navegación y de consumo**, es decir la propuesta A.

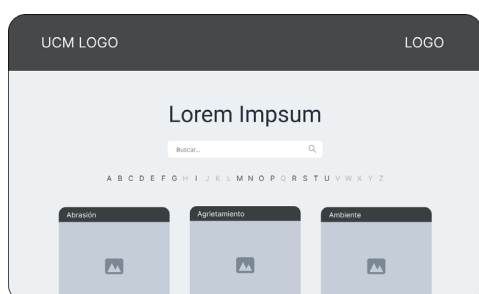


Figura 39. -Propuesta de navegación 1 (Opción A)



Figura 40. -Propuesta de consumo 4 (Opción A)

Como parte de ambas opciones se han realizado diferentes propuestas, las ahora presentadas son las seleccionadas dentro de la Opción A.

La composición de la propuesta de navegación 1 (Figura 39) muestra al usuario **el contenido a primera vista** (sin hacer *scroll*) y el uso tanto de **barra de búsqueda como de un índice alfabético**. Por otra parte, se ha optado por **organizar los conceptos en categorías**, en lugar de pre-visualizarlos directamente.

El hecho de elegir la clasificación por temática en la página de navegación genera la necesidad de crear una segunda página de navegación desde la cual se accede al contenido bien al clicar sobre una de las letras del índice alfabético o bien al entrar a una de las categorías.

En cuanto a la página de consumo (Figura 40) se ha elegido visualizar el término en distintos idiomas directamente sin tampoco otorgarle mucho protagonismo. Además, se propone añadir una **sección propia de citación y referencias** donde además se incluya la cita directamente necesidad de emplear ningún botón.

[🔗 Ver Anexo I - Sección: 2.2.1. Propuestas de diseño físico](#)

## 2.3. FASE III: Desarrollo

Una vez tomada la decisión de qué concepto desarrollar se ha procedido a **elaborar el diseño lógico-elegido y su inventario de contenidos**. A partir de este momento se ha generado el **diseño físico final y el diseño visual**. Dentro de este último se ha generado un **prototipo parcialmente funcional y una guía de estilo**.

Por otra parte, se ha decidido por parte del equipo del “Fichero cibernético para la conservación de patrimonio cultural” que **las categorías pasarán a ser cuatro**:

- Patrimonio cultural
- Estado y daños
- Conservación
- Gestión de riesgos

Es decir, reformulando los nombres de las tres primeras categorías y creando una nueva, gestión de riesgos, con nuevos términos no incluidos en el PID 2015 nº293.

Por último, se ha comenzado con la **implementación del diseño en la propia web** del proyecto de innovación.

### 2.3.1. Diseño lógico final

El siguiente diagrama es la estructura de la propuesta elegida por ser la que mejor se ajusta a las necesidades del proyecto. De esta forma conseguimos que el usuario pueda acceder de manera personalizada, según sus necesidades, a los contenidos (términos).

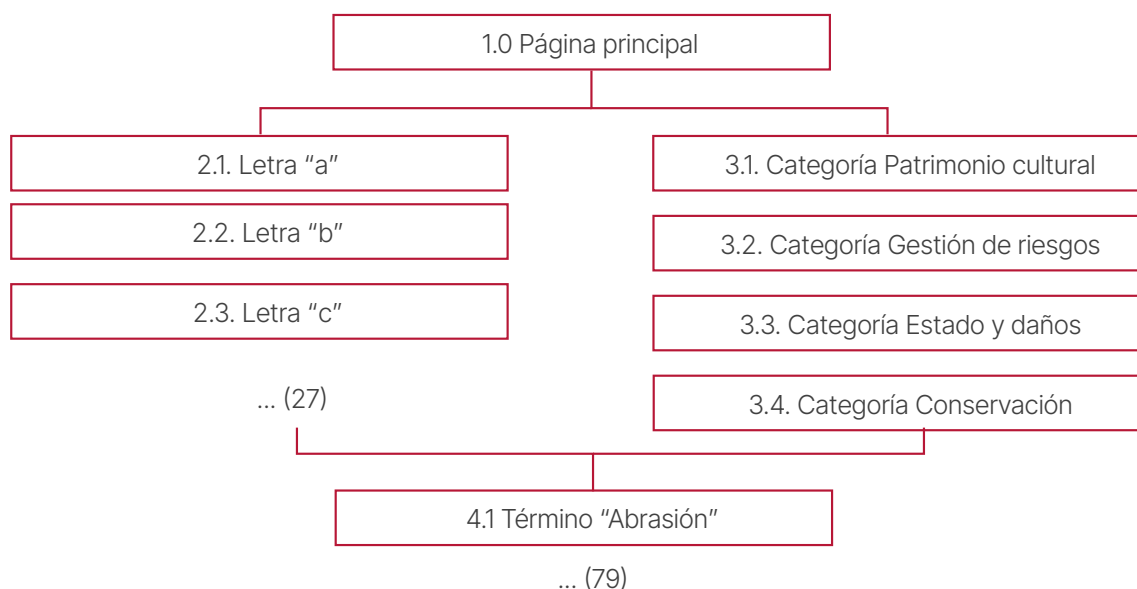


Gráfico 2. Estructura de la propuesta

A partir de la estructura y con las referencias de jerarquía para cada página creadas se procede a redactar el objetivo y función de cada una de ellas. También se describirá y se dejarán definidos sus elementos.

Jerarquía	Nombre	Tipología página	Objetivo/Función	Descripción y elementos
1.0	Página principal	Navegación/ Interacción	Página de inicio del glosario en la que se permite al usuario elegir cómo va a buscar el término	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mensaje que llame a la acción</li> <li>Barra de búsqueda</li> <li>Índice de búsqueda alfabético</li> <li>Desplegable idioma</li> <li>Tarjetas de categoría</li> </ul>
2.1 - 2.27	Letra "x"	Navegación	Permite la búsqueda por términos cuya inicial sea "x". Sigue permitiendo la búsqueda por buscador	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mensaje que llame a la acción</li> <li>Barra de búsqueda</li> <li>Índice de búsqueda alfabético</li> <li>Etiquetas con el nombre permiten acceder a la página de consumo</li> </ul>
3.1 - 3.4	Categoría "x"	Navegación	Permite la búsqueda por términos según la categoría	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Breadcrumbs</i> para volver a la página principal</li> <li>Etiquetas con el nombre del término que permiten acceder a la página de consumo</li> </ul>
4.1 - 4.79	Término "x"	Consumo	Muestra la definición del término en el idioma deseado	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Breadcrumbs</i> para volver a la página principal o a la categoría</li> <li>Etiquetas con el término en otros idiomas que permiten cambiar la definición de idioma</li> </ul>

Tabla 3. Inventario de contenidos

### 2.3.2. Diseño físico final

Los siguientes esquemas de paginas de baja fidelidad presentan un orden en el sentido normal de la lectura y formando todos parte de la experiencia de usuario (en lugar de ser conceptos diferenciados). Siendo el primero la página principal (Figura 41) y a la derecha la página de navegación secundaria para la letra "x" (Figura 42), a la que se accedería mediante el índice alfabético. Más adelante se puede ver la otra página de navegación secundaria de categoría "x" (Figura 43), a la que se accedería mediante las tarjetas de categoría, y la página de consumo del término "x" (Figura 44).

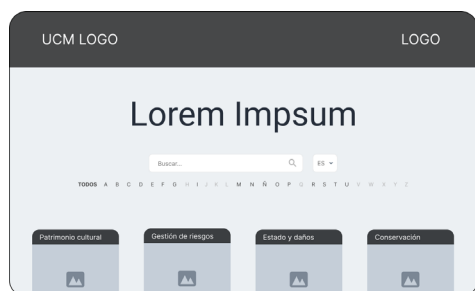


Figura 41. -Propuesta de página principal

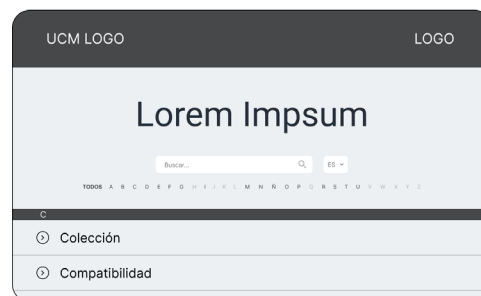


Figura 42. -Propuesta de página para la letra "x"



Figura 43. -Propuesta de página para la categoría "x"



Figura 44. -Propuesta de página para el término "x"

### 2.3.3. Diseño visual


Una vez definido el diseño lógico y físico se ha pasado al diseño visual, para ello se ha hecho uso de la aplicación Figma, de forma que se pueda crear simultáneamente los componentes que conformarán la guía de estilo y, por otra parte, el prototipo parcialmente funcional. Este último se puede probar [aquí](#) .



Figura 45. -Propuesta de diseño visual de página principal

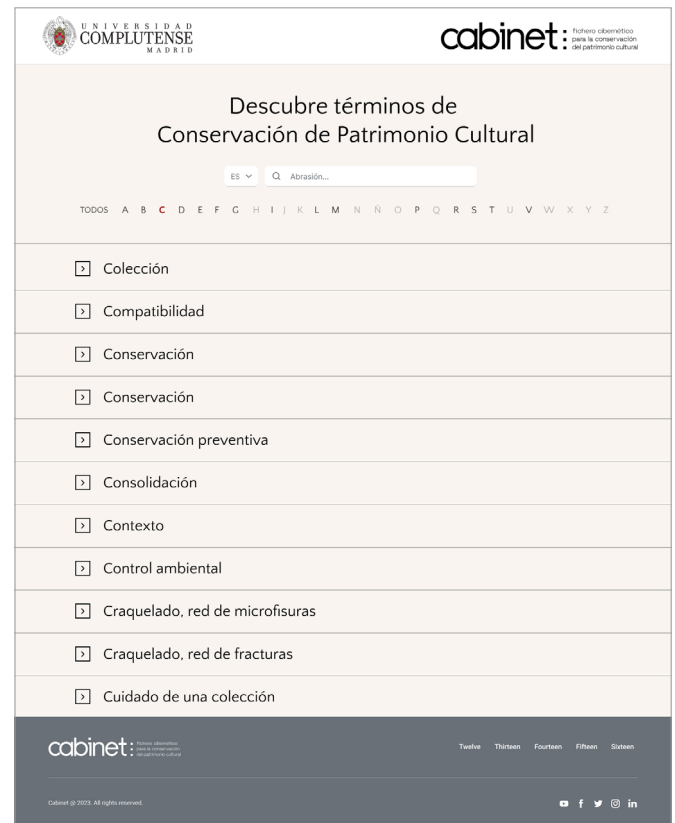


Figura 46. -Propuesta de diseño visual de la letra "x"



Figura 47. -Propuesta de diseño visual de la categoría "x"

[Ver Anexo I - Sección: 2.3.3. Diseño visual](#)



Figura 48. -Propuesta de diseño visual del término "x"

## 2.3.4. Implementación a la web UCM

Ahora se va a pasar a comentar la implementación del glosario digital en la web. Esta implementación **se ha realizado de forma parcial**, es decir, se ha llevado a cabo a modo de inicio y ejemplo para su futura continuación por parte de los integrantes del proyecto de innovación. Así, **se ha acordado llevar a cabo la realización de la página principal o de navegación, las páginas secundarias de navegación o "de las letras", y por último, la implementación de 6 páginas correspondientes a 6 de los 79 términos actuales**. Estos términos se corresponden con los dos primeros términos (ordenados alfabéticamente) de cada una de las tres categorías establecidas en el PID previo (PID 2015 nº293). Además, uno de estos términos se realizará también traducido a cada uno de los 5 idiomas que quedan contemplados, al completo.

La UCM cuenta con un gestor Web para la creación de páginas web anidadas dentro del dominio [www.ucm.es](http://www.ucm.es). Este gestor permite la edición de forma limitada y pautada, es por ello que el diseño visual antes planteado ha pasado por algunos cambios de carácter estético en su mayoría y que se irán comentando cuando se presente la implementación final de la misma.

**Con carácter general en la implementación de la web se ha seguido una norma: respetar la fácil edición del sitio web** en aquellas páginas que deberán ser editadas o bien se deban generar nuevas idénticas a ellas, como por ejemplo las páginas de consumo. Por el contrario, las páginas que no deberían ser editadas respetarán el diseño visual en la medida de lo posible para mejorar la experiencia de usuario. Para ello se implementará el código de estilo CSS necesario en la página.



### 2.3.4.1. Página principal

En general, en todas las páginas se han visto afectadas tanto la cabecera como el pie de página con respecto al diseño visual ya que no se permite la edición de los mismos desde el gestor web.

En cuanto a la página principal mantiene la composición planteada en la fase de diseño visual variando únicamente algunos detalles como la incorporación de los elementos auxiliares de branding a las imágenes. Por otra parte, el mayor cambio significativo que ha sufrido la página principal es el hecho de que finalmente **no se ha podido implementar un selector desplegable** para elegir el idioma de la búsqueda. Sin embargo, la búsqueda puede realizarse sin ningún problema en cualquier idioma por lo que **la funcionalidad no se ve afectada**.

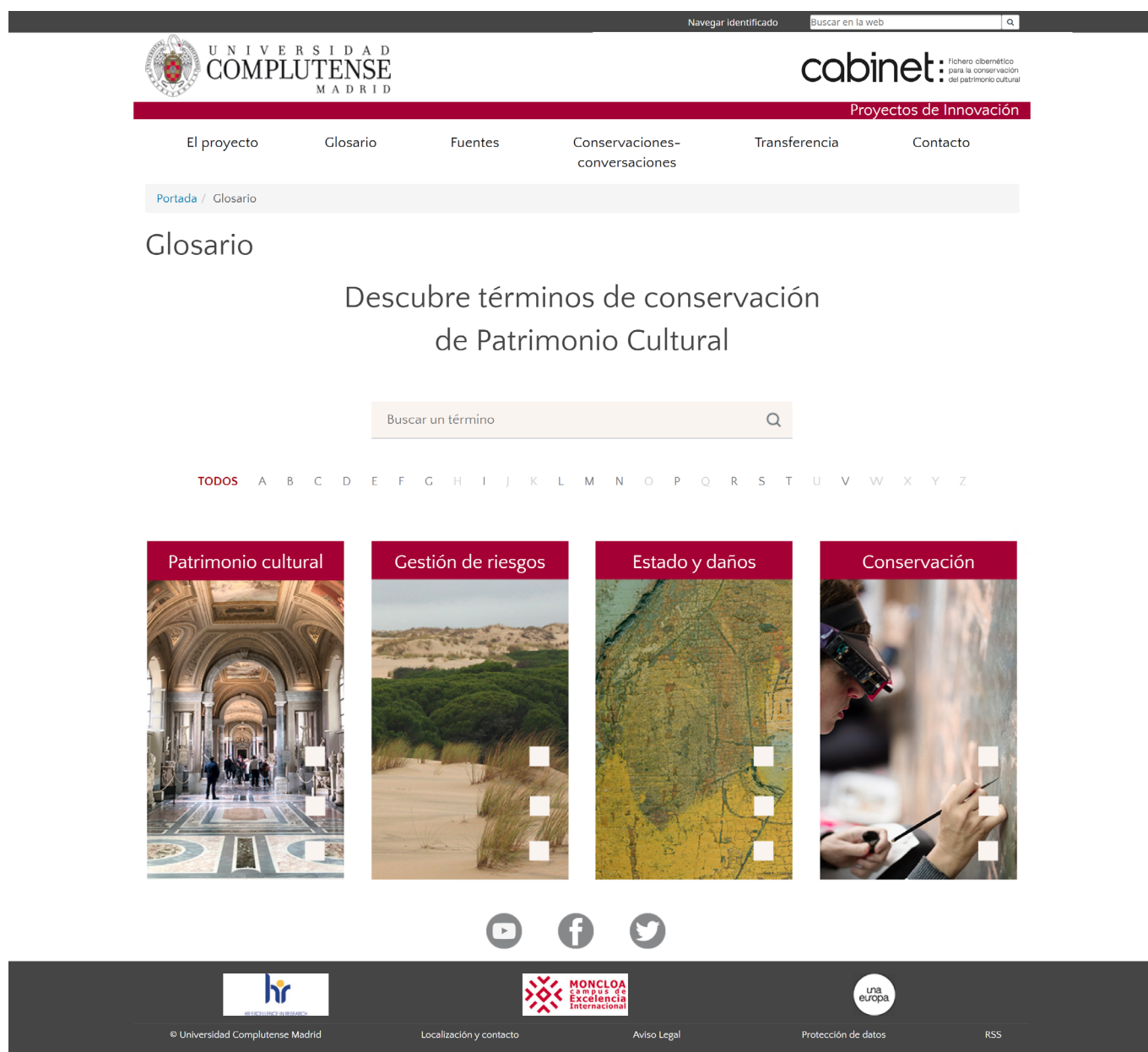


Figura 49.- Página principal

### 2.3.4.2. Letra "x"

Una vez se hace click en cada una de las letras del índice alfabético de la página principal esta redirige a una nueva página correspondiente a cada una de las letras. Con respecto al diseño visual planteado en la fase anterior **la única variación es la forma en la que se presenta el listado de términos**. Esto se debe a que si se implementase el diseño visual planteado previamente la tarea de mantener y actualizar la web resultaría mucho más complicada.

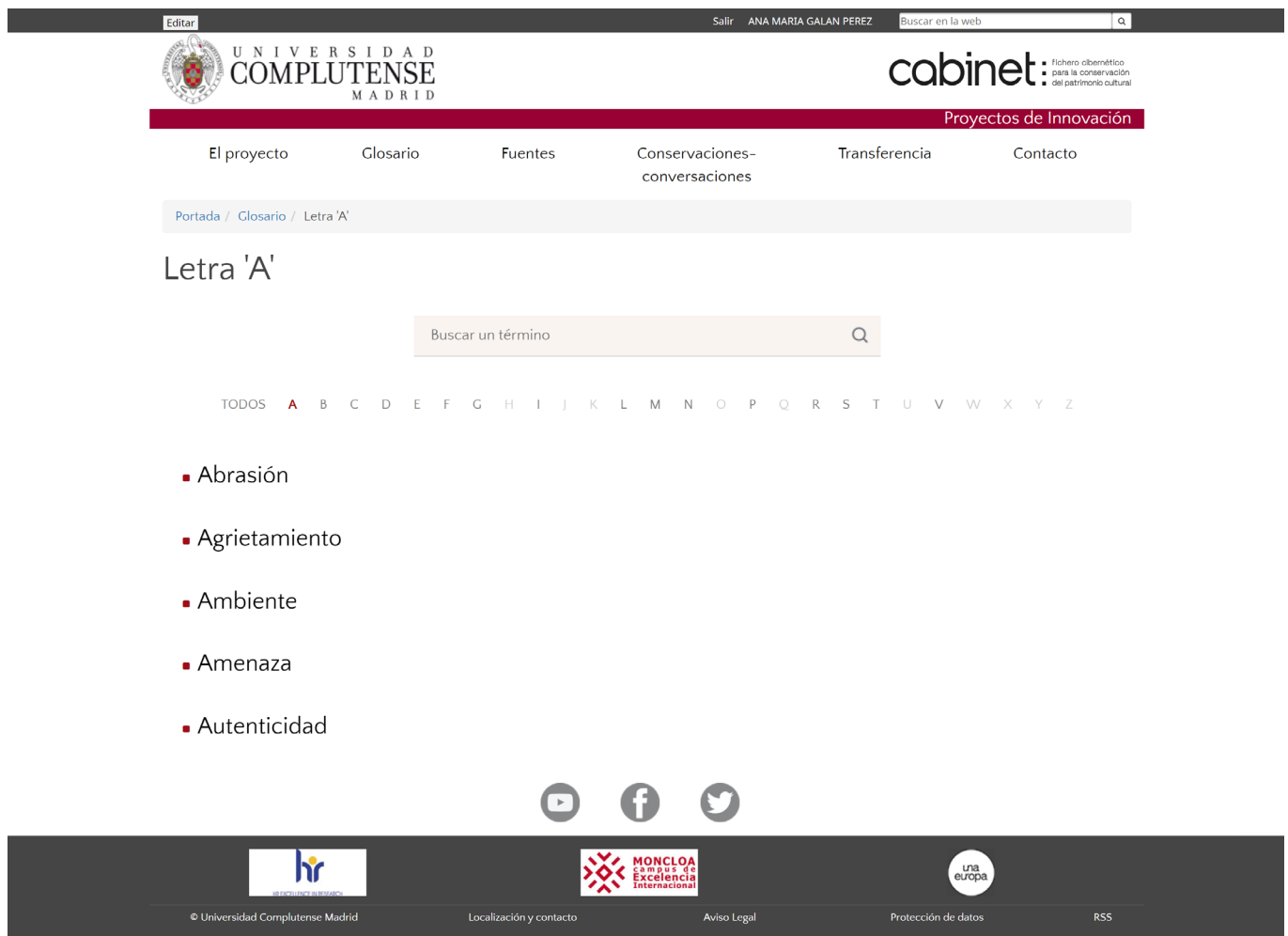


Figura 50.- Página de la letra "a"



### 2.3.4.3. Categoría "x"

De la mismo manera, en las páginas de categorías los listados han variado su diseño por el mismo motivo, y de igual forma, **las imágenes se han adaptado a la imagen visual corporativa creada.**

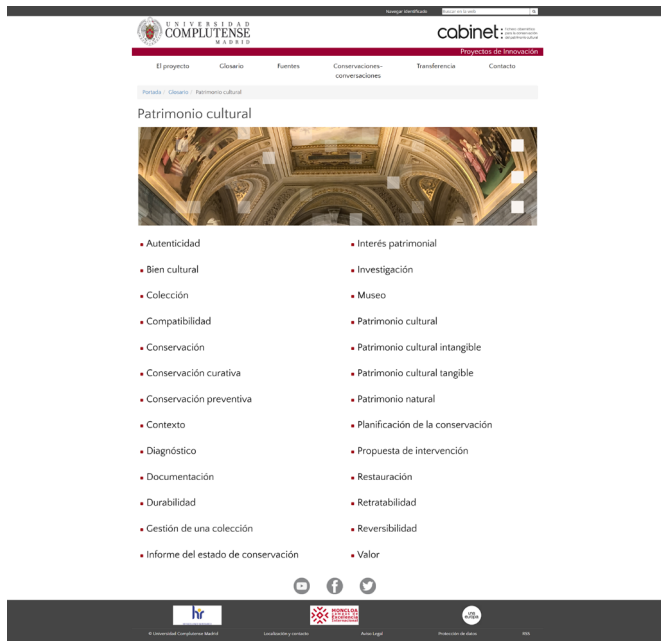


Figura 51.- Página de la categoría "Patrimonio cultural"

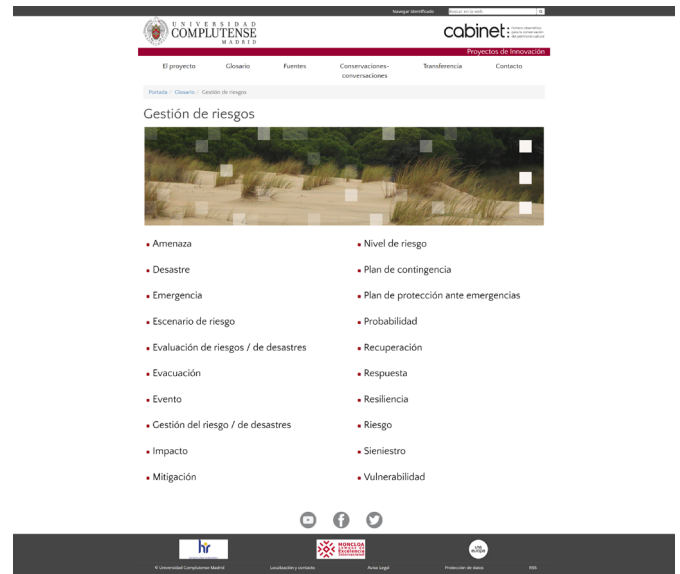


Figura 52.- Página de la categoría "Gestión de riesgos"

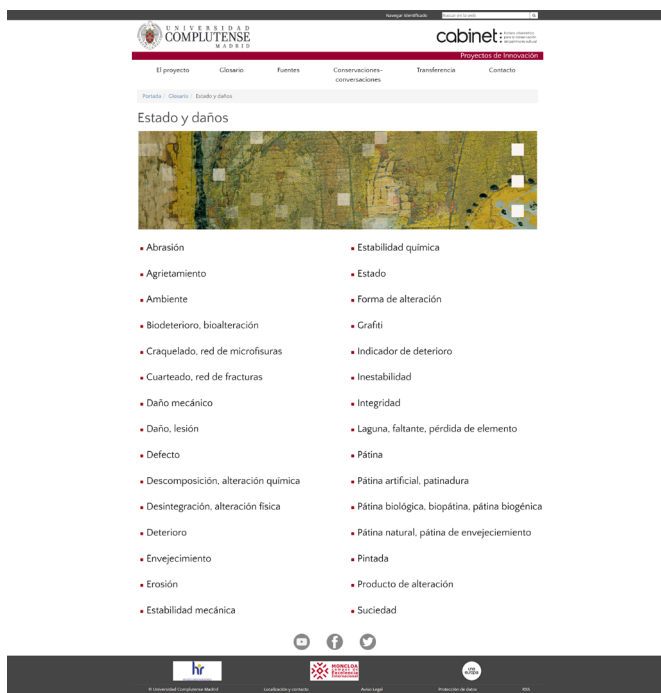


Figura 53.- Página de la categoría "Estado y daños"

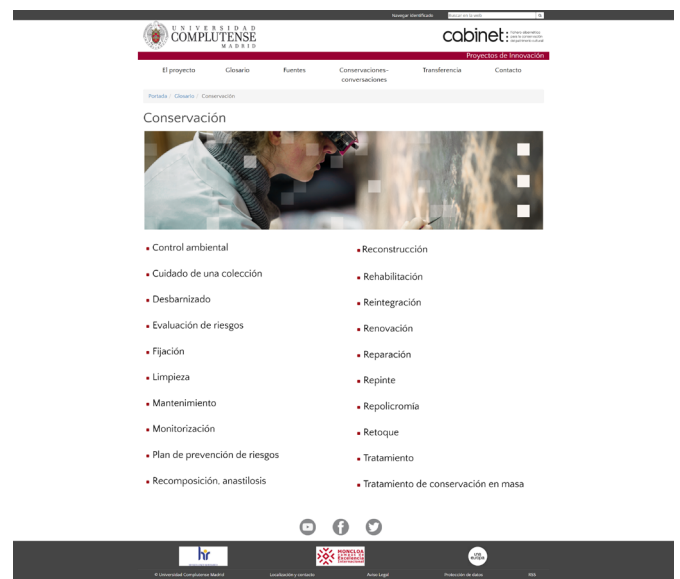


Figura 54.- Página de la categoría "Conservación"

## 2.3.4.4. Término “x”

La página de consumo a penas ha sufrido cambios a nivel visual, simplemente se adaptaron algunas dimensiones, **se añadió la sección de última actualización para realizar la citación del sitio web de forma correcta** y se reorganizaron la sección de las fotos y la de las fuentes bibliográficas para que al presentarle la página al usuario este quisiese continuar haciendo scroll. **Se han elaborado 6 páginas de consumo que corresponden a los términos: Autenticidad, Bien cultural, Abrasión, Agrietamiento, Control Ambiental y Cuidado de una colección.**

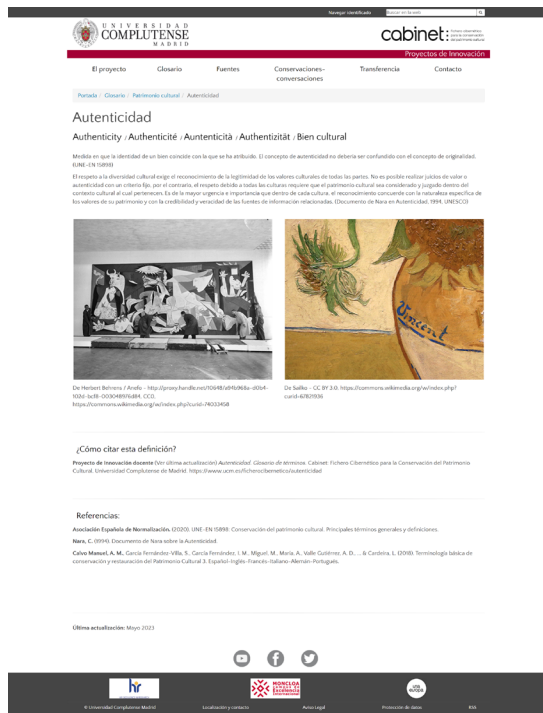


Figura 55.- Página del término “Autenticidad”

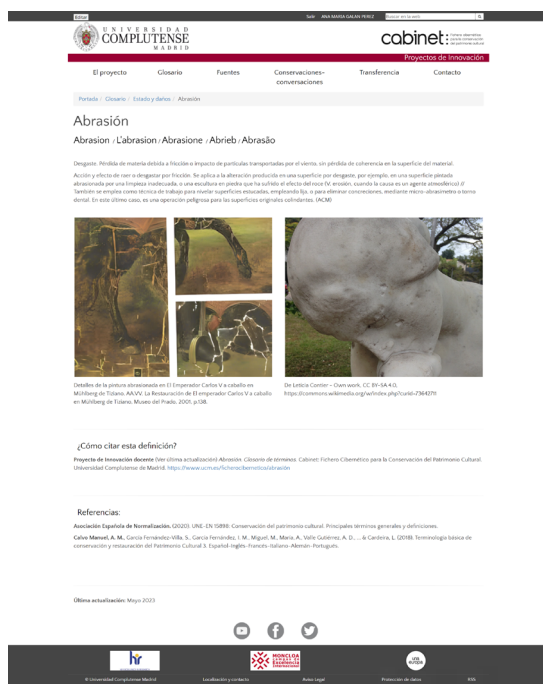


Figura 57.- Página del término “Abrasión”

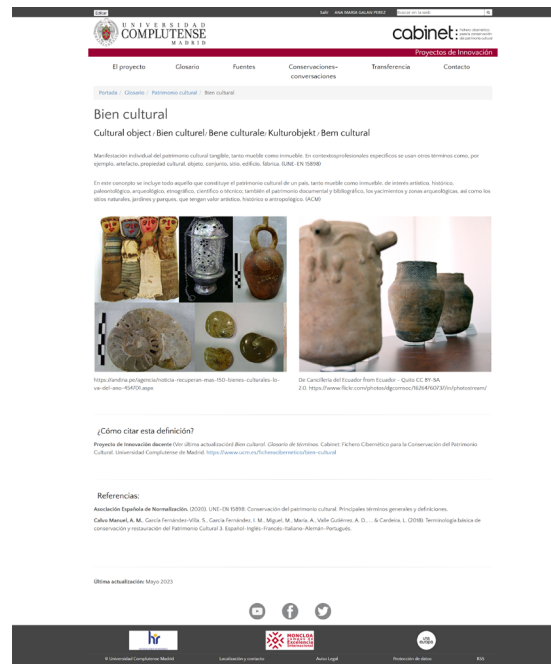


Figura 56.- Página del término “Bien cultural”

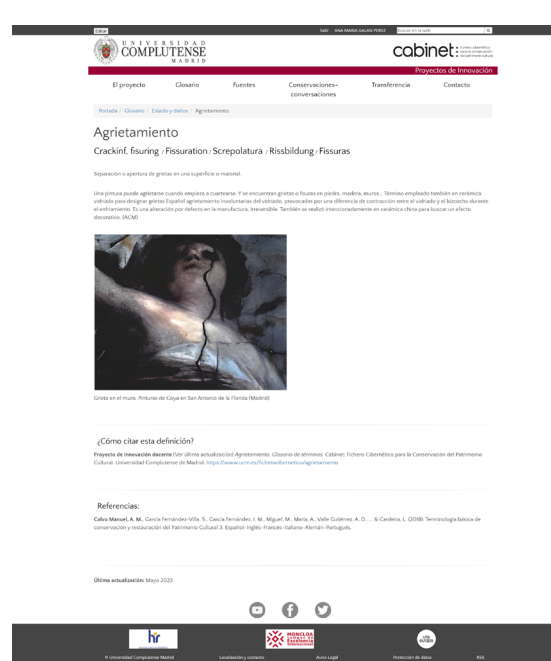


Figura 58.- Página del término “Agrietamiento”

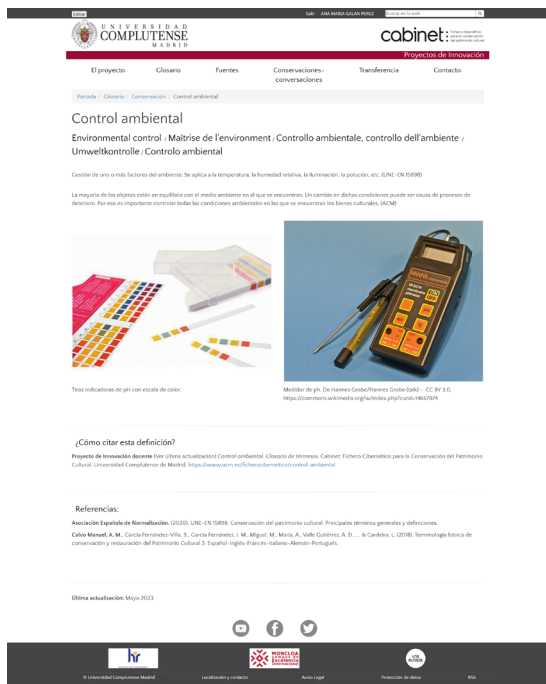


Figura 59.- Página del término "Control ambiental"

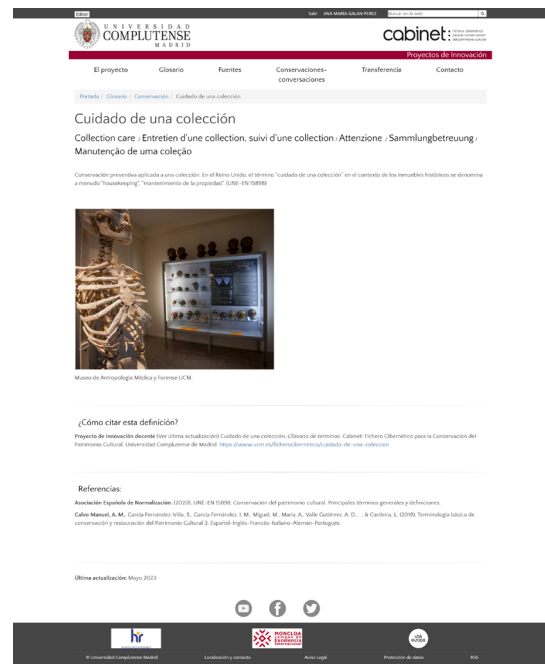


Figura 60.- Página del término "Cuidado de una colección"

Además, de la página de uno de los términos, en concreto del término Auenticidad se han creado las **páginas dedicadas a la traducción del mismo en 5 idiomas**. Estas páginas son exactamente igual que la página de consumo principal pero en otro idioma y a ellas se accede a través de las etiquetas del término en otro idioma.

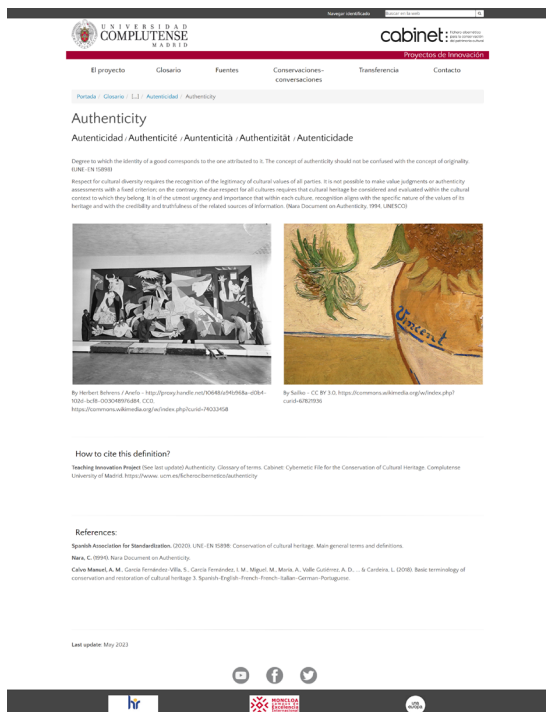


Figura 61.- Página del término "Authenticity"

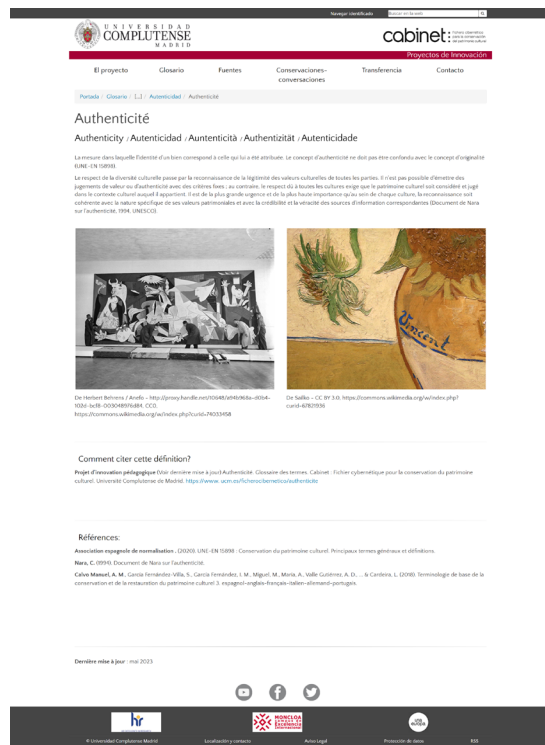


Figura 62.- Página del término "Authenticité"

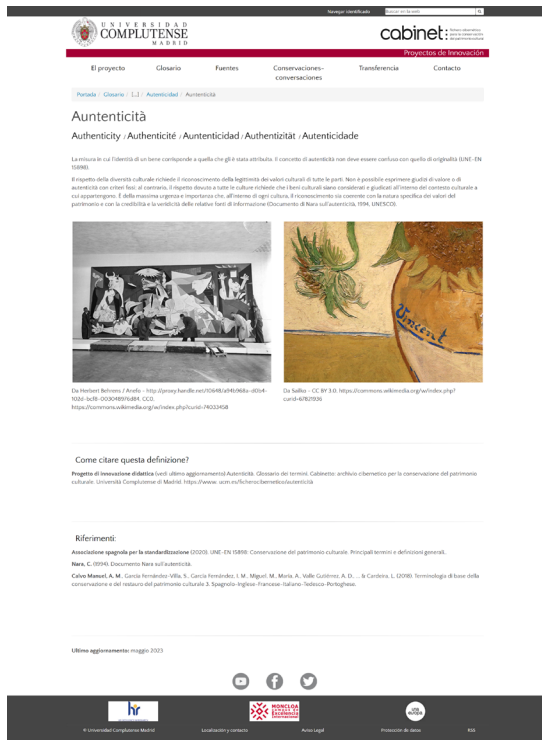


Figura 63.- Página del término “Autenticità”



Figura 64.- Página del término “Authentizität”

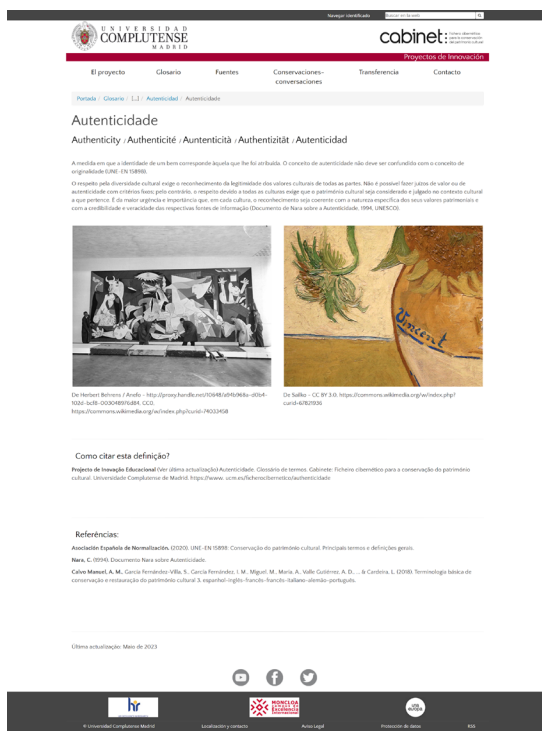


Figura 65.- Página del término “Autenticidade”

[Ver Anexo I - Sección: 2.3.4. Implementación en el sitio web](#)

### 3. CONCLUSIONES

---

Durante el desarrollo de este proyecto, he tenido la oportunidad de sumergirme en un campo completamente nuevo para mí: la restauración y conservación del patrimonio cultural. Ha sido una experiencia enriquecedora donde no solo **he trabajado y ampliado los conocimientos aprendidos a lo largo del grado**, si no que también **he adquirido habilidades completamente nuevas**.

Una de las lecciones más valiosas que he aprendido ha sido la de **trabajar directamente con un cliente real**. A diferencia de otros proyectos académicos, esta vez he tenido que atender a las necesidades específicas y reales del cliente. Además, he desarrollado habilidades para adaptarme a los requerimientos cambiantes y, al mismo tiempo, ofrecer orientación fundamentada en los análisis realizados.

A pesar de las **dificultades encontradas durante el proyecto, especialmente en la implementación web del glosario digital**, he logrado superar los desafíos. Las limitaciones de implementar la página web en el sitio web de la Universidad Complutense han tenido que ser tomadas en cuenta tanto en la parte visual como en la funcionalidad, donde ha habido que buscar un equilibrio entre la facilidad de uso y la sostenibilidad de cara a la futura implementación. Sin embargo, **el resultado obtenido ha sido más que satisfactorio** tanto personalmente como por parte del equipo del Proyecto de Innovación. En este sentido, se espera que la implementación del sitio web de forma completa se realice con facilidad y de forma satisfactoria, así como que otras herramientas que quieran formar parte de "Cabinet" en el futuro puedan beneficiarse del trabajo realizado.

En resumen, este proyecto me ha permitido aplicar mis habilidades en diseño gráfico y de interacción, así como experimentar la dinámica de trabajo con un cliente real. Por último, quiero destacar de manera sumamente positiva la oportunidad de haber participado en un proyecto de innovación docente en el que el equipo pone un gran esfuerzo y trabajo colaborativo desde diversas disciplinas, evidenciando así su enfoque multidisciplinario.

## 4. REFERENCIAS

---

- [1] Calvo Manuel, A. M., García Fernández-Villa, S., García Fernández, I. M., Miguel, M., María, A., Valle Gutiérrez, A. D., ... & Cardeira, L. (2018). Terminología básica de conservación y restauración del Patrimonio Cultural 3. Español-Inglés-Francés-Italiano-Alemán-Portugués. Recuperado de: [https://eprints.ucm.es/id/eprint/46544/1/2018\\_CR%20Terminologi%CC%81a%20PIMCD3\\_PT.pdf](https://eprints.ucm.es/id/eprint/46544/1/2018_CR%20Terminologi%CC%81a%20PIMCD3_PT.pdf)
- [2] Identificador Memórica. (s. f.). Recuperado de: <https://memoricamexico.gob.mx/>
- [3] Identificador Canal de cultura contemporánea. (s. f.). Recuperado de: <https://www.cacocu.es/>
- [4] Identificador Europeana. (s. f.). Recuperado de: <https://www.europeana.eu/es>
- [5] Identificador Oepac. (s. f.). Recuperado de: <https://oepac.es/>
- [6] Identificador Archivo General de la Nación. (s. f.). Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/interior/archivo-general-de-la-nacion>
- [7] Identificador Archivo Municipal de Zaragoza. (s. f.). Recuperado de: <https://www.zaragoza.es/sede/portal/usic/>
- [8] Manual de uso de marca de UCM. (2018, noviembre). Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: [https://www.ucm.es/data/cont/docs/3-2018-12-05-Manual%20de%20uso%20de%20la%20Marca%20UCM%202018-11-29\\_WEB.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/3-2018-12-05-Manual%20de%20uso%20de%20la%20Marca%20UCM%202018-11-29_WEB.pdf)
- [9] Oficina Española de Patentes y Marcas. Localizador de marcas y servicio de consulta. Recuperado 30 de marzo de 2023, de <http://consultas2.oepm.es/LocalizadorWeb/jsp/busquedaDenominacion.jsp>
- [10] Universidad Complutense de Madrid. (s. f.). Recuperado 19 de marzo de 2023, de <https://www.ucm.es/>
- [11] Universidad Complutense de Madrid. (s. f.). Recuperado 19 de marzo de 2023, de <https://www.ucm.es/investigacion>
- [12] JSTOR Home. (s. f.). Recuperado 20 de marzo de 2023, de <https://www.jstor.org/>
- [13] Louvre. (s. f.). Colección del Louvre. Recuperado 25 de marzo de 2023, de <https://collections.louvre.fr/>