

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

"Desarrollo de material publicitario y recursos pedagógicos para los conciertos didácticos del Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG)."

PROYECTO DE GRADO

SCARLETH BERENICE AMAYA HERNÁNDEZ
CARNET 12558-14

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JUNIO DE 2018
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

"Desarrollo de material publicitario y recursos pedagógicos para los conciertos didácticos del Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG)."

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR
SCARLETH BERENICE AMAYA HERNÁNDEZ

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JUNIO DE 2018
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

DECANO: MGTR. CRISTIÁN AUGUSTO VELA AQUINO
VICEDECANO: MGTR. ROBERTO DE JESUS SOLARES MENDEZ
SECRETARIA: MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ
DIRECTOR DE CARRERA: MGTR. GUSTAVO ADOLFO ORTIZ PERDOMO

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. MARIAJOSÉ ESPINA GALVÁN

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. CARLOS ROBERTO HUN MARTINEZ
LIC. CLAUDIA MARIA AQUINO AREVALO
LIC. INÉS DE LEON VALDEAVELLANO

CARTA
del asesor



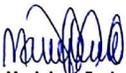
Facultad de Arquitectura y Diseño
Departamento de Diseño Gráfico
Teléfono: (502) 2426 2626 ext. 2428
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

Reg. No. DG.128-2018

Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a los veintitrés días del mes de mayo
de dos mil dieciocho.

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **SCARLETH BERENICE AMAYA HERNÁNDEZ**, con carné **1255814** cumplió con los requerimientos del curso de Proyecto de Grado en Diseño Gráfico.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Presentación de Proyecto de Grado, previo a optar al grado académico de Licenciado(a).



Lic. Marijo José Espina Galván
ASESOR DE PROYECTO

ORDEN

de impresión



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
No. 031328-2018

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante SCARLETH BERENICE AMAYA HERNÁNDEZ, Carnet 12558-14 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 0369-2018 de fecha 21 de junio de 2018, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"Desarrollo de material publicitario y recursos pedagógicos para los conciertos didácticos del Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG)."

Previo a conferírsele el título de DISEÑADORA GRÁFICA en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 27 días del mes de junio del año 2018.



MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ, SECRETARIA
ARQUITECTURA Y DISEÑO
Universidad Rafael Landívar

Agradecimiento

Te agradezco mami, sin ti esto no sería posible. También a ti Lito, el hombre más creativo del mundo.

1. INTRODUCCIÓN	1
2. FAMILIARIZACIÓN	3
3. COMPRENSIÓN Y DEFINICIÓN DE LA NECESIDAD	6
4. OBJETIVOS	6
5. MARCO DE REFERENCIA	7
5.1 PROFUNDIZAR EN LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE	8
5.1.A ¿Qué es el Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG)?	8
5.1.B Misión y visión	8
5.1.C ¿Cuál es la función de SOG?	8
5.1.D Núcleos de SOG:	9
5.2 ANTECEDENTES	10
Caso 1: Conciertos de solistas	11
Caso 2: Concierto final de seminario	12
Caso 3: Apadrinamiento	13
Caso 4: Campaña de apadrinamiento	14
Caso 5: Concierto didáctico 2017	16

5.3 CASOS ANÁLOGOS	22
Caso 1: Museo del niño	22
Caso 2: Teatro Abril	24
Temporada Estudiantil	
Competencia adicional	25
5.4 RECOPIRAR INFORMACIÓN DEL TEMA	27
☆ SUJETOS DE ESTUDIO	27
5.4.A ¿Qué es un concierto didáctico?	27
5.4.B ¿Qué beneficios se obtienen de la música en el desarrollo integral del ser humano	27
5.4.C ¿Cuál es la importancia de la música en el desarrollo académico de un niño?	28
5.4.D Beneficios en la preparación académica	29
5.4.E La importancia de la música en la formación de líderes, la práctica de valores y el trabajo en equipo	29
5.4.F ¿Qué es una orquesta y cómo funciona?	30
5.4.G Influencia e impacto de la música en la sociedad	33

5.4.H ¿Cómo influye la música en la promoción de la cultura?	33
5.4.I El fomento de valores, la prevención de violencia, la inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país por medio de la práctica colectiva de la música	33
5.4.J Situación de la formación musical en Guatemala	34
5.4.K Uso del papel en la música	35
5.4.L Orquestas de papel	35
5.4.M Infografía	36

6.MARCO TEÓRICO DE DISEÑO 37

☆ SUJETOS DE ESTUDIO 38

6.1 DISEÑO GRÁFICO SOCIAL 37

6.2 DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO 38

6.2.A La publicidad como medio de comunicación 39

6.2.B Fases de una campaña publicitaria 39

6.2.C Tipos de campañas publicitarias 40

6.2.D Funciones de la publicidad 41

6.2.E El proceso creativo en publicidad 41

6.2.F El discurso escrito en publicidad 43

6.2.G Publicidad Alternativa 43

6.2.H El mensaje publicitario 44

6.2.I Elementos gráficos en la publicidad 45

6.2.J Diseño del cartel publicitario 47

6.2.K Tipografía creativa en el cartel publicitario 50

6.2.L Las figuras retóricas en publicidad 51

6.2.M Las figuras retóricas y el lenguaje publicitario 52

6.2.N La respuesta del consumidor ante el lenguaje retórico 52

6.2.Ñ El copy en publicidad 54

6.2.O Plan de medios 55

6.2.P Uso de las bases de datos 55

6.2.Q Material promocional 56

6.2.R La participación en la publicidad 56

6.3 PUBLICIDAD INFANTIL	57	6.7E El papel, su proceso de elaboración y propiedades	74
6.4 LA ILUSTRACIÓN EN EL MATERIAL PUBLICITARIO	58	6.7F Materiales para trabajar con papel	75
6.4.A El brief	58	6.7G Recomendaciones en el uso del papel	75
6.4.B La ilustración en publicidad	58	6.7H Artistas y diseñadores que emplean la técnica	77
6.4.C ¿Cómo se desarrolla la ilustración?	59	6.7I El papercraft y la fotografía	80
6.4.D El proceso creativo en la ilustración	62	6.8 MOTION GRAPHICS EN PUBLICIDAD	81
6.4.E Estilos	64	6.8.A Orígenes y ventajas en el medio publicitario	81
6.5 CAMPAÑAS CREATIVAS	66	6.8.B ¿Cómo generar un recurso animado efectivo?	82
6.5.A DDH Helsinki Mcdonalds	66	6.9 GENERAR UNA PRESENTACIÓN EFECTIVA	83
6.5.B Signal – Lowe (Singapur)	67	6.10 DISEÑO DE RECURSOS PEDAGÓGICOS	84
6.5.C Bologna Festival	68	6.11 PREPARACIÓN DE ARTES FINALES	86
6.5.D Savannah Music Festival	68	6.12 OBJETOS DE ESTUDIO	88
6.6 LA ILUSTRACIÓN INFANTIL	70	6.12.A Filarmónica de París Betc Studio	88
6.7 EL USO DEL PAPEL EN EL DISEÑO GRÁFICO	71	6.12.B Análisis gráfico / Filarmónica de París / Betc Studio	90
6.7.A Conceptos	71		
6.7.B Orígenes	71		
6.7.C El papercraft y la ilustración	72		
6.7.D Ventajas y desventajas en el uso de la técnica	72		

6.12.C Primavera de Péroutes 2017/ Grapheine Studio	92
6.12.D Análisis gráfico / Primavera de Péroutes 2017/ Grapheine Studio	95
6.13 EXPERIENCIAS DE DISEÑO	97
7.COMPRENSIÓN DEL GRUPO OBJETIVO	110
7.1 COMPRESIÓN DEL GRUPO OBJETIVO / PRIMARIO	111
7.1.A Perfil geográfico	112
7.1.B Perfil demográfico	112
7.1.C Perfil Psicográfico	112
7.2 COMPRESIÓN DEL GRUPO OBJETIVO / SECUNDARIO	113
7.2.A Perfil geográfico	114
7.2.B Perfil demográfico	114
7.2.C Perfil Psicográfico	114
7.2.D Perfil Psicopedagógico	114

8.CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO	116
8.1 E-mailings	117
8.2 Video	117
8.3 Guía para maestros	117
8.4 Afiches	119
8.5 Recurso pedagógico / rompecabezas	119
8.6 Stickers de Empaque	119
8.7 Stickers identificadores	119
8.8 Recurso pedagógico / Guía Mi Primer instrumento	120
8.9 Botón	121
9.DISEÑO DEL CONCEPTO	122
9.1 BÚSQUEDA DE LA IDEA	123
9.1.A Técnica 1: Relaciones Forzadas / ideart	123
9.1.B Técnica 2: What if	126
9.1.C Técnica3: Mapa Mental	128
9.1.D Concepto final	131

9.2 FUNDAMENTACIÓN DE LA IDEA	132
--------------------------------------	-----

10. CODIFICACIÓN DEL MENSAJE

10.1 VISUALIZACIÓN	136
---------------------------	-----

10.1.A Moodboard Sonoro	136
-------------------------	-----

10.1.B Moodboard Dobleces	137
---------------------------	-----

10.1.C Moodboard Diversión	138
----------------------------	-----

11. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE MEDIOS

11.1 FASES ESTRATÉGICAS DE COMUNICACIÓN	147
--	-----

11.2 SELECCIÓN DE LAS PIEZAS	149
-------------------------------------	-----

11.3 PROYECCIÓN FINANCIERA	159
-----------------------------------	-----

12. BOCETAJE PARA DEFINIR LA PROPUESTA PRELIMINAR

13. VALIDACIÓN

13.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE VALIDACIÓN	236
--	-----

13.2 CAMBIOS DE VALIDACIÓN	239
-----------------------------------	-----

14. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

14.1 PROPUESTA FINAL	265
-----------------------------	-----

14.2 FUNDAMENTACIÓN	282
----------------------------	-----

15. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

15.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	289
---------------------------------------	-----

15.2 INFORME TÉCNICO	301
-----------------------------	-----

15.3 PRESUPUESTO DE DISEÑO Y REPRODUCCIÓN	310
--	-----

16. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

17. REFERENCIAS CONSULTADAS

18. ANEXOS

RESUMEN

El sistema de Orquestas de Guatemala (SOG) es una organización sin fines de lucro que busca el desarrollo e inclusión de niños vulnerables a través de la práctica colectiva de la música. La organización promueve la práctica de valores y plantea a la música como una escuela de vida con el propósito de formar a músicos de alta calidad y seres humanos con valores. De igual manera se recalca la importancia de la valoración musical en las comunidades, el reconocimiento de la función social del arte y la promoción del impacto positivo de la música a nivel académico.

La organización posee una temporada didáctica dirigida a niños de 1.º y 4.º primaria de nivel socioeconómico medio alto y alto. Carece de una comunicación que dé a conocer quién es la organización y cuáles son los beneficios de la música en la formación musical. Con el propósito de recaudar fondos para seguir contribuyendo a su misión.

A partir de esta necesidad fueron trazados objetivos en torno a la generación de material publicitario y recursos pedagógicos con el objetivo de dar lugar al aprendizaje lúdico y generar experiencias.

Para poder desarrollar una respuesta gráfica y estrategia de diseño e implementación, se acudió a un proceso de investigación y conceptual para dar origen a la idea. Se aplicó una técnica de ilustración alternativa para dar lugar a un resultado no convencional que se apegara a la temática y al grupo objetivo.

1. INTRODUCCIÓN ---

La formación musical trae consigo diferentes beneficios y es de apoyo al desarrollo de destrezas en la formación académica de los niños y jóvenes.

El Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG) lleva a cabo la enseñanza de la música mediante diferentes agrupaciones musicales con el propósito de promover la música como un poderoso elemento de cambio y transformación social en un entorno donde el contexto puede propiciar la integración de niños y jóvenes a la cultura de violencia en la que vivimos.

De esta manera el SOG lleva a cabo la temporada de conciertos didácticos, dirigidos a niños de 1.º a 4.º primaria de colegios prestigiosos de la ciudad de Guatemala para obtener fondos que sirvan de apoyo a su labor.

Es así como surge la necesidad de generar un material publicitario que promueva la temporada de conciertos didácticos, adicionalmente un recurso pedagógico que favorezca al aprendizaje lúdico. El proceso se llevó a cabo mediante el establecimiento de objetivos. Una investigación previa del tema y reconocimiento del grupo objetivo para dar lugar a una propuesta que se apegara a la necesidad planteada. Se utilizaron técnicas creativas para alcanzar una propuesta preliminar. El material fue validado con diferentes profesionales y grupo objetivo previamente a la propuesta final.

EJE TEMÁTICO: DESARROLLO Y SOLIDARIDAD

El diseño gráfico es una profesión de comunicación visual la cual es una herramienta muy útil en la educación de una sociedad, de acuerdo a Moreno (2007). La manera de transmitir mensajes puede facilitar resolver diferentes tipos de problemas que la aquejan.

El desarrollo y solidaridad se relaciona con el diseño social. Bastidas (2016), indica que este enfoque de diseño implica responsabilidad social ética, compromiso social, activismo, cambio social e innovación. Implica de igual manera conciliar el impulso y el valor del diseño en las dinámicas productivas con el resto de la sociedad. Se menciona que el diseño tiene el potencial de jugar un papel importante en el cambio y promoverlo. Bastidas (2016), cita a Manzini (2015), quien define al diseño social como una actividad en la cual el diseño responde a problemas que no son atendidos por el estado o el mercado. Se expresa bajo parámetros que se caracterizan por la nobleza, ética y el asistencialismo. De igual manera tiene la visión, propósito y responsabilidad de mejorar la calidad de vida.

López (2016), refiere que los proyectos de diseño gráfico relacionados con este eje temático se manifiestan en la unión y cooperación de personas para contribuir a la generación de mejores condiciones de vida. Dentro de este eje se encuentra, por ejemplo, las donaciones o servicios. Este tipo de proyectos buscan sensibilizar y motivar a una causa específica. Lo anterior es posible mediante materiales informativos o de persuasión y campañas sociales.

En el sitio oficial del Sistema de Orquestas de Guatemala (s.f), se menciona cómo la organización busca dar lugar a escuelas de vida a partir de valores que se encuentran involucrados en la práctica de la música. Al ser una organización no lucrativa, posee un programa de apadrinamiento a partir del cual, es posible apoyar a los niños de cada núcleo. De igual manera lleva a cabo diferentes actividades abiertas al público para poder invertir en el futuro de más de 200 niños y jóvenes.

Todos los esfuerzos realizados para favorecer a la organización, permite abrir la posibilidad de mejorar las condiciones de la enseñanza de cada alumno y de esta manera continuar con el desarrollo artístico de más niños en situaciones vulnerables.



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (s.f) Extraído el 26 de Agosto del 2017 de <http://soggt.weebly.com/quieacutenes-somos.html>



2. FAMILIARIZACIÓN

GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DISEÑO

Información que se obtuvo a partir de la entrevista realizada a la directora de desarrollo institucional: Rossana Pierri 20 de Agosto de 2017. (Anexo 1)

ELEMENTO

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

El Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG), es una organización sin fines de lucro que busca el desarrollo, el fomento de valores, prevención de violencia y la inclusión de los niños y jóvenes vulnerables del país por medio de la práctica colectiva de la música. Lleva a cabo desde el año 2011 una temporada de conciertos didácticos dirigidos a los niños de nivel primario de colegios de nivel socioeconómico alto y medio alto. Por lo que se requiere de su promoción a través de material publicitario a directivos y padres de familia.

EMPRESA

El Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG), busca por medio de la música desarrollar la autoestima, fomentar la cultura en las comunidades y llevar a cabo la práctica de valores como tolerancia, disciplina, humildad, lealtad, respeto y generosidad. Busca formar músicos de alta calidad profesional.

CLIENTES

Al ser una organización no lucrativa, busca ser autosostenible mediante los fondos recaudados y promover el estudio en música para niños de escasos recursos mediante el apadrinamiento.

El nivel socioeconómico alto y medio alto es el grupo objetivo al que apunta la organización quien ofrece servicios de conciertos y eventos diplomáticos.

COMPETENCIA

La competencia en relación con el proyecto está conformada por otras instituciones relacionadas con la música que se han abierto un espacio en los colegios y tienen un espacio garantizado en las actividades escolares. El Sistema de Orquestas de Guatemala se distingue por ser una organización orquestal de niños.

POSICIONAMIENTO

Promover los conciertos didácticos en los colegios de nivel socio-económico medio alto a través de la promoción de la música con sentido social y de beneficio en la formación académica de los niños.

RETO DE DISEÑO

Generar un material que dé a conocer a la organización y a sus conciertos tomando como base los beneficios de la música en el desarrollo académico de los niños. Considerando que al grupo objetivo le interesa invertir en actividades de valor que fomenten y desarrolle nuevas destrezas en los niños.

MEDICIÓN DEL ÉXITO

Se evaluará por medio de un instrumento de validación del grupo objetivo para determinar las áreas de oportunidad del proyecto y las áreas a mejorar previo a ser utilizado. Se establecerá una meta y en base a la cantidad de colegios alcanzados se determinará la eficacia de la propuesta.

PLAN DEL PROGRAMA

Agosto 2017 Familiarización con el proyecto / Septiembre 2017 Reconocimiento de grupo objetivo, proceso de conceptualización / Octubre 2017 Proceso de bocetaje y propuestas preliminares. / Noviembre 2017 Validación y propuesta final.

PRESUPUESTO

El proyecto se llevará a cabo a través de patrocinadores. Las impresiones serán patrocinadas por Cemaco y la Universidad Internaciones.

3. COMPRENSIÓN Y

DEFINICIÓN DE LA NECESIDAD

El sistema de Orquestas de Guatemala (SOG), es una organización sin fines de lucro que busca el desarrollo, fomento de valores e inclusión de niños y jóvenes a través de la práctica de la música, sin embargo, carece de una comunicación efectiva que dé a conocer a la Organización y los beneficios de la música en la formación académica de los niños, para incentivar a la directiva de colegios guatemaltecos y padres de familia de nivel socio-económico medio alto y alto a la asistencia de sus alumnos en la temporada de conciertos didácticos que promueve la organización, con el propósito de recaudar fondos para proveer oportunidades de desarrollo a niños y jóvenes por medio de la práctica colectiva de la música, asimismo fomentar el aprendizaje en los niños sobre los instrumentos de cuerda y marimba.

Específicos

2. Desarrollar recursos pedagógicos para generar una experiencia memorable que le permita a los niños, que asisten al concierto, aprender de forma lúdica sobre las partes de un instrumento de cuerda y marimba. Asimismo se dé el reconocimiento a su aprendizaje por medio de un incentivo.
3. Aplicar una técnica de ilustración alternativa (papercraft) para generar una gráfica no convencional. Con el propósito de llamar la atención de los niños con facilidad a través de la gráfica.

4. OBJETIVOS

General:

1. Desarrollar material publicitario que facilite el reconocimiento del Sistema de Orquestas de Guatemala, los beneficios de la música en la formación académica e incentive a los directores de los colegios y padres de familia, la asistencia de los alumnos a los conciertos didácticos que ofrece la orquesta infantil. Para recaudar fondos y contribuir al desarrollo de niños a través de la práctica colectiva de la música.



5. MARCO DE **REFERENCIA**

GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DISEÑO

5.1 PROFUNDIZAR EN LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE

5.1.A ¿QUÉ ES EL SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA (SOG)?

Según el sitio web oficial de la organización SOG (s.f), es una organización sin fines de lucro que busca el desarrollo, el fomento de valores a través de la práctica de la música.

Se especializan en la práctica de la música en niños y jóvenes a través de tres núcleos dispuestos en Guatemala. Cada núcleo es un centro académico musical (Escuela de Música) donde se desarrollan coros y la enseñanza musical. Su sistema está basado en el sistema de Venezuela, el cual ha sido desarrollado en más de 25 países . El objetivo de cada núcleo es brindar a los estudiantes un ambiente sano y libre de violencia, fomentar valores humanos a través de la práctica colectiva de la música.

Los niños inician su formación musical en un programa de estimulación temprana desde los 2 años. Seguidamente participan en agrupaciones corales y orquestales según edad y nivel de habilidad esto se desarrolla en la edad escolar hasta los 18 años. Las clases se dan de 5 a 6 veces por semana. Cada clase tiene una duración de 4 horas diarias, el objetivo es utilizar ese tiempo en una actividad productiva y reducir el riesgo a involucrarse en la violencia. Las clases no tienen costo y buscan financiamiento mediante programas de donación y apadrinamiento.

5.1.B MISIÓN Y VISIÓN

El sitio web de SOG (s.f), indica que su misión es buscar el desarrollo de la autoestima, reducir el tiempo de ocio, implementar el uso de los valores morales en la vida cotidiana, fomentar la cultura de la música en las comunidades, proporcionar herramientas para que los jóvenes sueñen y realicen sus metas, impactar de forma positiva en resultados académicos de los jóvenes, formar líderes positivos, promover el trabajo en equipo e incidir en el comportamiento general.

En cuanto a su visión se indica lo siguiente:

“Ser una plataforma de desarrollo para cultivar en niños y jóvenes guatemaltecos valores necesarios para su crecimiento académico, intelectual, profesional, espiritual, social y personal. Buscando un crecimiento integral que impacte a sus familias y comunidades.” (Sistema de Orquestas de Guatemala [SOG], s.f., en red).

De igual manera se enfoca en la práctica de valores ya que las agrupaciones buscan ser una escuela de vida.

5.1.C ¿CUÁL ES LA FUNCIÓN DE SOG?

SOG lleva a cabo la enseñanza de la música mediante agrupaciones musicales, sin embargo, estas no son únicamente estructuras artísticas sino son escuelas de vida. Su función principal es encaminar a los niños y jóvenes a buenas prácticas que beneficien su futuro y reducir los riesgos de integrarse a la violencia. Es importante para la organización fomentar la colaboración, solidaridad, trabajo en equipo, sentido de pertenencia, autoestima, responsabilidad, liderazgo, respeto, búsqueda de excelencia, motivación, disciplina y autorrealización.

Se indica que:

“El SOG busca cosechar músicos de la más alta calidad pero también personas con valores, mejores hijos, mejores ciudadanos y más líderes.” (Sistema de Orquestas de Guatemala [SOG], s.f., en red).

5.1.D NÚCLEOS DE SOG:

Como se ha mencionado anteriormente SOG posee 3 núcleos ubicados en: Ciudad de Guatemala zona 13 (Núcleo zona 13) , Sacatepéquez (Núcleo San Juan del Obispo) y Chimaltenango (núcleo Santa Cruz Balanyá)

En la ciudad de Guatemala se ubican en la siguiente dirección: 11 calle 4-64 Edificio Passarelli zona 1, 01001 Ciudad de Guatemala, Guatemala.

Se enfocan en las siguientes agrupaciones: cuarteto de cuerdas, quinteto de cuerdas, marimba, coro de cámara, orquesta de cuerdas de cámara, coro y orquesta.

5.2 ANTECEDENTES

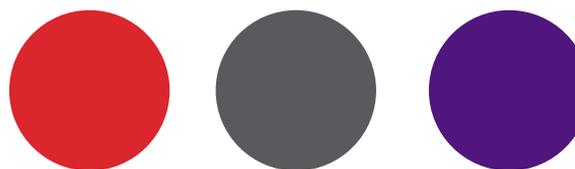
La organización posee ciertos antecedentes de comunicación. La organización posee un logotipo en diferentes variaciones:



El logotipo es utilizado en opacidad lo que perjudica su legibilidad, no utilizan siempre el mismo. Hacen uso de las siguiente variaciones:



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2016) Proporcionado por Rossana Pierri. Directora de Desarrollo institucional. 25 de agosto de 2017



Poseen un isotipo con las siglas del nombre de la organización. Hacen uso de la transparencia. Cosa que no es conveniente para la aplicación de distintos soportes ya que el color puede modificarse, además en el proceso de impresión no se recomienda el uso de opacidades. Los colores corporativos utilizados no poseen un código pantone específico. Esto perjudica a la solidez de la imagen de la marca. No poseen una tipografía corporativa.

La identidad corporativa carece de manual de identidad. El material generado es realizado por voluntarios por el departamento de desarrollo. Poseen material informativo, sitio web mediante una plataforma gratuita (weebly). Asimismo utilizan su cuenta de Facebook para difundir afiches digitales.

El análisis de las siguientes piezas se llevó a cabo mediante una guía de observación. La cual detalla los elementos específicos a nivel gráfico. (Anexo 2).

CASO 1 *Conciertos de solistas*

Según la página de Facebook de la organización, ha llevado a cabo distintos conciertos. En este caso corresponde a la temporada de conciertos de solistas extranjeros llevado a cabo en el año 2016.



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2017) Extraído el 26 de Agosto del 2017 de <https://www.facebook.com/SOG.GUATE/photos/a.628311667225246.1073741830.181664398556644/1245847775471629/?type=3&theater>

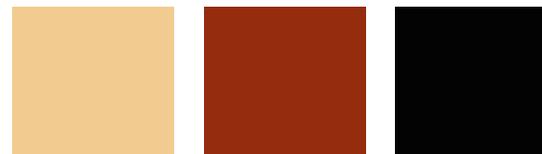


Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2017) Extraído el 26 de Agosto del 2017 de <https://www.facebook.com/SOG.GUATE/photos/a.191036660952751.57742.181664398556644/1242256592497414/?type=3&theater>

Manejo del color: Predominio del color negro y colores cálidos.
Semiótica: Manejo del color en los materiales de tipo realista, presencia de imágenes que se apegan a la realidad, como los instrumentos musicales.

Función: Se vincula con la música y los colores realistas: Violín.

Expresión: Sobria.



Formato: Cuadrado. Dimensiones de: 960 x 960 píxeles.

Soporte: Digital.

Tipografía: Combinaciones con tipografía caligráfica, san serif y decorativa. No posee unidad visual en cuanto a este aspecto. Los materiales poseen diferentes tipografías. Según sus formas podrían denotar movimiento y energía. Esto se vincula con la música.

Función: Favorecer a la legibilidad para informar, pero esto no se cumple del todo debido a que la cantidad de texto es excesiva.

Expresión: Dinámica de movimiento.

Ejes y retículas: Presenta ejes rectos. Con una retícula jerárquica. La disposición de la retícula permite jerarquías en niveles de importancia con relación a la información. Existe una pleca negra dispuesta en el titular por lo que se enfatiza en esta área.

Elementos gráficos extra: Fotografía e imágenes referentes a instrumentos. Logotipo presente en sus variaciones.

Función comunicativa: Ambas imágenes tienen la función de informar sobre el concierto de solistas y un taller impartido por un músico extranjero.

CASO 2 *Concierto final de seminario*

Según la página de Facebook (s.f), de la organización. SOG ha llevado a cabo conciertos que se impartieron por maestros extranjeros. La pieza corresponde a un post de Facebook para el concierto que se llevó a cabo el 24 de junio de 2016.



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2017)
Extraído el 26 de Agosto del 2017 de <https://www.facebook.com/SOG.GUATE/>

Manejo del color: Esfuerzo por utilizar sus colores corporativos.



Función: Reafirmación de identidad de marca.

Expresión : Corporativa / dinámica, divertida, infantil.

Formato: Cuadrado con unas dimensiones de: 960 x 960 píxeles.

Soporte: Digital / Facebook.

Tipografía: Decorativa. El color de la tipografía favorece a la legibilidad al ser negro sobre blanco.

Función: Comunicar por medio de una gráfica legible. Enfatizar por medio del uso de jerarquías o contrastes entre titular y cuerpo.

Expresión: Dinámica.

Ejes y retículas: Presenta ejes rectos. Con una retícula jerárquica y manuscrita. Por medio de los bloques verticales se integran los elementos ilustrativos a la gráfica general. Esta retícula está presente en el eje central y la información a modo de bloques. No posee márgenes externos.

Elementos gráficos extra: Elementos vectoriales ilustrativos. Logotipo Presente.

Función comunicativa: Informar sobre el concierto y su asistencia gratuita.

CASO 3 *Apadrinamiento*

Siendo el Sistema de Orquesta de Guatemala una organización sin fines de lucro. Es importante promover el apadrinamiento de niños para que se siga, de esta manera, apoyándose en la formación musical de los niños de cada núcleo. Realizada el 24 de octubre de 2017 vía Facebook.



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2017) Extraído el 26 de Agosto del 2017 de https://www.facebook.com/pg/sistema.guatemala/photos/?ref=page_internal

Manejo del color: Colores corporativos.

Función: Reafirmación de identidad de marca

Expresión : Corporativa, formal.



Formato: Cuadrado con unas dimensiones de: 960 x 960 píxeles.

Soporte: Digital / Facebook.

Tipografía: Combinaciones con tipografía caligráfica, san serif. Aplicación de diferentes grosores y tamaños según jerarquía.

Función: Informar.

Ejes y retículas: Presenta ejes rectos. Con una retícula jerárquica. Los bloques horizontales permiten enfatizar la información.

Elementos gráficos extra: Presencia de fotografía. La cual es referente a la imagen de un niño músico que pertenece a la organización. Logotipo presente.

Función comunicativa: Informar sobre el programa de apadrinamiento, precio y datos de contacto.

CASO 4 Campaña de apadrinamiento

La organización ha realizado campañas para dar a conocer a sus alumnos con el propósito de motivar a las personas a apoyar en donaciones y apadrinamiento. Realizada en octubre de 2015 según la página de Facebook de SOG.



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2015) Extraído el 26 de Agosto del 2017 de https://www.facebook.com/pg/sistema.guatemala/photos/?ref=page_internal

Manejo del color: En esta campaña específica se utilizó una paleta de color específica:



Función: Persuadir por medio de una gráfica llamativa.

Expresión dinámica, infantil, juvenil.

Semiótica: Colores vibrantes. Uso de colores fantasiosos los cuales se caracterizan por ser imaginativos y arbitrarios.

Formato: Rectangular con unas dimensiones de: 731 x 960 píxeles.

Soporte: Digital / Facebook.

Tipografía: Combinaciones con tipografía san serif en bold y regular. Esto permite visualizar jerarquías.

Función: Informar sobre el apadrinamiento.

Expresión: Clara y concisa.

Ejes y retículas: No presenta una retícula específica la disposición de elementos en cada imagen es libre e irregular. Eje central del cual surgen los elementos.

Elementos gráficos extra: Fotografía y elementos vectoriales de manera ilustrativa.

Función comunicativa: Dar a conocer a los niños músicos de la organización, su nombre, edad y una frase específica como: ¿Quién

es tu músico favorito? lo que permite dar a conocer los intereses y gustos personales de cada uno.



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2011) Extraído el 26 de Agosto del 2017 de https://www.facebook.com/pg/sistema.guatemala/photos/?ref=page_internal

CASO 5 *Concierto didáctico 2017*

El Sistema de Orquestas de Guatemala ha llevado a cabo con anterioridad la temporada de conciertos didácticos. En este caso la temática era música de película y corresponde al año 2017 según información proporcionada de Rossana Pierri directora de desarrollo institucional.

Afiche en redes:



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2015)
Extraído el 26 de Agosto del 2017 de https://www.facebook.com/sistema.guatemala/photos/a.191036660952751.57742.181664398556644/909959232393820/?type=3&theater_photos/?ref=page_internal

Afiche en cartelera:



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2016) Proporcionado por Rossana Pierri. Directora de Desarrollo institucional. 25 de agosto de 2017

Banner:



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2017) Extraído el 26 de Agosto del 2017 de https://www.facebook.com/pg/sistema.guatemala/photos/?ref=page_internal

Manejo del color: *Semiótica:* se hace uso de colores no corporativos, presencia de colores sobrios y poco llamativos.

Función: Contextualizar con la temática del evento, se apega a lo realista.

Expresión: Sobriedad.



Formato: Afiche en redes: 701 x 960 Afiche de cartelera: 11 x 17 pulgadas Banner: 828 x 313.

Soporte: Digital / Facebook.

Tipografía: El afiche en redes maneja un titular san serif. Existe un uso de combinaciones con tipografía caligráfica, san serif en el caso del afiche en cartelera. No se recomienda el manejo

tipográfico en color amarillo debido a que esto perjudica a la legibilidad.

Función: Informar y persuadir.

Expresión: Dinamismo, el manejo del color en la palabra "Película" enfatiza y posee mayor peso visual siendo amarillo sobre fondo oscuro.

Ejes y retículas: Presenta ejes rectos. Con retícula jerárquica. Ejes horizontales para la posición de información adicional del evento.

Elementos gráficos extra: Presencia de ilustraciones referentes al concierto y elementos que corresponden al concepto "música de películas".

Función comunicativa: Dar a conocer el evento y las fechas.

Copy / slogan: Hizo uso de la frase "Sinfonía de película" para conectar con (la música y las películas).

Material proyectable: Para el concierto didáctico 2017 se realizó material impreso dirigido a padres de familia y a directivos. Siguiendo la línea gráfica anterior.

SOG SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA

Búhos

Orquesta Sinfónica Santa Cruz Balanyá

con apoyo de **IGA** CULTURALES

Sinfonía de PELÍCULA

Fusión de Orquestas Nacionales interpretando música de películas

-MARVEL - DISNEY - UNIVERSAL - DREAMWORKS - PIXAR

Conciertos Didácticos	Febrero	10:00 a 11:30 a.m.	3:00 a 4:30 p.m.	Teatro IGA Base 0-31 zona 4	Donación Q50
	Miércoles 22 Jueves 23 Viernes 24				

todo ticket



Sinfonía DE PELÍCULA



Fusión de Orquestas Nacionales interpretando música de películas

ORQUESTA - MARIMBA
MARCHING BAND - CORO

El Sistema de Orquestas de Guatemala presentará una temporada especial de temas de películas en la que interpretarán música de Marvel, Disney, Universal, Dreamworks y Pixar con instrumentos sinfónicos. En el espectáculo participarán en fusión varios proyectos infantiles y juveniles que están desarrollando Guatemala por medio del arte:

- Orquesta Sinfónica de Santa Cruz Balanyá (Chimaltenango)
- Marching Band Búhos (Col. La Florida zona 19)
- Marimba La Brisa (Núcleo San Juan del Obispo-SOG)
- Coro de cámara (Núcleo zona 13-SOG)
- Orquesta de cámara (Núcleo zona 13-SOG)

Son 6 conciertos para que todos los alumnos tengan la oportunidad de participar en esta temporada única:



Lugar:
Teatro IGA, 9 ave. 0-31 zona 4

Días:
Miércoles 22, jueves 23 y viernes 24 de febrero

Horarios:
Cada día se presentarán dos funciones

10:00-11:30 a.m.
3:00-4:30p.m.

La entrada por alumno tiene un valor de Q50 como donación al Sistema de Orquestas de Guatemala*. Los cuales incluyen material didáctico que se entregará a los alumnos el día del concierto como apoyo a las competencias a desarrollar.

* La donación será destinada a la continuidad y desarrollo del Sistema de Orquestas de Guatemala, el cual atiende diariamente de forma gratuita a más de 350 niños y jóvenes que son parte de orquestas, coros, marimbas y ensambles pre-infantiles. Y que busca la transformación social por medio de la música.



Los conciertos didácticos se llevarán a cabo con el objetivo de fortalecer las siguientes competencias del área de expresión artística:



Competencias del CNB:

- Manifiesta aprecio por el arte y los Artistas guatemaltecos valorando su desempeño en el tiempo y en el espacio.
- Valora las manifestaciones estético-sonoras de distintos ámbitos y épocas por su función social, su forma de estructuración y su interpretación.
- Emite juicios sobre creaciones musicales y diferentes manifestaciones estético-sonoras.



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2016) Proporcionado por Rossana Pierri. Directora de Desarrollo institucional. 25 de agosto de 2017

Formato: Carta 11 x 8.5 pulgadas.

Soporte: Impreso y digital.

Tipografía: Hace uso de tipografía caligráfica y san serif para el contenido. Sin embargo, el color amarillo no recomienda sobre materiales o superficies blancas.

Función: Procurar la legibilidad y claridad al ser un documento pensado para la lectura y comprensión.

Expresión: Sobriedad, saturación.

Ejes y retículas: La portada contiene una retícula modular a partir de cada módulo se ubica información importante del evento, patrocinadores, hora y fecha.

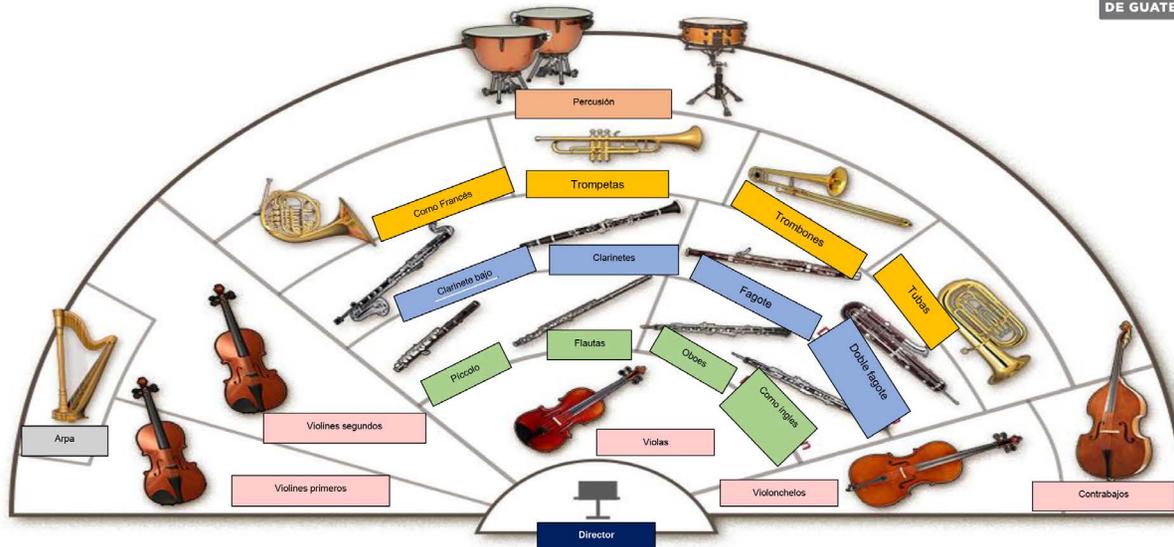
La retícula del contenido es jerárquica, hace uso de plecas negras en las cuales se hace presente información específica del evento y la organización. Contenido extenso por diapositiva.

Elementos gráficos extra: Hace uso de fotografías y el elemento de la cinta de video en la parte inferior. Uso de iconografía de manera repetitiva.

Función comunicativa: Informar sobre del evento y la trayectoria de la organización.

MATERIAL DIDÁCTICO:

SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA – SINFONÍA DE PELÍCULA



¿QUÉ INSTRUMENTOS USAN LAS AGRUPACIONES?

CAMERATA DE CUERDAS: violines, violas, violoncellos y contrabajos

MARCHING BAND: flautas, clarinetes, saxofones, trompetas, trombones, eufonios, tuba, quintuple, redoblante, bombo y lira

ENSAMBLE DE MARIMBA: 2 marimbas, tololoche y batería

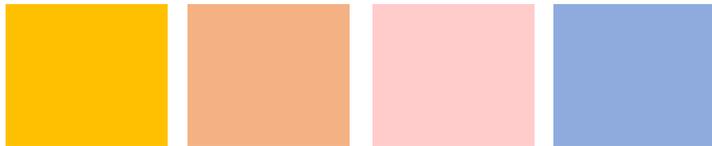
CORO: 4 voces: soprano, contralto, tenor y bajo

ORQUESTA SINFÓNICA: familia de cuerda frotada, vientos madera, vientos metal y percusión

Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2016) Proporcionado por Rossana Pierri. Directora de Desarrollo institucional. 25 de agosto del 2017

Este material fue repartido el día del concierto a los niños. Sin embargo, carece de un atractivo visual que motive al niño a leerlo. Generar un material promocional sería más efectivo para posicionar a SOG en la mente de los niños y dar lugar a una experiencia memorable que les haga recordar el concierto y los motive a integrarse en la música.

Manejo del color: Uso de colores pastel que no tienen relación con el material anterior / **Función:** Agrupación a través de etiquetas que identifican instrumentos / **Expresión:** Sutil, pastel.



Formato: Tamaño carta horizontal. 11 x 8.5 pulgadas.

Soporte: Impreso.

Tipografía: San serif en sus variaciones regular y bold.

Función: Explicativa por medio de manejo del contenido a manera de párrafos y etiquetas / **Expresión:** Desordenada, educativa.

Ejes y retículas: A modo de diagrama sin una retícula específica.

Elementos gráficos extra: Uso de recuadros de color para enfatizar el nombre de los instrumentos e ilustraciones.

Función comunicativa: Pedagógica.

5.3 CASOS ANÁLOGOS

El Sistema de Orquestas de Guatemala a través de los conciertos didácticos busca interesar a los directivos y padres de familia de colegios para asistir a los conciertos didácticos. En cuanto a la competencia indirecta se encuentra el Museo del niño, el cual fomenta las actividades artísticas con fines educativos, es indirecta debido a que no se enfoca precisamente al ámbito musical.

El análisis de las siguientes piezas de competencia se llevó a cabo mediante una guía de observación. Detalla los elementos específicos a nivel gráfico.

CASO 1 *Museo del niño*

El Museo del niño conforma una competencia indirecta con la organización. Su función es educativa, sin embargo se enfoca en más aspectos y no únicamente en música. La pieza constituye un post de Facebook para informar sobre la exposición que se realizó en el museo. Perteneciente al año 2015.



Fuente: Museo del niño (2015) Extraído el 30 de Enero del 2018 de <https://www.facebook.com/museodelosninos.gt/photos/rpp.421716254391/10155815997914392/?type=3&theater>

Manejo del color: Colores cálidos.

Función: Llamativa, persuasiva.

Expresión: Dinámica, vibrante, infantil.



Formato: 960 x 960 píxeles.

Soporte: Digital. / Facebook.

Tipografía: San serif y decorativa en el titular. El color rojo sobre blanco favorece a la legibilidad según su contraste.

Función: Enfatizar titulares o nombre de la obra.

Expresión: dinámica mediante el uso de una tipografía decorativa. Puntos de lectura específicos según plecas.

Ejes y retículas: De acuerdo a la disposición de elementos maneja una retícula jerárquica. Las plecas y el eje vertical permite hacer énfasis en elementos importantes dentro de la composición.

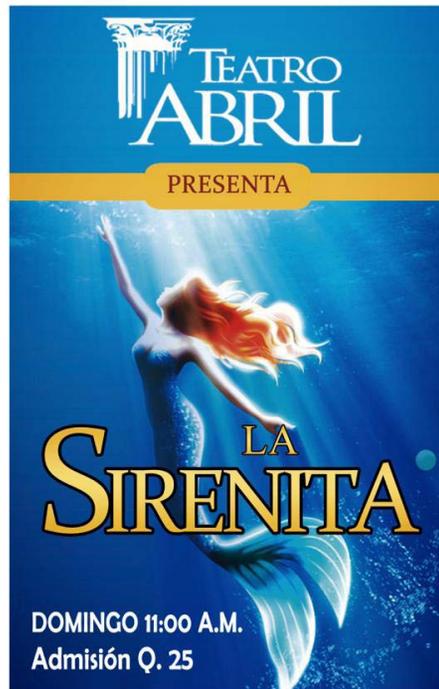
Elementos gráficos extra: Presencia de ilustración. Predominio de colores saturados y formas básicas. Uso de plecas.

Función comunicativa: Informar sobre la inauguración, no posee datos específicos de hora y fecha.

Copy: Utilización de un titular relacionado con la actividad “El niño y Color del artista”.

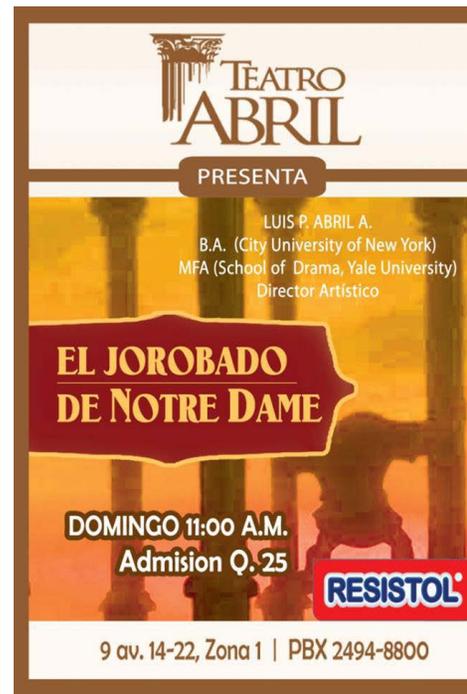
CASO 2 Teatro Abril Temporada estudiantil

El Teatro Abril constituye competencia indirecta de SOG al promover obras de teatro musicales. Su enfoque no es didáctico sino recreativo es por ello que se considera indirecta. Asimismo, este tiene mejor posicionamiento y trayectoria. Anualmente el Teatro Abril según su página oficial (s.f), prepara temporadas estudiantiles en donde se promueve obras de diferentes temáticas.



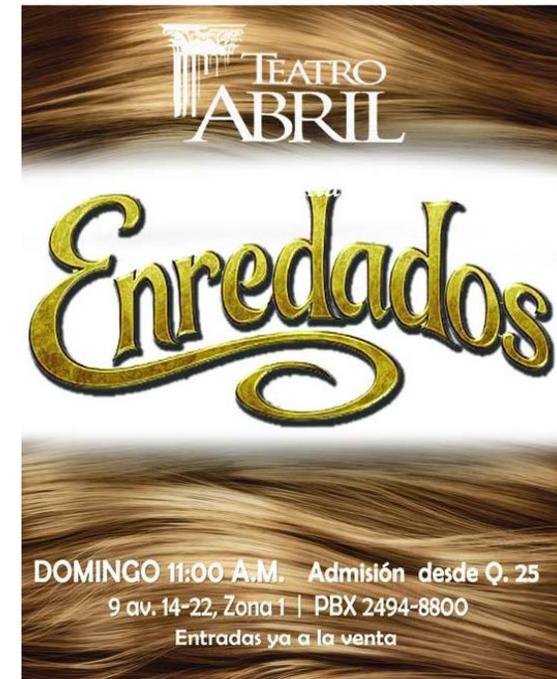
9 av. 14-22, Zona 1 | PBX 2494-8800

Fuente: Teatro Abril (2018) Extraído el 30 de Enero del 2018 de <https://www.facebook.com/271035552960160/photos/a.271038619626520.71266.271035552960160/588944374502608/?type=3&theater>



9 av. 14-22, Zona 1 | PBX 2494-8800

Fuente: Teatro Abril (2018) Extraído el 30 de Enero del 2018 de <https://www.facebook.com/271035552960160/photos/a.271038619626520.71266.271035552960160/691338440929867/?type=3&theater>



Fuente: Teatro Abril (2018) Extraído el 30 de Enero del 2018 de <https://www.facebook.com/271035552960160/photos/a.271038619626520.71266.271035552960160/561550630575316/?type=3&theater>

Manejo del color: Colores cálidos.

Función: Uso según temática, contextualizar con la misma y el género de la obra / Expresión: Cotidiana, hace referencia a lo que se ya se conoce de cada obra.



Formato: Rectangular 660 x 960 píxeles.

Soporte: Digital / Facebook.

Tipografía: Titulares con tipografía serif o decorativa. Llamativos. principalmente en color blanco sobre fondos oscuros.

Función: Enfatizar titulares o nombre de la obra.

Expresión: Cotidiana, hace referencia a lo que se ya se conoce de cada obra.

Ejes y retículas: Ejes horizontales, retícula jerárquica. Utilización de plecas y elementos dispuestos como bloques horizontales para disponer de información sobre fecha y precio.

Elementos gráficos extra: Presencia de ilustración y fondos texturizados. Logotipo presente siempre en la misma posición.

Función comunicativa: Informar sobre cada obra y datos de hora y fecha.

Copys: No se presenta el uso de copys o frases con las cuales el grupo objetivo pueda desarrollar una conexión emocional.

COMPETENCIA *adicional* _____

Escuela Municipal de Música: De acuerdo a Muni Guate (2010), el Sistema de Orquestas y Coros de la Ciudad de Guatemala posee la “Orquesta juvenil Municipal”, en el año 2008 llegó a tener más de 600 alumnos por lo que la escuela fue ampliada a través de “núcleos Distriales” en zonas 18, 7 y 21. A través de este programa se ha logrado incluir un a estructura académica que permite que niños y jóvenes crezcan según sus capacidades. Posee actualmente distintos programas y agrupaciones: Orquesta Juvenil Municipal, Orquesta Infantil Municipal, Coro infantil Municipal, Coro Juvenil Municipal, Coro de Jóvenes Sordos Manos de Luz, Orquesta pre Infantil Municipal “Bach”, Banda Sinfónica Municipal.

Sonidos de Esperanza: Gereda (2018), indica que en un país como Guatemala donde la violencia y desigualdad es parte del día a día, la música es fundamental. La Orquesta Sinfónica Sonidos de Esperanza es fruto del trabajo realizado por el centro de Desarrollo Artístico Infantil de Visión Mundial Guatemala. El programa inició en 2004 para promover el arte en los niños y niñas adolescentes indígenas de San Juan Sacatepéquez quienes a través del centro, desarrollan sus habilidades. El centro cuenta con más 1,300 niños

y adolescentes. La orquesta tiene más de 60 estudiantes. Poseen programas de apadrinamiento desde Q.3,00.00 a Q.75.00.

Orquesta Sinfónica Nacional / conciertos didácticos : La Hora (2017), menciona que La Orquesta Sinfónica ofreció durante mayo de 2017 una serie de conciertos didácticos dirigidos a estudiantes. Estos conciertos pretenden la difusión de la cultura musical en Guatemala para incrementar el compromiso de la sociedad con la cultura y valores artísticos. La música es un instrumento de inclusión social que llega a todo tipo de público. El concierto didáctico fue dirigido por el director argentino Ramiro Arista y se desarrollaron en el Conservatorio Nacional de Música, Germán Alcántara. También se trasladaron a: San Lucas, Chimaltenango, Villa Canales, San Bartolomé Milpas Altas.

5.4 RECOPIRAR INFORMACIÓN DEL TEMA

☆ SUJETOS DE ESTUDIO

Para enriquecer la información del tema se acudió a sujetos de estudio con una amplia experiencia y trayectoria. Fueron abordados mediante una entrevista estructurada. Siendo estos: Ramiro Vivar, maestro de música, trombonista e integrante de la Orquesta Sinfónica de Guatemala (Anexo 3.1). Gretchen Barnéon, Directora de Formación Artística del Ministerio de Cultura y Deportes (Anexo 3.2) y Blanca Herrera pedagoga y músico. (Anexo 3.3). Adicionalmente se integró el conocimiento de la Directora de Desarrollo Institucional Rossana Pierri a través de la entrevista de familiarización (Anexo 1).

5.4.A ¿QUÉ ES UN CONCIERTO DIDÁCTICO?

De acuerdo con la entrevista efectuada a Rossana Pierri Directora de Desarrollo Institucional de la organización (Anexo 1), indicó que los conciertos didácticos están preparados específicamente para motivar e incentivar a los niños a integrarse en la música. La música tiene amplios beneficios en el desarrollo integral y académico por lo que es importante estimular en los niños y jóvenes el conocimiento musical o tener un acercamiento con ese ámbito.

☆ Ramiro Vivar menciona, que es importante considerar el programa musical que se desarrolla en el concierto para captar la atención de los alumnos. El propósito principal de un concierto didáctico es interesar a los niños en el estudio de la música. Un concierto es memorable al ver instrumentos que jamás han visto.

Los conciertos didácticos pueden ser para jóvenes y adultos. Gretchen Barnéon concuerda según la entrevista, que el propósito es acercar a los alumnos a los conocimientos de los maestros. Por otro lado, se menciona que también es posible la ampliación de conocimientos, generar placer, inducir al respeto y apreciación del arte según Blanca Herrera.

5.4.B ¿QUÉ BENEFICIOS SE OBTIENEN DE LA MÚSICA EN EL DESARROLLO INTEGRAL DEL SER HUMANO?

Cabrera (2003), refiere que el arte es definido en general como una herramienta simbólica que provoca, genera emociones y da origen a pensamientos en las personas. La autora hace referencia a Pitágoras quien hace 2500 años utilizaba acordes y escalas específicas para lograr el equilibrio mental con esto se buscaba armonizar los estados de ánimo negativos. Por otro lado, cita a Descartes (s.f), quien consideraba que la música tenía como fin el deleite y promotor de pasiones.

El autor Schwarz y Schweppe (2002), mencionan que el sonido posee energía que tiene la capacidad de dar lugar a una relajación inconsciente. También hacen referencia a la capacidad de la música para lograr un estado de ánimo estable y recalcan que tiene impacto positivo en el bienestar del cuerpo, aumentando la cantidad de oxigenación en la sangre, mejora el sistema inmune, alivia el dolor y el estrés.

☆ Ramiro Vivar indica que la música mejora la habilidad comprensiva, la atención, empatía y ejercita la disciplina.

Por otro lado Alvarado (2003), cita a Fubini (2001):

“La música presenta mil engranajes de carácter social, se inserta profundamente en la colectividad humana, recibe múltiples estímulos ambientales y crea, a su vez, nuevas relaciones entre los hombres” (p. 164)

Indica que la música es una práctica humana constructiva-auditiva-temporal que fomenta valores primarios como el placer, el gusto, auto crecimiento y conocimiento. Es inherentemente multicultural.

Cabrera (2003), refiere que la música involucra elementos en la vida de las personas tanto en el cuerpo, mente, emociones y relaciones sociales. Genera unidad induciendo a reunir personas con intereses en común, experiencias y se relaciona directamente con la cultura. La música ha intervenido además en el desarrollo y aprendizaje por lo que es importante tener un acercamiento a la misma para favorecer al desarrollo de la expresión personal. En la etapa de la niñez es importante considerar a la música como un potencializador de la creatividad, desinhibición y fortalecimiento de la expresión afectiva.

El autor Juslin (2011), hace referencia de la importancia de la música en el desarrollo de las emociones indicando lo siguiente: “La música viene de la conducta expresiva. Escuchar música hace llorar, sonreír, reírse.” (p. 4)

Cabrera (2003), recalca que en el tallo cerebral y tronco encefálico se experimenta el primer acercamiento hacia la música. Cuando un evento importante tiene lugar se asocian los sonidos fuertes y súbitos activando estructuras cerebrales y dando lugar a estímulos. El comportamiento de las personas en relación a la música está relacionado con el pasado. Ya que la emoción generada por la misma evoca recuerdos lo que permite conexiones emocionales.

La autora recalca que la música cumple un papel muy importante en la vida del individuo y puede utilizarse como una herramienta positiva para la vida de las personas ya que, conlleva beneficios relacionados con la estimulación de los procesos cognitivos, mejoramiento de estados emocionales, intervención en la autoestima. Todo esto con la finalidad de mejorar la calidad de vida de las personas.

☆ Blanca Herrera indica que se pueden adquirir varios beneficios como el desarrollo de capacidades como lógica matemática. Desarrollo de habilidades referentes a la expresión y comunicación, creatividad, sensibilidad humana e inteligencia. Adicional es favorecedor para la estimulación de hemisferios cerebrales.

5.4.C ¿CUÁL ES LA IMPORTANCIA DE LA MÚSICA EN EL DESARROLLO ACADÉMICO DE UN NIÑO?

Alvarado (2003), hace alusión a la importancia de la creatividad. La cual es una característica sobresaliente del ser humano. Se presenta en diferentes expresiones sin importar el género, educación o estatus social. Sin embargo, ese talento creador no es alcanzado por igual en todas las personas. El niño posee un talento creador natural el cual debe estimularse por medio del entorno. La música es muy importante en la vida del infante para estimular el juego a través del baile, canto o simples frases de canciones. Es una herramienta de desarrollo de múltiples cualidades que afecta el ámbito afectivo, cognitivo y social. Es por tanto un recurso potente para interferir en el desarrollo integral de un niño.

Existen investigaciones que reflejan los resultados del entrenamiento musical en los estudiantes. Según Giordanelli (2011), existe una fuerte correlación entre la enseñanza de la música y el desempeño académico. Ya que promueve el razonamiento espacial,

matemático, existe un mejor uso de sustancias psicoactivas, mayor autonomía, disciplina, reorganización de las conexiones neuronales. Aumenta las conexiones entre los hemisferios del cerebro mejorando la plasticidad, potencializa el lenguaje.

El autor cita a Lake (2002), indicando lo siguiente: “La música prepara al cerebro para formas elevadas de pensamiento”. (p.1)

Hormigos (2008), dice que la música es un medio para percibir el mundo, un instrumento que permite conocer y descifrar el saber. Es además una expresión de la creatividad.

Willems (2002), recalca que la educación musical es esencialmente humana, esta despierta y desarrolla facultades humanas.

5.4.D BENEFICIOS EN LA PREPARACIÓN ACADÉMICA

ABC (2017), hace mención a como la música beneficia al niño en su preparación académica. Recalcando distintos beneficios:

- 1. Refuerza la atención y concentración.** Estimula áreas del cerebro, las personas que practican música desarrollan un nivel alto de concentración, atención, voluntad y disciplina.
- 2. Incremento de la memoria y la creatividad.** La música potencializa la creatividad, agilidad mental y facilita la solución de problemas de manera imaginativa. Incentiva la memoria visual.
- 3. Desarrollo de habilidades motoras y rítmicas.** Estimula capacidades motoras y la coordinación.

4. Incremento de autoestima y facilidad para socializar. La práctica musical puede incrementar la autoestima de los niños y la autoconfianza. A su vez logran de esta manera establecer más amistades y relaciones.

5. Reduce el estrés. Involucra la motivación, placer y recompensa.

De esta forma otros autores como Morán (2009), indica que se debe tomar en cuenta, además la teoría de las inteligencias múltiples, en este caso la musical, definida como la capacidad de entender a través de la música, por lo que es importante fomentar la práctica para el desarrollo de la misma. El autor también cita Laurel (2009), quien menciona que el cerebro puede evolucionar de manera diferente si están siendo formados con una experiencia musical cercana. Los resultados apuntan a un mejor desarrollo cognitivo mejorando la memoria y la atención.

☆ Ramiro Vivar según hace énfasis que la ejercitación diaria musical como disciplina y la técnica de estudio de un instrumento favorece a la ejercitación cerebral. Los niños que estudian música tienen un mayor rendimiento académico. Blanca Herrera según entrevista (Anexo 3.3) afirma que se desarrolla la inteligencia artística, emocional, matemática y lógica.

5.4.E LA IMPORTANCIA DE LA MÚSICA EN LA FORMACIÓN DE LÍDERES, LA PRÁCTICA DE VALORES Y EL TRABAJO EN EQUIPO

Quero (2011), indica que el trabajo en la música requiere el trabajo en equipo. En una producción musical intervienen diversos actores que en conjunto dan origen a un resultado en común. Para lograr este propósito es necesario la práctica de valores en conjunto, metas, valor y disciplina.

El liderazgo es una competencia social de acuerdo a Calderón (2015), y se trata de una habilidad que puede desarrollarse. La dirección musical esta estrechamente relacionada con la formación de líderes por medio de la práctica disciplinada que motiva a cada integrante a mejorar sus habilidades.

☆ La música fomenta el liderazgo. “Liderar no es únicamente unir, sino liderar para hacer algo que a todos nos une y obtener lo mejor de cada uno, esto se da por medio de las agrupaciones musicales” como indica Ramiro Vivar.

5.4.F ¿QUÉ ES UNA ORQUESTA Y CÓMO FUNCIONA?

La orquesta según Benett (1982), es el nombre designado para un conjunto de instrumentos que interpretan juntos. El número de instrumentos puede variar dependiendo de la pieza o las combinaciones requeridas por el autor. Una orquesta es un cuerpo organizado y equilibrado compuesto de cuatro secciones o familias de instrumentos: cuerda, viento madera, viento metal y percusión. Los instrumentos tienen rasgos familiares en común. La sección de cuerda, el sonido se genera al hacer vibrar las cuerdas tensadas mediante un arco o pulsándolas con los dedos. En la sección de viento madera y viento metal el sonido se genera soplando. En percusión los instrumentos son golpeados o sacudidos.

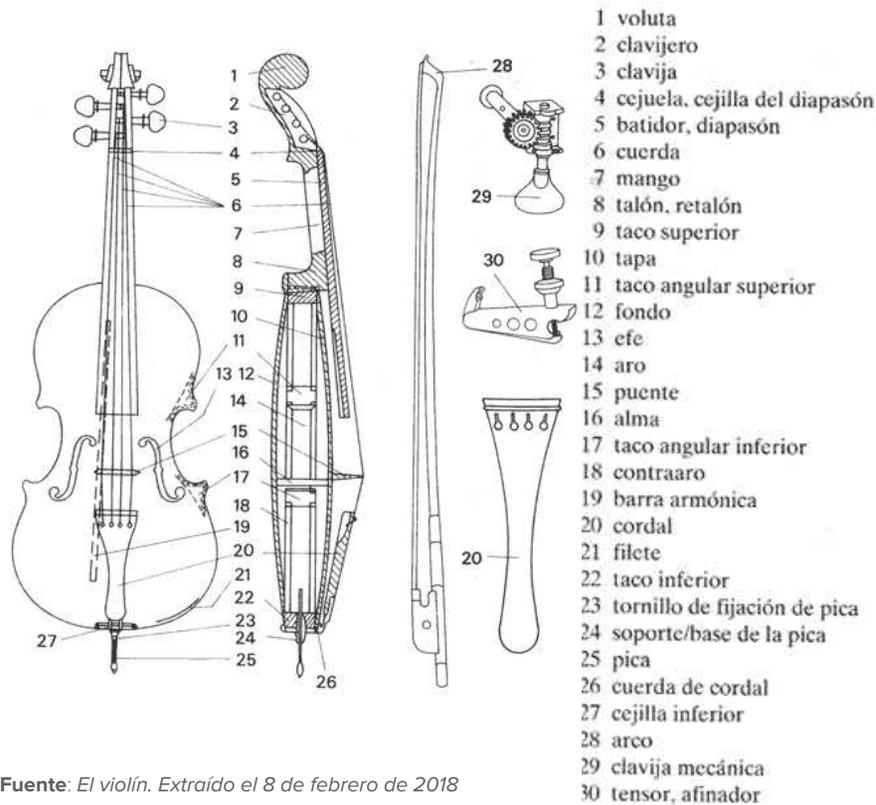
Una orquesta está compuesta de varios niveles o secciones. Los instrumentos de cada sección se agrupan juntos porque tienen rasgos familiares. Las secciones se disponen a manera de generar equilibrio. El director de orquesta debe escuchar cada instrumento con claridad.



Fuente: Benett, R. (1982) *Los instrumentos de la orquesta*. Universidad de Cambridge. Ediciones Akal. (p.4)

Según Rossana Pierri, el concierto didáctico se llevará a cabo por medio de instrumentos de viento y la marimba. Por lo cual se considera necesario conocer la estructura de estos, según la entrevistada, las partes de los instrumentos de viento son las mismas para todos. El concierto estará conformado por: violines, y violonchelos. Adicional se adaptará la marimba.

Estructura de un instrumento de cuerda:



Fuente: El violín. Extraído el 8 de febrero de 2018 de <http://www.el-atril.com/orquesta/Instrumentos/Violin.htm>

Estructura de la marimba:

Marimba



LA MARIMBA ORQUESTAL tiene láminas de madera, como el xilófono, que se golpean con macillos. La disposición de las láminas es la misma que la de las teclas del piano. Este instrumento procede de modelos latinoamericanos y se toca en bandas y orquestas.



Fuente: Extraído el 8 de febrero de 2018 de <http://www.saavedramoreno.net/instrumentosmusicales/instrumentosmusicales/aulamusica/musica/instrumentos/marimba.htm>

5.4.G INFLUENCIA E IMPACTO DE LA MÚSICA EN LA SOCIEDAD

Cáceres (2001), hace referencia a que la música se manifiesta como “una bandera de la cultura” en donde se dibuja los ideales creativos. Mientras que Hormigos (2008), indica que la música es un instrumento comunicativo de las masas. La música tiene la capacidad de impregnar los elementos propios de la cultura como significados, gustos, valores y la vida de las sociedades. La música por tanto transforma y modela los tiempos.

Alvarado (2013), hace mención de como la música representa una expresión íntima del ser que forma parte de la cotidianidad de cualquier grupo humano. Y de esta forma nos identifica como seres de una cultura, las raíces, locación geográfica y época histórica. Es un aspecto humano innegable con impacto irrefutable en la sociedad.

Los autores concuerdan que la música es una herramienta de expresión exclusivamente humana que funciona como un lenguaje que representa a una cultura.

A pesar de lo anterior Quero (2011), refiere que la música es inclusiva y “aglutina dimensiones intelectuales, sociales y afectivas”. Esto hace de la misma una herramienta de transformación social. Ya que es un lenguaje universal.

☆ El maestro Ramiro Vivar menciona que la música aporta en la parte artística, forma a personas más observadoras, disciplinadas y receptivas. El arte por otro lado representa al país y a su cultura. Según el contexto guatemalteco la música aporta múltiples beneficios, desde lo sensorial, emocional, pedagógico y humanista de acuerdo a Gretchen Barnéond.

5.4.H ¿CÓMO INFLUYE LA MÚSICA EN LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA?

De acuerdo a la entrevista realizada a la Directora de Desarrollo Institucional de SOG Rossana Pierri (Anexo 1), los conciertos buscan generar un espacio cultural al cual los niños tengan acceso, constituye una actividad distinta que también busca motivar a los niños a integrarse en la música. Por otro lado, el fomento de la música favorece a la promoción de la cultura y la práctica de valores encaminados a formar no solo músicos si no personas con un alto compromiso y disciplina. La promoción de estos conciertos favorece a la apertura de conocimiento y experiencias que no son adquiridas fácilmente por otro medio. Además, la música constituye un lenguaje universal que promueve la unidad y el trabajo en equipo. Es importante la apertura de espacios que promuevan eventos culturales que motiven a la juventud a poder integrarse en actividades productivas, prevenir el ocio y la violencia.

5.4.I EL FOMENTO DE VALORES, LA PREVENCIÓN DE VIOLENCIA, LA INCLUSIÓN DE LOS NIÑOS Y JÓVENES MÁS VULNERABLES POR MEDIO DE LA PRÁCTICA COLECTIVA DE LA MÚSICA

El sitio oficial de SOG (2017), lleva a cabo la enseñanza de la música mediante agrupaciones musicales con el propósito de reducir los factores de riesgo a los que se encuentran expuestos algunos niños de escasos recursos. La música es una motivación que les permite aspirar una mejor calidad de vida mediante la preparación adecuada como músicos. La organización se encarga también de impartir consejerías mediante el apoyo psicológico midiendo el impacto de la preparación musical teniendo un enfoque en la autoestima y rendimiento de los niños y jóvenes. Este aspecto beneficia al comportamiento de los estudiantes y les permite tener un apoyo extra en su formación.

☆ La música puede influir en el cambio generando que los jóvenes por medio de esta eviten situaciones de riesgo y se integren a actividades que los hace crecer en ese ámbito, menciona el maestro Ramiro Vivar.

Gretchen Barnéond mencionó que las oportunidades son muchas, principalmente amplia el espectro de visión, la estima, percepción y la situación económica.

Blanca Herrera concuerda con los demás expertos mencionando que la música posibilita el desarrollo y crecimiento a través de una actividad libre de violencia.

5.4.J SITUACIÓN DE LA FORMACIÓN MUSICAL EN GUATEMALA

Gándara (2018) menciona que el Ministerio de Educación de acuerdo al número ministerial 3853-2017 establece el curso de Educación y Expresión Artística en donde se suprime el curso de Formación Musical. En ese Acuerdo ministerial se reforma el 178-2009 donde se modifican las áreas que se habían mantenido siempre.

De acuerdo al Acuerdo Ministerial esto corresponde a la reforma educativa. Gándara (2018), cita a Pérez quien menciona es una acción arbitraria al ignorar el Decreto 31-99 el cual establece la inclusión de contenidos de marimba y la creación de una clase de marimba en el curso de Formación Musical. Adicionalmente el acuerdo define la clase como “Educación y Expresión Artística” no especifica las subáreas solo se establecen cuatro períodos para los tres grados básicos.

El gremio de educadores musicales rechazaron las reformas e hicieron un llamado al Mineduc y a las autoridades a reconsiderar

lo que se ha estipulado. De esta manera el Ministro de Educación indicó que no se eliminaría el curso de música sino que es una acción que forma parte de la Reforma Educativa la implementación del currículo se llevará de forma progresiva: 2018 primero básico, 2019 segundo básico y 2020 tercero básico.

Lo anterior, según la autora conllevó disgustos de los maestros de música quienes afirman que no existen profesionales capacitados en Expresión Artística. “No puede compararse 24 años de experiencia en docencia musical y ahora que deba impartirse danza y teatro”, indica el autor, que maestros fueron despedidos debido a la eliminación del curso del pensum de primero básico.

☆ En relación con este acuerdo Ministerial Ramiro Vivar por refiere que eliminar la formación musical de la enseñanza de las escuelas afecta a la carrera musical y se quedará perdida. Ser maestro de música quedará a un lado y los alumnos no tendrán la mejor preparación. Las autoridades muchas veces tienen otros intereses, podría pensarse que quieren evitar el pago a maestros, aunque habría que evaluar los verdaderos motivos. Por otro lado, se menciona que a los gobiernos les interesa mantener al pueblo en ignorancia. La música desarrolla múltiples inteligencias por lo que resulta no conveniente mantener esa especialidad en la educación, según Blanca Herrera.

5.4.K USO DEL PAPEL EN LA MÚSICA

Bensaya (1986), creó un método basado en generar instrumentos de papel dirigido a niños de 4 y 5 años de edad en adelante. Considerando que el área manual-musical es altamente beneficiosa para esa etapa de vida. Para ello recomienda el uso de materiales básicos. Como:

Cartulina: De preferencia delgada para facilitar corte y pegado.

Tijeras: De buen corte y con un ala puntiaguda por lo menos para facilitar el corte.

Regla: La medición en los instrumentos es muy importante para tener medidas precisas. En otros casos puede trazarse los diseños de instrumentos a tamaño real.

Lápiz: Marcar con la punta afilados lápices hexagonales al no ser cilíndricos complican el proceso de redondear orificios de instrumentos.

Pegamento: Emplear adhesivo vinílico de uso escolar color blanco transparente. Se recomienda generar engrudo con un litro es suficiente.

Esmalte para uñas para endurecer las piezas

Barniz: Servirá para darle una capa protectora.

5.4.L ORQUESTAS DE PAPEL

Limari Televisión (2017), refiere a Puche (s.f), gerente del programa de educación musical de Venezuela quien introdujo el sistema de aprendizaje “orquestas de papel”. El cual constituye en el conocimiento de los instrumentos a partir de ejemplares hechos de cartón. Esto facilita el desarrollo rítmico y corporal mediante el contacto de un instrumento además es de ayuda para el niño o joven a reconocer con que instrumento se identifica más. El programa implica la simulación de una orquesta real a través de la utilización de instrumentos de papel.



Fuente: En la filarmónica de Bogotá: Niños hacen música con orquestas de Papel. Extraído el 8 de febrero de 2018 de <https://www.venezuelasinfonica.com/ninos-hacen-musica-con-orquestas-de-papel>

5.4.M INFOGRAFÍA



Fuente: Propia



6. MARCO TEÓRICO **DE DISEÑO**

GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DISEÑO

☆ SUJETOS DE ESTUDIO

Para complementar la información del Marco Teórico de Diseño se acudió a sujetos de estudio abordados con experiencia en las áreas descritas, a través una entrevista estructurada. Siendo estos el ilustrador, letterer y diseñador con experiencia en Papercraft Kalle Medrano (Anexo 4.1) y el diseñador publicitario Ludwin Mancilla (Anexo 5.1).

6.1 DISEÑO GRÁFICO SOCIAL

Bastidas (2015), indica que el diseño social implica responsabilidad social ética, compromiso social, activismo, cambio social e innovación social. Implica conciliar el impulso y el valor del diseño a las dinámicas productivas con el resto de la sociedad. El diseño tiene el potencial de jugar un papel importante en el cambio social y promoverlo. Existen aspectos a considerar previamente a llevar a cabo un proyecto con este enfoque. Entre ellas se encuentran:

1. Analizar consecuencias de las acciones de diseño antes de llevarlas a cabo, teniendo en cuenta los sistemas naturales y culturales.
2. Considerar materiales y recursos en concordancia con los sistemas a diseñar.
3. Priorizar al ente humano y no tratarlo solamente como un factor.
4. Trabajar en relación al contexto, lugar, tiempo y valores.
5. Centrarse en el servicio y no en el objeto.

6. Se debe tomar conciencia desde lo social y disciplinar. El diseño social cuestiona y tiene el objetivo de provocar un fin e impactar por medio de la innovación.

Derek (2016), refiere que la responsabilidad social es la teoría de la ética que afirma que las organizaciones tienen una responsabilidad hacia la sociedad. Cada vez hay más agencias de comunicación que creen en la idea. Los proyectos de tipo social han demostrado funcionar más allá de su impacto y además ser una fantástica herramienta de marketing. Las acciones solidarias pueden proporcionar a los diseñadores la oportunidad de crear trabajos al servicio de temas inspiradores.

☆ Al momento de abordar una problemática de tipo social debe considerarse el manejo de imágenes, indica Ludwin Mancilla. Una problemática social se aborda diciéndola de forma cruda. Existe un problema y debe solucionarse. Por ejemplo, la campaña de Únete de Tigo con Banco G&T Continental y Grapette con fotografías crudas y fuertes, diciendo que hay niños con cáncer y podemos ayudarlos a vivir

6.2 DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO

6.2.A LA PUBLICIDAD COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

González y Prieto (2009), indica que la publicidad es utilizada por diferentes medios, pero su fin primordial es la divulgación. Es definida como una actividad por la cual se da a conocer bienes, servicios, ideas y se intenta convencer al público de la ventaja de adquirir. El mercado de masas hizo que surgiera la publicidad. Tanto como la fabricación en masa de productos, la necesidad de la venta y los medios de comunicación son condiciones favorables. Para que la publicidad sea efectiva debe considerarse lo siguiente:

1. Tener un producto, servicio o idea y querer comunicarlo.
2. Ejecutar un anuncio.
3. Insertar el anuncio en un medio a cambio de un precio.

González y Prieto (2009), mencionan que si desaparece la publicidad los medios desaparecerían. Se debe tener en cuenta que la publicidad puede irrumpir o molestar. Se debe evitar que sea excesiva y procurarse una alta calidad.

En la sociedad la publicidad tiene un alto impacto. Ha creado estereotipos humanos en ciertos casos por el uso de ideales que no se adaptan a la sociedad.

Zacipa (2002), hace mención a que habiendo definido a quien se dirige el mensaje el próximo paso es definir como se llevará a cabo. Surge entonces la estrategia comunicativa que consiste en

como se dirá el mensaje. Recalca el reconocer los estereotipos por medio de test de sus características y cualidades. Luego de la campaña pautada se recomienda realizar un post-test para determinar la eficacia el mensaje.

6.2.B FASES DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA

Cervera (2008), menciona que antes de llevar a cabo una campaña es importante puntualizar en el estilo del mensaje, timing, restricciones legales, sensibilidades étnicas o sociales. Debe tenerse claro el brief:

Objetivos de comunicación, antecedentes, usos y hábitos de los consumidores, situación tendencia del mercado, competencia, el producto, posicionamiento, público objetivo, ¿Qué queremos que haga el consumidor?, posibles rechazos de consumidores.

El autor afirma que una campaña posee diferentes fases entre ellas:

¿Qué decir?: Se determina el eje central de la campaña, conjunto de ideas del anunciante para hacer llegar el mensaje al receptor. Lo cual debe sustentarse en los objetivos que se desean alcanzar, los resultados de una investigación previa que permiten conocer al consumidor.

¿A quién decirlo?: Definir el segmento de la población de la campaña y sus características en sus perfiles sociodemográfico, personalidad, estilo de vida y actitudes.

¿Cómo decirlo?: Elaborar y diseñar correctamente los mensajes de una manera coherente con el eje central de la campaña, las características de la población objeto de la misma.

¿Cuándo decirlo?: Interferir en el momento idóneo para difundir el mensaje. Se debe distribuir impactos dependiendo de su carencia a lo largo del tiempo lo cual depende de:

Necesidad de repetición la cual se determina por: La resistencia psicológica de la población objeto, la idoneidad y creatividad de los mensajes, la presión de otros medios de acción comercial, la acción de la competencia, la evolución de la coyuntura.

Debe considerarse siempre el presupuesto y si existe alguna limitación.

¿Dónde decirlo?: Seleccionar los medios y soportes más adecuados, así como formatos atractivos y rentables. Debe cuestionarse si existe algún condicionamiento en relación a esta área.

Debe prestarse atención en las fases de qué y cómo asimismo recordar los siguientes aspectos:

Key facts: Aspectos del brief que sean imprescindibles para el desarrollo del proyecto.

Reason why: Justificación racional del beneficio. No es la razón por la que el consumidor debe comprar el producto sino el por qué ese beneficio va a producir el efecto deseado.

Support evidence: El beneficio debe ser demostrado y “evidente”. Ej. El automóvil con más airbags de seguridad del mercado (esto debe ser verídico).

USP: Unique Selling Proposition. Proposición única de venta. Debe ser un proceso estratégico para determinar qué es lo que debe comunicar el mensaje. El mensaje publicitario debe ofrecer algo que no haga la competencia.

6.2.C TIPOS DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Himpe (2007), menciona que la creación de una campaña de comunicación se puede trabajar con cuatro elementos: el grupo objetivo, el mensaje, el momento oportuno y los canales. Destacan diferentes tipos de campañas entre ellas:

Campañas Élite: Favorecen a un grupo específico. Están diseñadas para que el grupo objetivo se sienta especial, como si la marca les hablara realmente a ellos. Equivalen a presentaciones privadas con invitación especial a un grupo seleccionado de personas. Existen formas de lograrlo, dándoles más información que a los demás, podrían ser clientes fieles a los que la marca va a recompensar. Por lo tanto las campañas élite deben conferir un tratamiento especial a un número limitado de personas con la intención de extender la noticia un grupo mayor. Estas logran que la gente sienta que la marca les está hablando directamente a ellas.

Microcampañas: Privilegian a un grupo específico de personas, se dirigen a una serie de diferentes grupos objetivo de forma distinta. La marca tiene diferentes significados para las personas dependiendo su edad, grupo social, género, profesión, etc. El placer, renovación y excitación, tienen diferentes significados según diferentes personas. Las microcampañas saben lo anterior y por tanto hay más probabilidad de alcanzar al público de manera efectiva. Las marcas deben actuar como camaleones y adaptarse al entorno específico de sus diferentes clientes. En lugar de generar un anuncio impreso se deben considerar otras oportunidades para técnicas alternativas. Requiere mayor esfuerzo. No existe una manera de comunicar una historia al público sino tantas maneras como tipos de consumidores. Debe de contarse una historia distinta a cada individuo para entablar una conversación personal.

Campañas cortina: No ponen todas las cartas sobre la mesa desde el primer contacto. Deja a ver fragmentos de información. Revelando poco a poco los detalles. Consisten en revelar la historia poco a poco para mantener al público objetivo en expectativa de saber más y hacer que interactúe con la historia mientras se construye. Se crea una tensión gradual antes para despertar curiosidad. Presentan un desarrollo lógico. Por ejemplo, los tráiler de películas.

Campañas misterio: Carecen de principio. Constituyen una cadena de elementos independientes sin relación aparente y una línea narrativa lógica. Son conscientes de que el consumidor es inteligente y puede decodificar la campaña. No explica la historia de manera abierta, despierta el interés del público. Le obliga al consumidor a pensar.

6.2.D FUNCIONES DE LA PUBLICIDAD

Moreno (2010), menciona que la publicidad es un factor importante en la sociedad, influye en las personas y genera necesidades que antes no existían. Es la principal causa del consumo. La publicidad debe tener la capacidad de influir profundamente en los pensamientos y costumbres. Esta posee ciertas funciones:

Función sustitutiva: Hacer creer que el objeto posee cualidades que el consumidor no posee.

Función estereotipadora: Genera un ideal de la sociedad. Es común en anuncios de tecnología y el sector infantil.

Función desproblematizadora: Da lugar a una imagen del mundo maravillosa donde todo el mundo es feliz y las preocupaciones no existen. Deja a un lado las desigualdades.

Función conservadora: Esta refuerza los estereotipos sociales, diferenciación de sexos, es común en juguetes dirigidos a niños o niñas.

Función ideológica: Se da lugar a grupos de opiniones que estos anuncios imponen.

6.2.E EL PROCESO CREATIVO EN LA PUBLICIDAD

Alet (2007), dice que en publicidad como en toda estrategia creativa, es necesario delimitar lo que se quiere conseguir. Identificar el cliente potencial, vender productos etc. para ello es también necesario fijar presupuestos y estipular tiempos de entrega. Lo más importante en el proceso es el establecimiento de una idea única. El concepto de una campaña puede estar basado en un argumento racional en línea con el argumento USP (unique

selling proposition) para adquirir una diferenciación en relación a la competencia y así lograr el posicionamiento. Debe asegurarle al cliente la obtención de algún beneficio. Esta proposición debe ser única por sí misma, algo que los competidores no ofrecerán. Es importante además el manejo de un componente emocional y racional.

Alet (2007), indica que existen múltiples formas de desarrollar ideas creativas como lo es el brainstorming propuesta por Alex Osborn (1953). El autor cita el pensamiento lateral del autor De Bono (1989), quien indica que es funcional para generar ideas a partir de ruptura de esquemas cerrados. Este último explora y está abierto a posibilidades. Otra técnica muy utilizada es los seis sombreros para pensar. En esta se evalúan las ideas según el color:

Blanco: neutro y objetivo

Rojo: refleja emociones y sentimientos

Negro: Negativo y pesimista, busca errores

Amarillo: Positivo, constructivo y optimista. Propone

Verde: Busca nuevas vías de futuro más allá de lo obvio.

Azul: Frío y controlado. Busca la organización.

En cuanto al pensamiento lateral se propone generar un análisis de competencia, de comunicación con clientes, situarse en la posición del cliente y visitar al cliente para observar las variables que intervienen en el consumo.

☆ Ludwin Mancilla recomienda para generar un proceso creativo efectivo, tener contacto con niños para saber su opinión y su forma de ver el mundo. Aplicar un test con los niños antes del lanzamiento también es importante. Se debe tomar en cuenta que es un público diferente y que el diseño debe ser una herramienta para simplificar el mundo complejo.

6.2.F EL DISCURSO ESCRITO EN PUBLICIDAD

Alet (2007), el autor cita a Ogilvy (1983), quien propone una serie de tips para garantizar una campaña de éxito.

Frases cortas aumenta la lectura y comprensión. **Párrafos cortos** que inicien con una frase breve, utilizar frases con sentido atractivo, humor y claridad, hazlo personal (tú o usted), **utilizar palabras conectivas**, ser específico, se debe escribir en presente, tono apropiado y original, adaptar el lenguaje al público objetivo, resaltar beneficios y garantía.

☆ Ludwin Mancilla concuerda con lo anterior, se debe ser claro y conciso, “explicar bien” y ser lo más específico posible. La marca Al final, lo que importa es cuantas veces el mensaje ha sido compartido.

6.2.G PUBLICIDAD ALTERNATIVA

Himpe (2007), menciona que en los últimos años se han desarrollado diferentes rutas en la industria de la comunicación. Surgen conceptos como: guerrilla, ambiente, sigilo, rumor, boca-oreja, boca-oído. El vocabulario por sí mismo proporciona una idea de las diferentes formas que comunicación alternativa puede adquirir. Los términos de no convencional o alternativa han sido utilizados para abarcar el terreno más allá de la publicidad tradicional. Las posibilidades son infinitas. Los nuevos modos de las empresas para concretar con los consumidores presentan cuatro elementos: el deseo de la proximidad, la exclusividad, la invisibilidad y la imprevisibilidad.

Invisibilidad: Es un arma poderosa en la publicidad de guerrilla. La guerrilla tradicional implica contacto cara a cara. El escondite también ha influido en la relación entre marcas y consumidores.

La publicidad tradicional no sabe esconderse, los consumidores la distinguen y se desconectan. La publicidad que logra escapar de lo anterior es la que no parece como tal. Tiene en común la colocación inteligente. Algo que resulta difícil de localizar es más difícil de ignorar. Lo más efectivo es más invisible y humilde posible. Cuanto menos agresiva más oportunidades tendrá de ser digerido. Las marcas no pueden forzar el conocimiento y atributos, deben ganárselo.

Imprevisibilidad: Los usos auténticos imprevisibles provocan el efecto de atraer la atención del público y se extiende rápidamente de boca-oreja. La publicidad convencional carece de imprevisibilidad. Resulta difícil captar a los consumidores desprevenidos. Los ojos, la mente y los oídos están entrenados para identificar los mensajes publicitarios. Los mismos formatos con pocos cambios han sido vistos durante décadas. Estos son previsibles y sin sorpresa. La imprevisibilidad implica ir un paso adelante, la agilidad y movilidad son elementos fundamentales. Cuanto más imprevisible es la campaña más atención honesta tendrá.

“No hay que esperar que los consumidores encajen en categorías predefinidas por la marca. Las marcas deben encajar en el comportamiento imprevisible del consumidor” (Himpe, p.15).

La amplificación: Un aspecto habitual de la publicidad alternativa. La publicidad gratuita y boca-oreja puede amplificar un mensaje de alcance ilimitado. Las técnicas alternativas tienen la función de cambiar el papel jerárquico ante los formatos tradicionales. Por tanto, las técnicas publicitarias alternativas de amplificación se expanden a través de la publicidad gratuita y boca-oreja (amplificación no controlada). La publicidad convencional es controlada.

Técnicas de publicidad alternativa: El autor Himpe (2007), menciona técnicas que pueden emplearse:

- **Intrusión:** Lugares u objetos como portadores del mensaje.
- **Transformación:** Alteración física de algo real.
- **Instalación:** Acción de instalar.
- **Ilusión:** Distorsiona nuestra percepción de lo que es real y lo que no lo es.
- **Infiltración:** Uso de personas para intervenir en un área.
- **Sensación:** Información transmitida por medio de los sentidos.
- **Interacción:** Comunicación en el que el consumidor participa
- **Trucos:** Hazañas inusuales o peligrosas.

6.2.H EL MENSAJE PUBLICITARIO

Añaños (2008), menciona que el mensaje publicitario implica conocer la existencia de signos utilizados de cierta cantidad de información para promocionar. Tiene un abordaje teórico en la sociología, antropología, psicología y comunicación. Es importante focalizar el mensaje como un objeto de comunicación que genere una respuesta inmediata en el receptor. Por tanto el mensaje publicitario constituye una construcción formal que expresa un contenido o concepto que debe transmitirse de manera persuasiva para provocar que el target tenga una mayor disposición hacia lo que se promociona.

Este término está compuesto de elementos visuales, sonoros, audiovisuales que se presentan de manera lógica y sintonizada y de esta manera ejerce un mayor impacto en la percepción.

La autora menciona que a estos elementos que constituyen al mensaje publicitario se le otorga lo que se denomina calificación. La tipografía, por ejemplo, debe tener una configuración en su estructura, rasgos característicos que deben ser interpretados por los receptores de manera consciente o inconsciente. En cuanto al color o encuadre de la fotografía deben presentar una expresión codificada. Es importante para el diseñador estructurar las formas, proporciones, signos visuales y lingüísticos de manera oportuna y conducir al mensaje gráfico que no es otro que captar la atención. El producto no solo denota sino connota. Lo cual se logra mediante la codificación de elementos gráficos que permite al receptor información que este elabora de forma interna.

Connotación y denotación: Añaños (2008), refiere que los elementos de los mensajes publicitarios conllevan estructuras de comunicación más allá de lo evidente. Es importante tener en cuenta lo que denotan los elementos (indicar) y lo que connotan (relacionar de manera remota.) La connotación es ambigua y la denotación es lo que se produce en el receptor de manera formal.

Zacipa (2002), indica que hoy en día la publicidad no es un sistema de información sino es una forma e seducir. En este aspecto, el diseño posee un papel importante. La publicidad no debe centrarse en el producto sino en el receptor. La “fascinación del mensaje publicitario” debe transferirse a la marca. Debe centrarse por otro lado, en la mente del cliente. Por lo que es importante conocer sus posibilidades y debilidades. Hay que asociarlo a los valores emotivos del receptor.

La autora cita a Bassat (s.f), quien indica que el mensaje publicitario debe:

“Es mejor sugerir que prometer explícitamente. La vía emocional se basa en el principio de cada argumento racional crea en la mente del receptor un contraargumento” (p. 53).

6.2.1 ELEMENTOS GRÁFICOS EN LA PUBLICIDAD

Existen elementos gráficos estrechamente relacionados con la publicidad y su importancia ha aumentado a través de los años según Alet (2007), los gráficos comunican de manera rápida y efectiva, atraen la atención, comunican ideas que difícilmente se comunicarían con texto.

Gráficos: Fotografía o ilustración, las fotografías son más creíbles y dan lugar a mejor detalle por lo que son más utilizadas. Aunque la ilustración ha sido ampliamente utilizada.

Layout: se debe tener en cuenta distintos principios, equilibrio para darle una presentación agradable a la propuesta, claridad, la publicidad busca ser directa, proporción entre cada elemento. Movimiento ocular, el sentido de la lectura debe llevar de un elemento a otro de manera natural. Unidad para que la pieza promocional funcione de manera integral. Concentración, en los elementos más importantes de promoción.

Manejo del color: La autora Añaños (2008), refiere que la comunicación por medio del color es entendida como una comunicación mediante signos. Los colores permiten generar estructuras. El color tiene un alto impacto en publicidad y su uso adecuado comunicará las ideas rápidamente. El color tiene varias funciones en publicidad siendo estas:

Realismo: da una imagen más precisa de los productos

Atención: Mejora el poder de captación óptica

Psicológica: Expresa disposiciones de ánimo

Estética: Proporciona belleza, placer y estados de ánimo.

Efectividad: Favorece a la eficacia del mensaje.

Por otro lado, el color posee diferentes expresiones:

Denotativo: Representación de la figura, representa imágenes realistas de fotografía o ilustración. En publicidad existen tres alternativas: color icónico, es aquel en donde cada cosa corresponde a su color. Color saturado, en este se exalta la realidad. Color fantasioso, es cuando se altera el color totalmente mediante la superposición de colores.

Connotativa: cuando se suscita sensaciones subjetivas. Se relaciona con el significado que aporta cada color.

Esquemático: Utilización del color en un sentido concreto y único. Representa una codificación reconocida por el receptor esto puede ser emblemático (se conserva el significado a través de experiencias pasadas) o señalético (una señal codificada).

Dupont (2004), menciona que el color siempre tiene un significado oculto y no puede pasar desapercibido.

Semiótica del color: Morris (1994), llamó a la ciencia de los signos semiótica y Costa (2003), menciona que el color es un elemento más del sistema gráfico. Diseñar implica utilizar colores y por ende es necesario conocer sus funciones comunicativas. La percepción del mundo y la percepción gráfica son conceptos distintos.

Las imágenes poseen iconicidad, esto implica una escala de grados que se dirigen desde el realismo a la máxima abstracción. Conjuntamente se habla sobre la iconicidad del color. Las imágenes pueden ser policromáticas, mono o bicromáticas. Se puede dar origen a colores realistas o a inventados. Hay una gama de infinitas posibilidades.

El autor dice que el color no existe en estado puro sino es una propiedad de las cosas del mundo. Es un fenómeno luminoso. El color se relaciona tanto con la física del color como con la producción de significados y su psicología.

Las texturas táctiles policromáticas por ejemplo pueden ser favorecedoras para capturar el ojo de las personas. Esta se relaciona con los recuerdos y evoca sensaciones.

Existe una clasificación del color propuesta por Costa (2003):

Color realista, fantasioso y sígnico. El realista es el color natural, exaltado y expresionista mientras el fantasioso es imaginario y arbitrario por otro lado el sígnico es esquemático, señalético y emblemático.

El color señalético hace referencia a una sensación instantánea color-signo un ejemplo de ello es el color de las luces del semáforo. Tiene un contexto cultural propio y un significado.

El emblemático conlleva un trasfondo psicológico, cultural y depende de la intención comunicativa del diseñador. Constituye un emblema por su generalización y culturalidad. Por ejemplo, el tono sepia que evoca a una época pasada.

El color esquemático es aplicado con eficacia en carteles que serán vistos a larga distancia, en embalajes y productos que

buscan llamar la atención. Es aplicado en tipografía y a veces se vale de la psicología del color como la marca Coca Cola = rojo, energía, vitalidad. pero no siempre hay tanta lógica en la práctica.

El color tiene una función fundamental en el sentido que aporta a una imagen o diseño.

Caivano (1995), menciona que el color puede funcionar como un signo. Un signo representa o sustituye algo. El autor cita a Morris (1938), quien utilizó la concepción triádica del signo en tres dimensiones: sintáctica, semántica y pragmática.

Sintáctica: o gramática del color no es cuestión estética si no es importante tomar en cuenta la vida diaria. Las combinaciones de color que no siguen las convenciones aceptadas fallan en la comunicación.

Semántica: Los signos se consideran en función de representar otras cosas. El color sustituye otras cosas.

Pragmática: Es la relación entre intérprete y el signo.

Manejo tipográfico en publicidad

Dupont (2004), dice que la tipografía que se utilice puede hacer que el mensaje sea eficaz y llegue rápidamente. El tipo de letra evoca estilo, prestigio y calidad. Aumentar o reducir el grosor de las letras comunican fuerza, las itálicas sugieren movimiento. Las tipografías esbeltas evocan elevación. Las tipografías light son ideales para productos femeninos. Las cursivas destacan algo sensacional, enérgico e imperativo.

El autor recomienda para destacar un grupo de palabras el uso de itálicas, capitales, negritas, contraste de color, subrayar, paréntesis

y el uso de caracteres en cursivas. No se recomienda el manejo de itálicas en todo el texto y mayúsculas. Los textos en mayúsculas se leen en un 18.9%. En publicidad impresa se recomienda a 11 puntos. Se recomienda además el manejo de combinaciones de color para favorecer a la legibilidad:

Negro sobre blanco, gris sobre blanco, azul sobre blanco, negro sobre amarillo, rojo sobre blanco.

Las combinaciones que no favorecen a la legibilidad son las siguientes:

Rojo sobre amarillo, verde sobre rojo, naranja sobre negro, naranja sobre blanco, rojo sobre verde, negro sobre violeta.

Añaños (2002), indica que los elementos de la página son observados sobre la base del tratamiento tipográfico a esto se le define como código tipográfico. Un buen tratamiento facilita el proceso de comprensión de mayor a menor. Se ha utilizado el término legibilidad para explicar la facilidad y eficacia de comprender un texto al ser leído. Sin embargo, el diseño no corresponde específicamente a este concepto. Debe pensarse en solucionar el problema planteado y ser capaz de dirigir la mirada a elementos específicos y la percepción de algo más que permita generar una actitud de rechazo o de preferencia. El impacto se logrará por medio de la atracción de la atención y un mayor tiempo de contemplación. Es muy importante tomar en cuenta la visualidad de los elementos.

6.2.J DISEÑO DEL CARTEL PUBLICITARIO

Burtenshaw (2011), menciona que el cartel ofrece infinidad de oportunidades poderosas en la comunicación, incluyendo la publicidad de exterior. Los carteles pueden utilizarse en distintos ambientes, locaciones y existen de diversos tamaños y formas. Es una pieza que ha comprobado ser un medio popular de comunicación. Tiene habilidad de comunicar a una amplia audiencia en un lenguaje fácil de comprender. Debe tener la capacidad de dar a conocer el mensaje en pocos segundos. Los equipos creativos tienen a usar técnicas que permiten captar la atención de manera simple y directa. Actualmente se ha considerado en su diseño, la inclusión al medio ambiente y su instalación.

El autor menciona que existen diversas variaciones del cartel publicitario. Entre ellas el cartel digital e interactivo. El cual le ha dado una nueva alternativa ante el tradicional. La comunicación se encuentra de la mano de la interacción por medio de pantallas táctiles.

El éxito de cualquier campaña basada en el cartel según Burtenshaw (2011), se relaciona con el balance entre la creatividad y la habilidad de conectar con el target. La locación es muy importante se debe pensar qué lugar es el ideal para cumplir con la coherencia del mismo y que este en contacto con los clientes potenciales. Seleccionar el lugar preciso puede ser la clave para alcanzar al target group.

Elementos a considerar:

Riquelme (2009), menciona que es importante tener a consideración ciertos aspectos como:

El punto de venta: considerar la técnica a utilizar según la ubicación, debe provocar alguna reacción por medio de un slogan o alguna situación fuera de lo común.

Simplicidad: el uso de pocos elementos no debe ser una limitante en la creación, pero debe tomarse en cuenta para lograr el mejor resultado.

Unidad: La composición de los elementos debe tener un significado en común. Esto se definirá por el orden establecido para generar la percepción de un elemento único y no de varios en un soporte.

Balance: Disposición de todos los elementos de forma equilibrada de acuerdo a la simetría o asimetría. La meta debe ser disponer de los elementos de forma creativa y dinámica.

Elemento sorpresa: Captar la atención del lector implica utilizar una realidad distinta a lo que acostumbran. El humor, la ironía o lo absurdo puede lograr la retención del mensaje.

Mensaje icónico y textual

Existen según la autora diferentes formas de lectura y comprensión, entre ellas:

Representación: Ver y reconocer por la experiencia

Abstracción: Abstracción de lo que conocemos por medio de simplificar lo que conocemos

Simbólica: Por medio de símbolos creados por el hombre

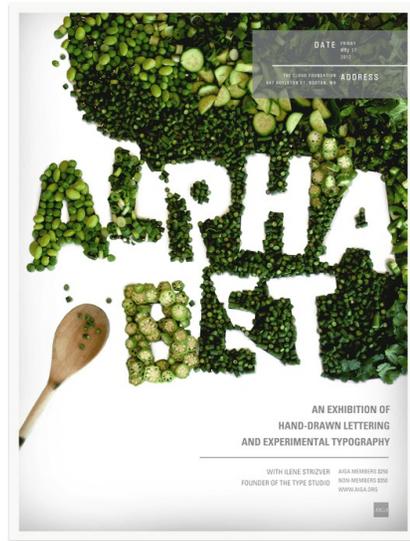
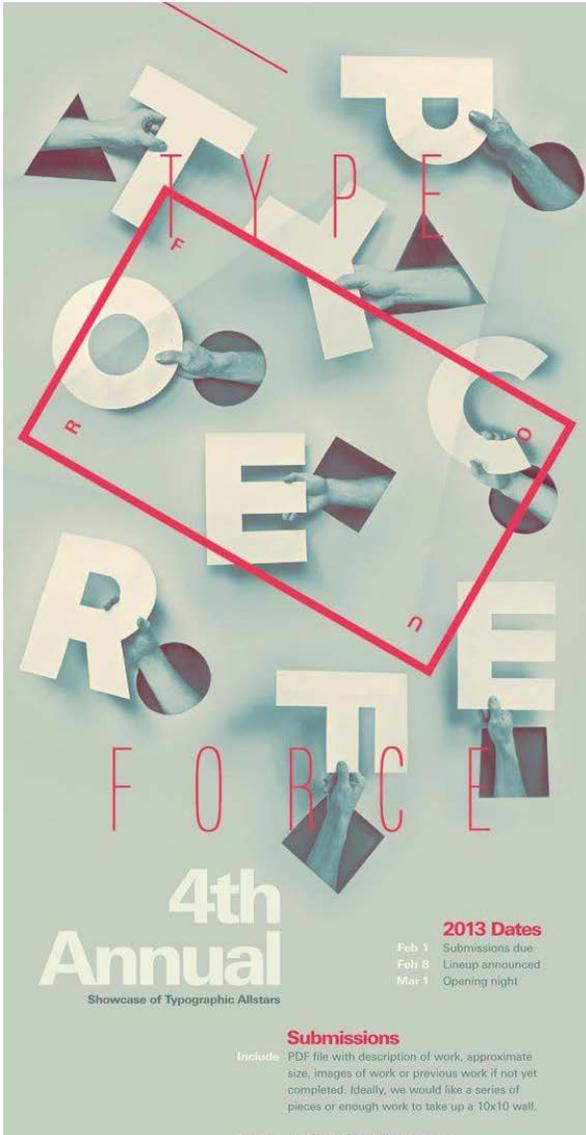
Especificaciones técnicas recomendadas: La imagen, no es necesaria pero su uso favorece a los buenos resultados se recomienda que esta sea visible a una distancia mínima de 1.50 mts, evitar la saturación, uso de una paleta de color limitada, no substituir el contenido por imágenes coloridas o sobre elaboradas. Se debe tener claro el concepto, establecer las dimensiones del cartel y determinar toda la información que este contiene.

El título debe leerse a una distancia mínima de 3 mts (96 puntos) la demás información idealmente a 2 mts (36 a 48 puntos) y lo de menor importancia puede estar expuesta en 18 puntos. Abreviar, seguir una justificación visual de textos, usar mayúsculas y bold idealmente en tipografías san serif o que sean legibles. Puede ser ilustración, fotografía como expresión testimonial o collage.

El color tiene gran importancia en el proceso visual y debe considerarse según su semiótica y psicología.

Es importante de acuerdo a Riquelme (2009), el balance con la imagen y la palabra en el cartel. La imagen es utilizada para llamar la atención y comunicar el mensaje. La imagen y la palabra juegan varios papeles en donde uno de ellos toma el protagónico. La clave está en lo que se quiere decir.

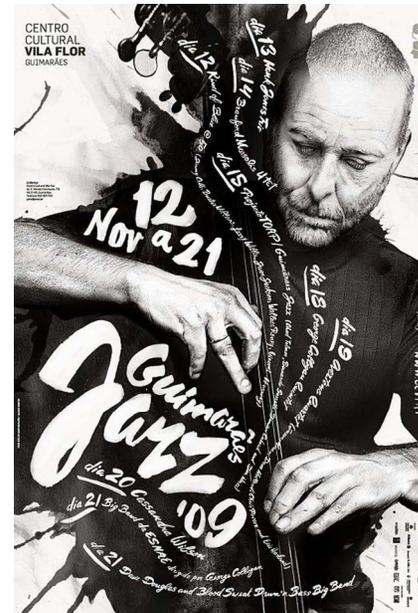
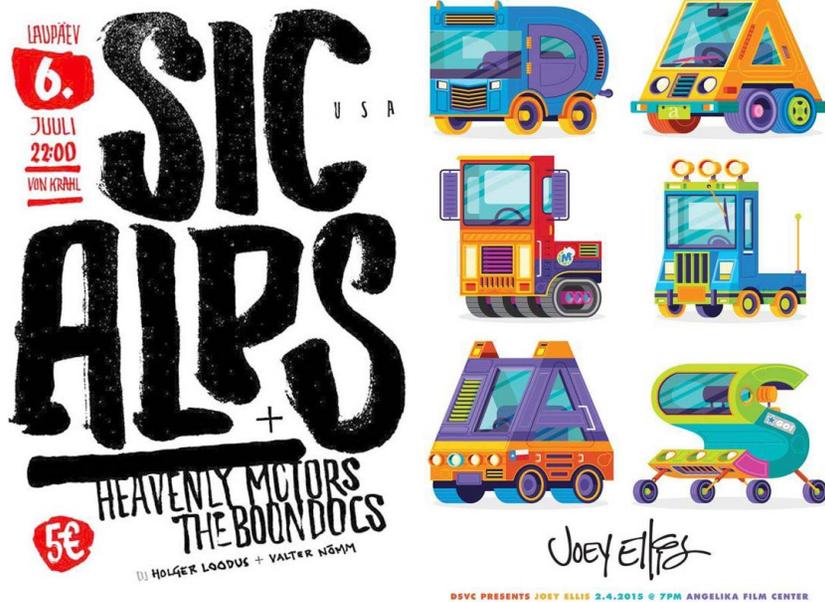
☆ Ludwin Mancilla menciona que el factor marca es importante, en el caso de los niños vale la pena considerar hablarles a ellos. A pesar de que es el padre quien decide si se compra al final o no. Debe hablarse mediante un lenguaje simple sin complicaciones. Por medio de elementos que enganchen como los colores y considerar siempre a las marcas. Puede pensarse incluso, dependiendo de los lugares donde se realice la ejecución, en diferentes formatos y permitirle a los niños interactuar. Los niños aprenden mejor mediante el juego y el descubrimiento.



Fuente: Canva (2017) **Create a Buzz For Your Next Event** Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.canva.com/learn/25-ways-to-design-an-awesome-poster-and-create-a-buzz-for-your-next-event/>

6.2.K TIPOGRAFÍA CREATIVA EN EL CARTEL PUBLICITARIO

Canva (2017), indica que es importante el juego tipográfico en el diseño de carteles publicitarios. Las tipografías bold, sans serif, resaltan. Las itálicas serif enfatizan la elegancia y las manuscritas hacen alusión al juego. Debe seleccionarse por lo menos dos tipografías en el diseño de carteles. Puede generarse impacto si se experimenta por medio de procesos análogos. Esto último da como resultado una propuesta creativa alejada de los procesos tradicionales y hacen de la propuesta algo memorable.



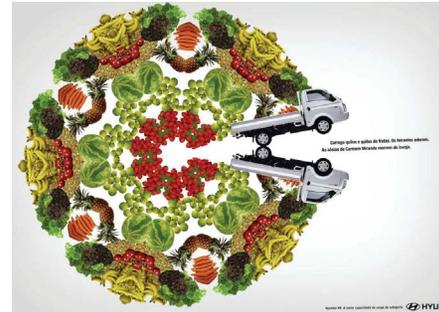
Fuente: Canva (2017) Create a Buzz For Your Next Event Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.canva.com/learn/25-ways-to-design-an-awesome-poster-and-create-a-buzz-for-your-next-event/>

6.2.1 LAS FIGURAS RETÓRICAS EN PUBLICIDAD

Galluci (s.f) hace referencia a Durand (s.f), quien define a la retórica como, “el arte de la palabra fingida”. es un método de creación. La función es disfrazar lo conocido o como interesante de manera que parezca nuevo. Cuando se descubre el significado se activan mecanismos de memoria que lo almacenan en el recuerdo y así se logra la persuasión. La aplicación de la retórica se manifiesta en el diseño, buscando maximizar el impacto entre emisor y receptor a través de diferentes vías: tipografía, fotografía, ilustración. Las figuras retóricas se clasifican según su naturaleza de su operación. Algunas de ellas son muy utilizadas en publicidad, un ejemplo de ellas es lo siguiente:

Figuras retóricas de operación

- **Adjunción:** Se añaden varios elementos a la proposición.
- **Supresión:** Se eliminan elementos de la proposición.
- **Sustitución:** Se sustituyen elementos, intercambiándolos por otros. Recurso muy utilizado en la fotografía propagandística.
- **Intercambio:** Existe una sustitución recíproca, dando lugar a puntos focales.



1 Fuente: Hyundai (2017). [image] Available at: <https://3.bp.blogspot.com/-GBIXjBqXy50/VvtkmVG2y8I/AAAAAAAAADk/jp9KWNqaQ6wRXwEjwLQfnEB4fpcKjVoQQ/s1600/1.png> [Accessed 2 Sep. 2017].H



2 Fuente: Oriflame (2008). <https://www.coloribus.com/adsarchive/prints/oriflame-ivory-12059655/>. [image].



3 Fuente: Anon, (2017). [image] Available at: <http://4.bp.blogspot.com/-6KgPjhjXWXO/UO2RH0LCNMI/AAAAAABEHI/fZWENPspZBc/s1600/Diapositiva3.JPG> [Accessed 2 Sep. 2017].



4 Fuente: Oriflame (2008). <https://www.coloribus.com/adsarchive/prints/oriflame-ivory-12059655/>. [image].

Otras figuras retóricas

Metáfora: Rojas (2005), hace mención a la metáfora visual. La cual es muy utilizada en el medio publicitario. Se caracteriza por cargar de significado metafórico a la composición a través de relaciones espaciales que activan asociaciones de ideas. Esta tiene base en la experiencia cultural.

Hipérbole: Galluci (s.f.) dice que implica exagerar los rasgos de una persona o cosa y que de alguna forma implica una metáfora o comparación.



Fuente: Anon, (2017). [image] Available at: <http://www.srpskijezickatelje.com/nedoumice:po-meni> [Accessed 2 Sep. 2017].

6.2.M LAS FIGURAS RETÓRICAS Y EL LENGUAJE PUBLICITARIO

Macquarrie (1996), menciona que las figuras retóricas se expresan de diferentes formas según las situaciones y de ellas depende su efectividad. Cuando la persuasión es el principal objetivo la perspectiva retórica recomienda que se tomé énfasis en la manera en un enunciado se expresa que puede ser más importante que su carácter propositivo. La retórica en relación al lenguaje publicitario se define en tres premisas:

Variaciones del estilo en el lenguaje publicitario:

Debe considerarse que la presencia de figuras retóricas, tengan consecuencias importantes sobre cómo se procesa el anuncio

Que estas consecuencias pueden a su vez derivarse de las propiedades formales de las figuras retóricas

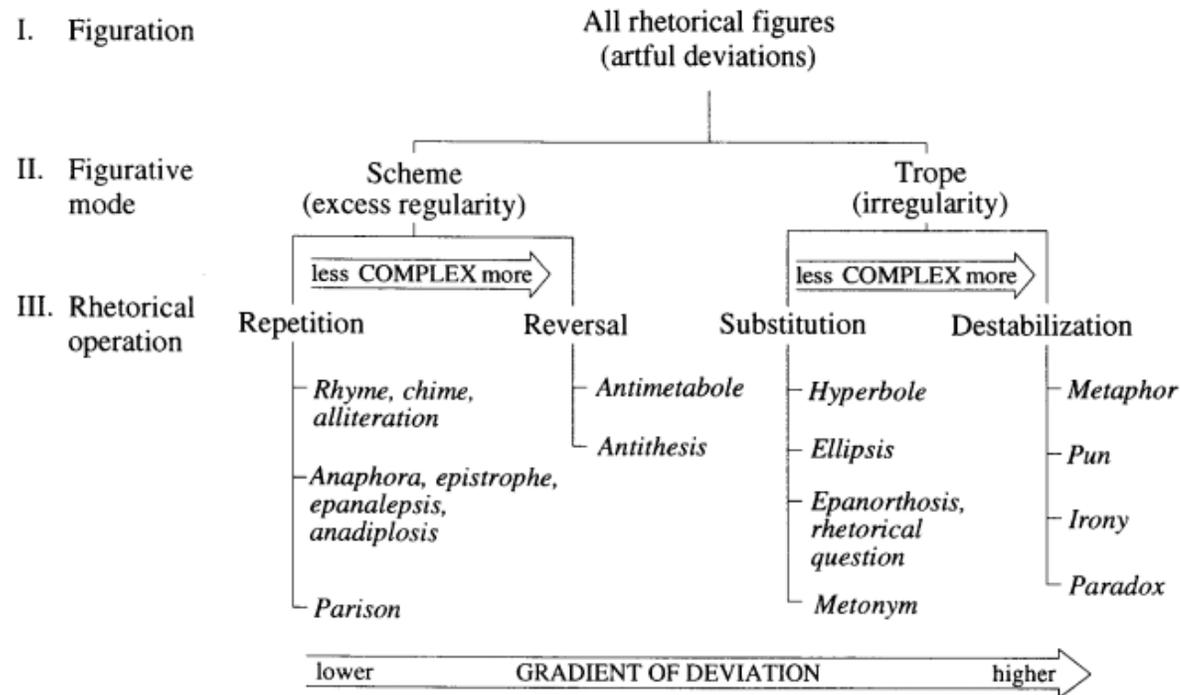
Estas propiedades se encuentran sistemáticamente relacionadas.

A continuación, se presenta la taxonomía de la retórica según el autor:

6.2.N LA RESPUESTA DEL CONSUMIDOR ANTE EL LENGUAJE RETÓRICO

Según Macquarrie (1996), el consumidor tiene la libertad para ignorar un anuncio o para dedicarle el menos esfuerzo en su procesamiento. Debido a que los consumidores no tienen la obligación de comenzar a leer un titular, terminar de leerlo o continuar leyendo el resto del anuncio, una función importante de las figuras retóricas es motivar al lector potencial.

FIGURE 1
A TAXONOMY OF RHETORICAL FIGURES IN ADVERTISING



Fuente: McQuarrie, E. (1996). *Figures of Rhetoric in Advertising Language*. *Journal of Consumer Research*, Volume 22. 426pp.

De esta manera, cuando la exposición publicitaria no es forzada, los consumidores deben prestar mayor atención al lenguaje figurativo en comparación al no figurativo. Sin embargo, se espera que el lenguaje figurativo sea más memorable.

☆ Ludwin Mancilla, menciona que el manejo de la retórica no funciona mucho en Guatemala. El target es diferente. Muchas veces se compara con la publicidad europea sin embargo en Guatemala es muy común el generar mensajes rápidos y precisos porque se corre el riesgo de no volver a hablar con el usuario.

6.2.Ñ EL COPY EN PUBLICIDAD

Ontalba (2007), menciona que el copy se trata de una palabra con dos significados, puede ser el cuerpo del texto de un anuncio y la persona que los redacta.

León (2015), indica que el copy es un concepto que ha tomado auge en las estrategias publicitarias. Este se relaciona con el copywriter quien es un maestro literario que escribe los textos para un anuncio. El autor recomienda lo siguiente para escribir un copy:

1. Tener una sola idea, centrarse en un tema
2. Utilizar palabras cortas o en oraciones y párrafos pequeños
3. Debe ser familiar y dirigirse a una audiencia
4. Ser específico para lograr la atracción y memorabilidad
5. Centrarse en un aspecto y enviar mensajes simples
6. Ser original

7. Variedad, evitar bloques de texto. Colocar segmentos de copy en párrafos cortos con subtítulos.

8. Descripción imaginativa por medio de la retórica.

☆ Ludwin Mancilla refiere que el usuario necesita tener a su alcance toda la información. Es importante el propósito del copy, si es para incentivar compra hay que ser lo más específico posible. El grupo objetivo quiere saber qué va a obtener y que incluye para evitar inconvenientes de tiempo y malentendidos. La segunda parte de un buen copy si la intención requiere entretener es hablar en un lenguaje en el que la gente perciba que la marca lo conoce y es capaz de hablarle como si fueran amigos de la infancia.

Si el copy es aplicado a niños lo importante es la simplicidad. Sin palabras rebuscadas como:

“Divertirme es la mejor parte de estar conectado” o “Conectado me divierte más”, “Descubro más al estar conectado”.

Un lenguaje simple, a ellos les interesa la experiencia que van a vivir.

Recomendaciones en cuanto a diseño:

Masslen (2001), menciona algunas recomendaciones en cuanto al diseño y layout que contenga un copy. Indica que en cuanto a estética diseñar un espacio para el copy que sea más grande.

No utilizar mayúsculas en todo el texto debido a que se dificulta su lectura y decodificar cada letra. Una simple oración basta, la inicial con mayúsculas fuerza al lector a leer en su totalidad letra por letra a lo largo de la oración. No utilizar puntos para hacer alusión de que el mensaje no ha terminado por lo que el lector

querrá buscar algo más para leer. Un ejemplo de ello son los titulares del periódico sin puntos finales.

Uso tipográfico:

Utilizar una buena tipografía, no hacer uso de tamaños muy pequeños, se debe facilitar la lectura.

Uso de combinaciones tipográficas: Dos combinaciones son suficientes como una sans serif y una serif sin embargo el uso de solo una también es adecuado.

Evitar encajar el copy en un solo espacio, la tipografía no debe ajustarse a una sola línea.

6.2.O PLAN DE MEDIOS

O'Guinn, Allen y Semenik (2013), indican que sin importar que tan nuevos sean los medios o que tan bueno sea el plan de marketing, si existe una mala colocación del mensaje acabará con el propósito de los planes establecidos y los medios “más cool” como indican los autores. La publicidad que no llega al grupo objetivo será un esfuerzo en vano. Por lo que es necesario pensar en todos los medios efectivos a los cuales el grupo objetivo si tiene acceso. Esto puede incluir desde correo directo, promoción en el punto de venta, cupones, mensajes promocionales, por correo electrónico, el marketing viral. Los medios tradicionales serían ATL (medios medibles) BTL (todos los otros tipos de promoción. Se dice que los medios medibles se encuentran en retroceso lento pero es una constante, por lo que se ha hecho necesario pensar en medios no tradicionales. La planeación de medios es muy importante esta requiere creatividad y estrategia. Para que el proceso sea eficaz se debe tomar a consideración:

- Un plan de medios especifica los medios en donde serán colocados los mensajes para llegar al grupo objetivo
- Clase de medios, se debe establecer que categoría
- Vehículo de medios, es la mezcla de los diferentes medios que se utilizarán para llegar de forma efectiva a la audiencia.
- Alet (2007), recalca también la importancia del timing, ya que es necesario saber el tiempo establecido para cada tarea del proceso creativo y su ejecución.

6.2.P EL USO DE LAS BASES DE DATOS

Alet (2007), hace mención a la base de datos y su mantenimiento. La información que se obtiene a partir de esta es analizada y almacenada. Es posible adquirir una mejor perspectiva del mercado potencial y orientar de forma concreta la planificación y creación de futuras acciones.

El autor indica que la base de datos es el corazón del negocio y tiene gran valor para la explotación comercial. Es útil para el conocimiento de nuestros clientes a través de ella que se pueda satisfacer sus necesidades mediante la constatación de información. Cuando se habla de la base de datos, se entiende como un conjunto de datos interrelacionados. Es una agrupación de ficheros que se han vinculado. Recoge una amplia cantidad de información y apoya a diversas aplicaciones.

Para crear una base de datos es necesario:

Capturar, organizar y mantener los datos: Que aporte información útil y conocimiento de los clientes actuales y futuros. Esto implica tener información de la persona.

6.2.Q MATERIAL PROMOCIONAL

Basat (2013), menciona que los promocionales han cambiado a lo largo del tiempo. Una estrategia puede cambiar puede cambiar el sentido de la solución. Se debe considerar siempre la red de venta, el canal y el consumidor. El incentivo es muy importante para darle un beneficio extra al producto y dar lugar a una venta memorable. Una promoción bien hecha puede ayudar a consolidar la imagen de la marca. Es importante además construir una relación con el usuario.

☆ Ludwin Mancilla recalca que es importante el “crafting” ese amor con el que se hacen las piezas. Para que el consumidor valore las piezas debe ver el amor con las que se hizo, que sepan que no fueron hechas en un día, que conlleva un proceso y trabajo. Ejemplo de ello fueron las piezas de una campaña de Quetzalteca, en donde los mupis fueron pintados a mano, al final de la campaña estos fueron vendidos a 25 centavos, la gente quería tener a Quetzalteca porque era un arte ilustrado, una pintura hecha mupi, algo no convencional. Recalca que es importante además en el caso de los niños, hacerlos felices ya que por esta vía los padres también lo serán.

6.2.R LA PARTICIPACIÓN EN LA PUBLICIDAD

La revista Brands and Marketing (2016), menciona que el BTL (Below the line) es una estrategia de acciones tácticas que busca beneficiarse del “one shot” para conectar con el grupo objetivo y modificar su comportamiento por medio de la experiencia. Sin embargo, en momentos de crisis es necesario ajustar el presupuesto al mínimo. El sitio cita a Ruda (2016), quien menciona que el BTL es una alternativa de menor inversión con un mensaje directo y efectivo. Su éxito radica en la creatividad y contenido no en el presupuesto.

El público de hoy quiere crear, participar y compartir según Derek (2016), las campañas de éxito se basan en facilitar esta creatividad, generando experiencias “transaccionales” que tengan valor para el consumir y el cliente.

Las empresas deben comprender que fluir en el entorno de los medios debe estar encaminado al desplazamiento desde las impresiones a las expresiones. El componente emocional es sumamente importante. Estos enfoques deben ser vitales para generar múltiples experiencias.

☆ Ludwin Mancilla puntualiza que generar experiencias es invaluable para el usuario porque es lo que hace que recuerde a las marcas. Generar experiencias implica aplicar la calidad que superar a la competencia.

6.3 LA PUBLICIDAD INFANTIL

Bringué (2001), menciona que la introducción del niño en los mercados es un hecho indiscutible. El niño también es consumidor y se define como tal desde la siguiente perspectiva: como un mercado primario con posibilidad de realizar compras con dinero propio, como sujeto de influencias que inciden en el gasto ajeno y como un mercado futuro que adquiere conocimientos y actitudes ante las marcas y productos que aún no están a su alcance.

La faceta del niño conlleva formar parte de la comunicación publicitaria como target específico. Actualmente hay una aparición creciente de productos infantiles acompañados de campañas publicitarias que tienen como grupo objetivo al público infantil.

El autor menciona que a partir de lo anterior definir al niño como un destinatario implica hacer referencias a cuestiones psicológicas que lo definen como un sujeto de información. Todo intento de comunicar para persuadir estudia las características psicológicas del niño en función de las operaciones del mensaje comercial y establecer cómo es el niño receptor de anuncios.

Bringué (2001), cita a Young (1990), quien ofrece un modelo que interviene en el niño al ser destinatario de un mensaje comercial. Figura lo siguiente:

- 1. Atiende el mensaje**
- 2. Distingue entre anuncio y programa**
- 3. Comprende la intención del mensaje**
- 4. Interpreta su contenido**

5. Interpreta el contenido del anuncio (incluyendo su simbolismo y estereotipos sexuales)

6. Realiza otros procesos como la elaboración cognitiva ante ese tipo de contenido

Aparecen otros aspectos que establece los efectos que provoca en el niño la publicidad, entre ellos:

- Modificación de actitudes y valores
- Peticiones a otras personas iguales o padres
- Influencia en las elecciones y comportamiento de compra
- A partir de esta manera de comportarse debe tomarse en cuenta el proceso de comunicación publicitaria, acceso al mensaje.

Como refiere el autor, la publicidad con frecuencia se basa en su capacidad persuasiva en asociar los productos con otra realidad. Beneficios más utilizados al comprar un producto:

La acción del juego individual, juego colectivo, juego colectivo entre adultos, juego de niños y adultos, creación de mundos de imaginación y fantasía, acción de juego por sí misma, asociación con el deporte, desarrollo de habilidades y actitudes competitivas, desarrollo y ejercicio de habilidades relacionadas con la construcción y elaboración, diversión, productos y sus atributos (color, forma, accesorios), poderes del niño para personificar de forma imaginativa cuando usa el producto, adquisición por medio del producto de mayor estatus o respeto, valores y desarrollo de capacidades, comparaciones: “serás como”, superlativos: “serás más”, novedad.

6.4 LA ILUSTRACIÓN EN EL MATERIAL PUBLICITARIO

Menza (2016), menciona que la palabra ilustración como medio visual es confundida con diversas disciplinas artísticas como el arte, el dibujo y el diseño. El diseño e ilustración son desarrolladas por una demanda y su función principal es dar a conocer mensajes, favorecer la comunicación visual, satisfacer demandas y tiene como prioridad la representación de textos. Su lenguaje visual se fundamenta en la aplicación de diferentes técnicas. En la práctica un diseñador da como resultado soluciones rápidas y satisfactorias sin embargo le ilustración requiere de un proceso creativo reflexivo y extenso. Se busca generar experiencias más allá de cumplir con la demanda.

6.4.A EL BRIEF

Male (2007), menciona que el brief en la ilustración es importante y debe poseer directrices claras y concisas entre ellas:

Razón fundamental: Necesidad visual de comunicación

¿Qué quiere alcanzarse?: Qué es lo que hará como ilustrador. La naturaleza y extensión del proyecto deberá establecerse. Cuántas piezas, cuándo dummies visuales, cantidad de trabajo a desarrollar.

Los objetivos: Cuál será el proceder y las metodologías aplicadas. Debe considerarse además la forma de trabajar y los tiempos.

Los proyectos de ilustración deben basarse en:

La práctica profesional en el contexto, por ejemplo, debe tenerse

en cuenta la información que se otorga, el medio de publicación y promoción, etc. El contexto debe ser claramente establecido.

Las preguntas necesitan una respuesta, creando una necesidad para buscar y presentar nuevos conocimientos

El autor menciona que para contestar el brief se requiere de un análisis, reconocer cuál es el problema visual de comunicación que necesita ser resuelto, a quién va dirigido, pero primero es importante reconocer el contexto.

La audiencia es importante para tener éxito en el mensaje. Es necesario saber con exactitud que tipo de respuesta se requiere independientemente de que se crean el mensaje. Existe una necesidad de provocar emociones. La comunicación visual se encuentra ligada a la semiótica. Es a través de ella que la audiencia interpretará los signos y símbolos usualmente por asociación.

Male (2007), indica que el ilustrador debe adquirir un conocimiento multicultural para corresponder de manera adecuada al mensaje.

6.4.B LA ILUSTRACIÓN EN LA PUBLICIDAD

Redondo (2009), indica que la ilustración ha estado ligada a la publicidad desde los primeros tiempos. Considerando que la esencia de la publicidad es comunicativa. La imagen siempre ha sido un elemento comunicador fundamental. Hoy en día la publicidad y los medios de comunicación depende uno del otro.

Dupont (2004), indica que la ilustración publicitaria debe cumplir objetivos específicos, constituye una parte importante en la transmisión de información. La ilustración en publicidad debe llamar la atención, anunciar su existencia y enfatizar características. Conformar un medio directo para comunicarse. En el

caso de imágenes poco realistas, estas deben tener la capacidad de llamar la atención a través de la incongruencia. Presenta el producto fuera de contexto que llama la atención. Por tanto, busca transmitir un mensaje con claridad dentro de un estilo específico.

☆ Ludwin Mancilla refiere que es importante a considerar al momento de una pieza ilustrada, el grupo objetivo. En el caso de los niños puede considerarse ser más caricaturesco, si son jóvenes o adultos más liberal o más artístico. Depende mucho de lo que la marca permita hacer.

Parramón (2003), hace alusión que la ilustración en la publicidad está destinada a darle forma y personalidad a la marca o producto. Además, puede anunciar un acontecimiento. Lo que puede llegar a distinguir una ilustración de otra es el formato. Lo importante en el ámbito publicitario es el inmediato impacto visual .

6.4.C ¿CÓMO SE DESARROLLA LA ILUSTRACIÓN?

Dupont (2004), menciona que el ilustrador en la publicidad tiene el papel de la interpretación. Su principal tarea es interpretar el brief y traducir ideas en imágenes dentro de algún estilo. Es necesario ser flexible y expresar correctamente con un enfoque imaginativo e ingenioso. Se debe tomar en cuenta herramientas como: Manejo de técnica, recurso gráficos y comunicativos, retórica (metáforas visuales).

El autor menciona que las imágenes transmiten los mensajes de manera instantánea. El autor cita a Plisken(s.f) quien dice que la publicidad consiste sólo en imágenes, como la televisión “entre más grande y más brillante, mejor” (p. 12). A pesar de esto el autor menciona que los anuncios ilustrados con fotografías son recordados por lectores en un 26% más que los ilustrados con dibujos. Sin embargo, se recomienda su uso en los siguientes casos:

- Cuando se quiera sugerir la idea de moda selecta, elegancia o estilo.
- Emplear el recurso emocional.
- Cuando sea un mensaje dirigido a una audiencia joven y se necesite del sentido del humor.

☆ Se indica que el uso de técnicas análogas en relación a la ilustración ha tomado auge y tendencia, según Ludwin Mancilla, marcas como Sprite, Quetzalteca han desarrollado murales. Aunque las piezas siempre se necesitan en digital para comunicarlas a otros medios. Existe una ventaja del uso de estas técnicas. Aporta un beneficio a partir de un mayor impacto, aprecio y además el usuario lo comparte más.



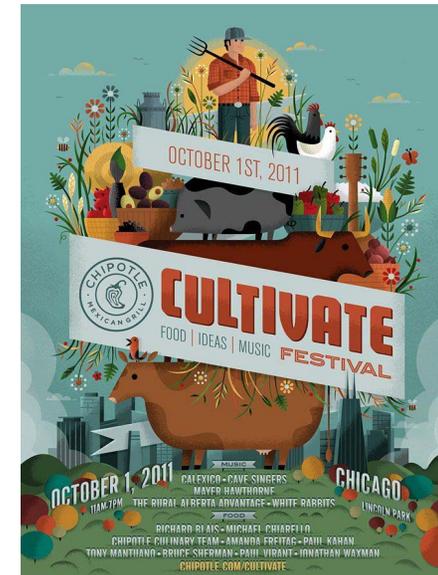
Fuente: Dupont (2004) 1001 Trucos Publicitarios. México DF. p. 76



Fuente: Canva (2017) Create a Buzz For Your Next Event. Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://designschool.canva.com/blog/25-ways-to-design-an-awesome-poster-and-create-a-buzz-for-your-next-event/>



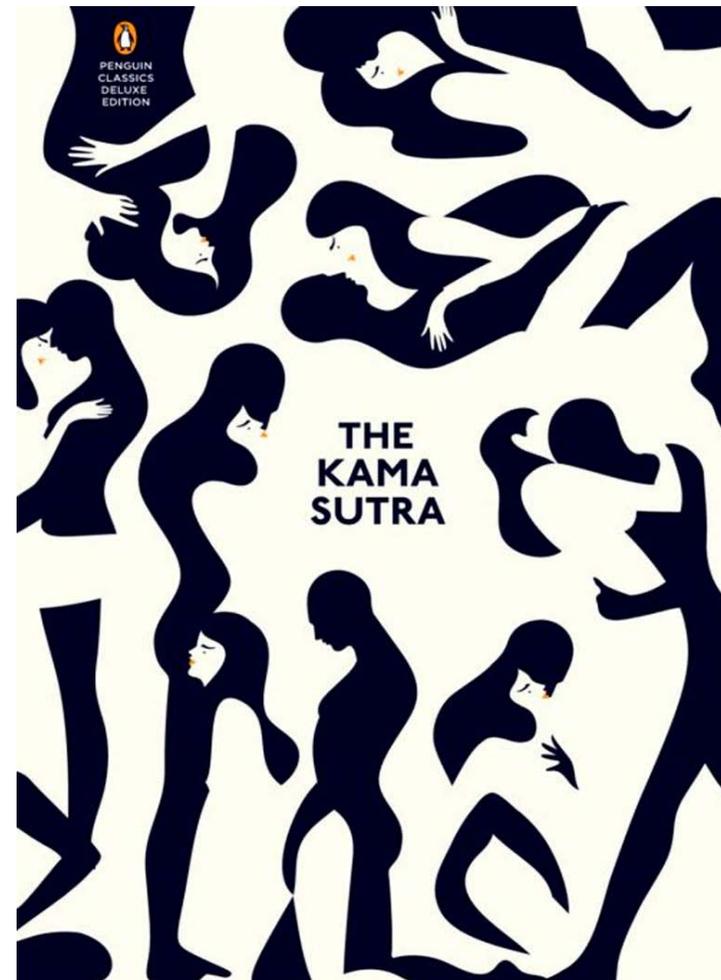
Fuente: Canva (2017) Create a Buzz For Your Next Event Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://designschool.canva.com/blog/25-ways-to-design-an-awesome-poster-and-create-a-buzz-for-your-next-event/>



6.4.D EL PROCESO CREATIVO EN LA ILUSTRACIÓN

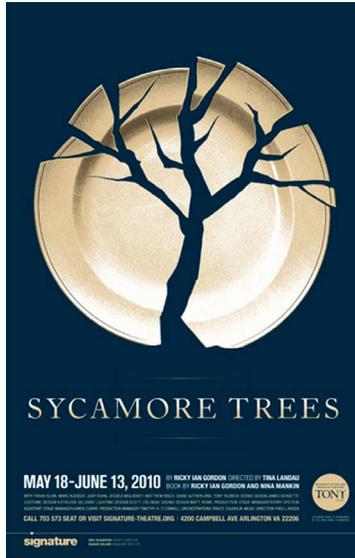
Menza (2016), cita a Rodriguez (2013), quien indica que el proceso creativo conlleva enfatizar la importancia de la información por encima de lo artístico. Se debe pensar muy bien lo que va a desarrollarse en función de la información. Todos los elementos gráficos, colores o trazos que se usen deben estar pensados para comunicar el mensaje. No deben existir espacios innecesarios. El autor menciona a Male (2007), quien indica que el proceso de conceptualización es importante, se requiere una lluvia de ideas que permita agilizar el proceso. Se recomienda preguntarse lo siguiente:

- ¿Cuál es el problema de la comunicación visual que necesita ser resuelto?
- ¿Para quién se dirige?
- ¿Cuál es la naturaleza del requerimiento?
- ¿Cuál es el contenido y el tema de importancia
- ¿Hace falta investigar?



Fuente: 27 VintiSet. (2017) 36 Diseños en espacio negativo para inspiración. Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <http://vinti7.com/36-disenos-en-espacio-negativo/>

Canva (2017) dice que es posible mediante el manejo de la imagen utilizar diferentes recursos como el espacio negativo, definir puntos de interés para originar composiciones astutas.



Fuente: 27 VintiSet. (2017) 36 Diseños en espacio negativo para inspiración. Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <http://vinti7.com/36-disenos-en-espacio-negativo/>

6.4.E ESTILOS

Meneses (2014), indica que el diseñador cuenta con una serie de herramientas, medios y niveles de abstracción para desarrollar cierto estilo. La autora divide a estos estilos en cómic y realista.

Cómic: Posee un grado medio de abstracción, se caracteriza por la caricaturización de personajes con el propósito de atribuirle un carácter lúdico. Se caracteriza por tener ojos grandes y rostros expresivos, proporciones idealizadas y exageración visual. Meneses (2014), menciona al autor Aparici (2010), quien indica que este estilo es funcional al momento de introducir un dialogo para motivar, entretener e informar.

Aparici (2010), indica que el cómic posee un lenguaje intrínseco al entorno de los niños, jóvenes y adultos. Los niños utilizan varios códigos presentes en los cómics sin conocer su nombre técnico.

Realista: Hagen (1986), indica que el realismo posee un nivel bajo de abstracción, busca la representación exacta de la realidad. Posee una perspectiva y geometría natural.

Otros estilos ilustrativos: Rumiche (2014), hace referencia distintos estilos de ilustración moderna, se presentan a continuación:

1. **Geométrica:** Basada en formas geométricas como su nombre lo indica ha sido utilizado en el humor gráfico. Ej. Carlos Arrojo
2. **Minimalista:** “Menos es más” por ejemplo, la campaña de Lego “El Poder de las Ideas”.

3. **Surrealista:** Colorida, personajes o caricaturas extrañas.

4. **Ilustración a modo de patrones:** Ilustraciones a manera de patrón que dan lugar a una imagen concreta. Por ejemplo Sebastian Ferau.



GEOMÉTRICA

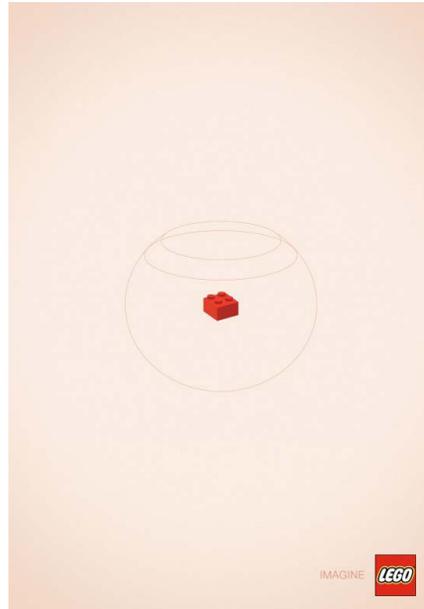
IMAGEN A Y B: Fuente: Carlos Arrojo (2013).
Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.behance.net/carlosarrojo>





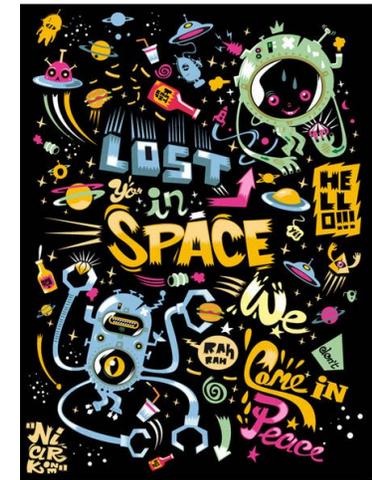
MINIMALISTA

Fuente: Lego. *El Poder de las Ideas* (2013). BRAD, Montreal, Canadá. Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <http://www.elpoderdelasideas.com/anuncios/nueva-campana-minimalista-de-lego/>



SURREALISTA

Fuente: Volkswagen. (s.f). IExtraído el 2 de septiembre de 2017 de <http://www.taringa.net/posts/imagenes/16903376/Pinturas-Salvador-Dali.html>



PATRONES

Fuente: FERAUT, S. (2008). *Ilustraciones 3*. BRAD, Montreal, Canadá. Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.behance.net/gallery/151846/illustrations-3>

6.5 CAMPAÑAS CREATIVAS

6.5.A DDH HELSINKI / MACDONALDS

Open Ads (2013), menciona que DDH Helsinki generó una campaña en el 2013 para McDonalds Basada en ilustración para Finlandia. Tienen la finalidad de referirse a una hamburguesa concreta. Se generó un resultado inusual, llamativo y colorido. Usando como base a la ilustración en afiches publicitarios.



Fuente: La campaña en contribución de DDB Helsinki. McDonalds. (2013) Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <http://www.openads.es/macdonalds-apuesta-a-la-ilustracion-en-su-ultima-campana-de-publicidad/>

6.5.B SIGNAL – LOWE (SINGAPUR)

Campaña generada por Mullen Lowe (2018), el propósito era publicitar una pasta dental para personas con sensibilidad dental. Se generó una gráfica mediante el uso de objetos cotidianos destacando el problema con ciertos símbolos. Los afiches buscan llamar la atención mediante el uso de la hiperexageración, una figura retórica. La campaña logró posicionar a Signal Sensitive Expert como la mejor opción en situaciones dolorosas.



Fuente: MullenLowe (2017) Extraído el 7 de agosto de <http://singapore.mullenlowe.com/our-work/signal-sensitive/>

6.5.C BOLOGNA FESTIVAL

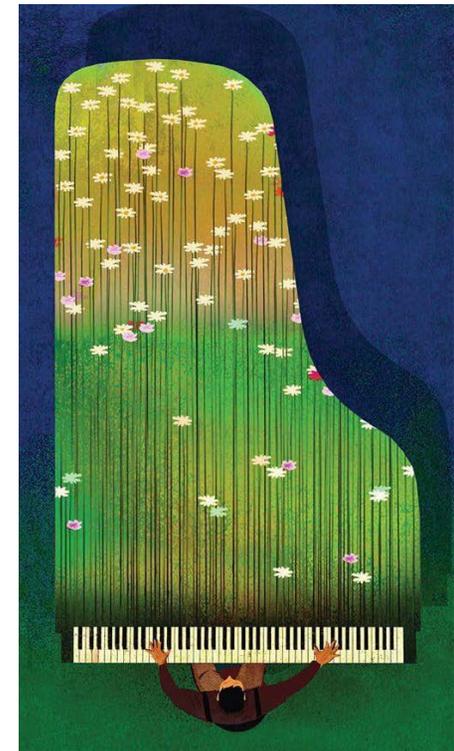
De acuerdo a 27 VintiSet (2017), se generó una serie de posters publicitarios para el Bologna Festival 2012. Por medio del recurso de figura fondo y espacio negativo se da lugar a una gráfica interesante, que logra comunicar efectivamente por medio de un juego visual.



Fuente: 27 VintiSet. (2017) 36 Diseños en espacio negativo para inspiración. *Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <http://vinti7.com/36-disenos-en-espacio-negativo/>*

6.5.D SAVANNAH MUSIC FESTIVAL

Canva (2015), hace referencia al diseño de material publicitario del Savannah Music Festival. Recalcando el manejo de color que crea energía y atrae la vista hacia sus posters publicitarios. Dando origen a una gráfica cálida y poco convencional a un afiche de concierto en donde se suele mostrar lo más evidente, una orquesta o la agrupación musical. El festival se ha caracterizado por darle un giro a su comunicación visual y el manejo de la ilustración en la promoción de eventos.





Fuente: Savannah Music Festival (2017). FESTIVAL POSTER BY SHOUT *Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <http://www.savannahmusicfestival.org/product-category/posters/>*

6.6 LA ILUSTRACIÓN INFANTIL

García (2004), indica que la ilustración sirve para despertar el interés del receptor, estimular y enriquecer su capacidad comprensiva para llegar a un mejor acceso al mensaje. Implica un equilibrio de formas, tonos y líneas para conseguir con ellos una respuesta estética que enriquezca al espectador.

Según el autor la ilustración refleja los elementos propios de las corrientes artísticas vigentes en cada momento de la historia asimismo, la sensibilidad social hacia el mundo de la infancia y juventud. El origen de esta se vincula con el libro, sin embargo, las muestras de los primeros grabados no estuvieron relacionadas con un carácter infantil, sino hasta después donde se evidencia una especialización o adecuación a un destinatario infantil. Las primeras muestras se caracterizaban por un estado inocente y necesitado de protección adulta. Se daban a conocer ejemplos de enseñanzas y moral. Muchas de ellas con un estilo realista y visión plana sin perspectiva. También tenían ciertas características como:

- Personajes y ambientes
- Relación entre niños y adultos, figuras familiares.
- Enseñanzas sobre la protección y el camino de la vida

Schritter (2005), menciona que las técnicas en cuanto a la ilustración infantil son distintas y van de la mano del discurso gráfico de la pieza. En el caso de libros esta va de la mano de su género. Si por medio de la técnica se involucra el clima y el género de un material es posible destruir o magnificar el texto. Por ejemplo, si la ilustración es a base de acuarela y los rasgos del texto son rústicos, esto podría destruir el sentido del material. El

factor sorpresa es importante según cita la ilustradora Isol (2005), quien menciona es importante al momento de ilustrar para niños:

Necesidad de cambiar y probar técnicas

1. ***Sorprenderse a sí mismo:*** Alejarse de la imaginación corriente, prestar atención a los accidentes, dibujar con la mano izquierda para “sorprenderse”, evitar limitaciones de los materiales como recursos de búsqueda.
2. ***Bocetar lo suficiente:*** Considerar al dibujo como el protagonista.
3. ***Utilizar diferentes materiales:*** Lápices grasos sobre papel vegetal para posteriormente procesarlo en photoshop, mezcla de agua y óleo, uso de texturas, intervención de fotografías o collage.

Parramón (2003), menciona que en la ilustración infantil cuenta la edad del público objetivo. Las ilustraciones deben otorgar una interpretación concreta y legible del tema o el argumento. Debe complacerse a los niños, si bien no son los consumidores directos sino los padres. Por lo que:

“no se debe mostrar condescendencia hacia los pequeños, todo lo contrario, tienen que tomar en serio las reglas del juego argumental que propone la publicación y buscar los resortes gráficos que atraigan la atención hacia ellas” (p.12).

Debe ser atractiva para los adultos, quien es el que compra. El ilustrador debe poseer un estilo versátil.

6.7 EL USO DEL PAPEL EN EL DISEÑO GRÁFICO: PAPERCRAFT

6.7.A CONCEPTOS

Gestalten (2009), define al papercraft como una colección de creaciones generadas a partir del papel como material innovador en el diseño y el arte. El uso del papel ha sido implementado a nivel mundial como una técnica experimental para el diseño. Existe una tendencia de diseñar piezas y objetos tridimensionales. Por medio de diferentes técnicas de corte, pegado y dobléz.

Adobe (2016), lo define como una técnica que utiliza al papel como elemento para crear figuras tridimensionales. Se ha convertido en una disciplina dentro del diseño gráfico con un bagaje que remonta a la primera guerra mundial. En aquella época editoriales lanzaron colecciones con modelos de papel, estos incluían piezas de artillería y materiales bélicos usados por Alemania y EEUU.

☆ El ilustrador Kalle Define a la técnica como:

“la pieza que puede encajar en cualquier rompecabezas. El ser una técnica que te permite crear infinidad de formas y reproducirlas a cualquier escala hace del papercraft un opcional viable para ser tomada en cuenta para cualquier proyecto” (Anexo 4.1).

Paper cutting: Gildersleeve (2014), menciona que inició en china con los monjes budistas de Vietnam y Tíbet y posteriormente en Japón. Es así como se desarrolló un arte llamado Kirigami que es una mezcla entre el paper cut y origami. Este consistía en generar patrones simétricos como copos de nieve, pentagramas, orquídeas. Otro concepto que se desarrolló fue el “crest cutting” el cual era utilizado de forma similar al kirigami. En esta técnica se desarrollaban piezas para la decoración del hogar.

6.7.B ORÍGENES

Dickson (2008), refiere que la técnica consiste en transformar el papel en un objeto tridimensional. Es posible generar distintas formas con técnicas de dobléz y pegado. Recalca que tiene una influencia en el arte tradicional japonés y el origami. Origami significa “papel doblado”. El origen de esta técnica se desconoce sin embargo existen múltiples indicios de este en los tiempos antiguos de Japón.

Según el autor, el origami es clasificado en tradicional y origami creativo. El origami tradicional genera formas simples de animales, globos, insectos y plantas. Mientras que el origami creativo se relaciona con la creación de figuras complejas e involucra al diseño. Muchas disciplinas han aplicado los principios del origami, como la arquitectura y la ingeniería. Se han generado prototipos, modelos y estructuras arquitectónicas incluso automóviles.

Gildersleeve (2014), refiere que la técnica del papel cortado llegó a Europa en el siglo XV en Ucrania y Polonia a medida que el papel se tornó barato, se generaron piezas de arte en las áreas country. Los granjeros generaban piezas de decoración para sus casas y para celebraciones religiosas. Posteriormente la técnica llegó a Alemania y Suiza en el siglo XVI. Este tipo de arte llegó a América Colonia en el siglo XVIII por medio de inmigrantes, es así como la técnica se ha mantenido en América del norte hasta nuestros tiempos. El papercraft contemporáneo se empezó a crear piezas en 1950 por medio del diseño gráfico. En la segunda guerra mundial hubo un auge en anuncios y empaques que también era una necesidad alta para la economía. Actualmente existe un nexo entre lo hecho a mano y los medios digitales. Algunos artistas hacen uso de herramientas digitales para cortar papel y manipular las imágenes.

6.7.C EL PAPER CRAFT Y LA ILUSTRACIÓN

Gildersleeve (2014), menciona que es una técnica que tomó auge en el diseño gráfico y la ilustración y con ello tuvo una nueva faceta. Esta técnica se ha mezclado con la era digital dando origen a resultados donde lo análogo y lo digital se encuentran vinculados. Existen diversas formas de desarrollar la técnica, algunos artistas utilizan herramientas manuales y otros digitales. Diseñadores y artistas como Chrissie Nacdonald y Hattie Newman juegan con las escalas y elementos dimensionales. Existe diversidad de medios que han utilizado la técnica desde grandes vallas, publicidad, portadas de revistas, libros y empaques.

Por otro lado, Gestalten (2012), hace mención al proceso de diseño en el “hight touch design” para desarrollar elementos amigables con el usuario y su ambiente. Mientras el mundo gira alrededor de la abstracción y perfección, muchos creativos se encuentran estimulados por otras vías de escape, la experimentación, deconstrucción, invención e innovación. Dándole un giro a lo digital y convirtiéndolo en experimentación. Mediante particularidades tangibles, y experimentando con la técnica, materiales, alcance y escala. Los diseñadores gráficos e ilustradores han integrado diferentes materiales, uso de collages, papercraft, objetos y otros ensamblajes multimedia.

Se han generado variaciones y mezclas entre lo bidimensional y tridimensional. Los ilustradores han generado imágenes conceptuales tomando como base a esta técnica y en conjunto con la fotografía y diseño de empaques.

Gestalten (2011), menciona que las ilustraciones a base de papel y collage han estado vigentes durante mucho tiempo en una era entusiasta de publicaciones punk. Hoy en día esta se fusiona junto con la tecnología. Los artistas han implementado la técnica

a partir de siluetas, paper cuts basados en patrones de origami. Algunos ilustradores basados en el papel traducen los trazos a pliegues de distintos papeles o cartón grueso y experimentan más allá del collage y el material elegido. A través de múltiples capas, papel corrugado y diferentes texturas se crean proyectos que tienen la capacidad de aumentar la percepción.

☆ Con relación al diseño de materiales infantiles con la técnica del papercraft aplicada Kalle menciona que una de las cosas más importantes que se deben considerar es captar la atención de los niños, al ser muy visuales y curiosos. La implementación de la técnica puede favorecer al aprendizaje. Por ejemplo:

“Un libro de ciencias naturales que contenga algún armable del esqueleto humano y que el niño pueda interactuar con cada pieza que en este caso sería un hueso del cuerpo, la experiencia de aprendizaje sería diferente y mejor que aprender viéndolo en una ilustración plana” (Anexo 4.1).

6.7.D VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL USO DE LA TÉCNICA

☆ Kalle menciona lo siguiente:

Ventajas:

- Impacto visual no convencional (innovación).

Desventajas:

- El manejo de las piezas puede complicarse por su fragilidad.
- Conlleva un mayor tiempo en el desarrollo de un proyecto.



Fuente: Kyle Bean. **Paper Cut: An Exploration Into the Contemporary World of Papercraft Art and illustration.** (2014). *Rockapaperink*. 22 pp.



Fuente: Kyle Bean. **Paper Cut: An Exploration Into the Contemporary World of Papercraft Art and illustration.** (2014). *Rockapaperink*. 19 pp.



Paper Suits
A set of paper suits created for a series of images showcasing Louis Vitton accessories. Photography by Lecey.

to be able to capture the things that I make in an image. I later realized that working with still-life photographers allowed me to create more professional set designs for commercial clients.

So what would you say are the benefits of working with photographers to shoot your work?

They can often bring more to the image than I could myself. I often prefer my work to be shot in quite a simple and natural way, but from time to time, a concept I develop requires a more experimental approach to the lighting. I enjoy working with photographers I know can bring out the best in the models and sets that I make.

How does working with a photographer compare with shooting your own work, and what effect does it have on the way you approach a project?

With smaller editorial pieces that have a limited budget, I tend to propose ideas that I know I can shoot myself, so generally this means, for example,

Fuente: Kyle Bean. **Paper Cut: An Exploration Into the Contemporary World of Papercraft Art and illustration.** (2014). *Rockapaperink*. 19 pp.

- Las personas que practican esta técnica son pocas.
- Costos más elevados.

☆ Con relación a la comunicación actual en Guatemala. Kalle indica que no ha visto la técnica aplicada aún. En Guatemala aún está dándose a conocer, sin embargo, algunas oportunidades que se encuentran en la introducción de la técnica es la creación de conceptos nuevos y frescos.



Fuente: Martin and line of Andersen Studio. **Paper Cut: An Exploration Into the Contemporary World of Papercraft Art and Illustration.** (2014). Rockapaperink. 13 pp.

6.7.E EL PAPEL, SU PROCESO DE ELABORACIÓN Y PROPIEDADES

Heilbert (2013), define al papel como una fibra proveniente de la madera que contiene celulosa. El papel conlleva un proceso especial para dar origen a las hojas mismas. Las fibras son convertidas en pulpa y diluidas en agua. Estas son colocadas en una malla de alambre en una superficie plana. El agua se drena a partir de la malla mientras que las fibras son entrelazadas por medio de enlaces de hidrógeno. Las hojas mojadas son presionadas y secadas a modo de hojas de papel. El origen del papel remonta al tiempo de los papiros, el cual no constituía papel de verdad debido a que las fibras de hidrógeno no eran maceradas. El papel tuvo origen en Asia donde era elaborado a mano a partir de las fibras de plantas. En Europa y América el papel se generaba a partir de algodón. Actualmente el papel es elaborado con máquinas industriales. La revolución industrial eliminó su elaboración manual. Sin embargo, existen artesanos que llevan a cabo el proceso hoy en día de manera análoga.

En la década de los años 70s, los artistas trabajaron en figuras tridimensionales y la creación de papel decorativo. Se ha generado a través de su uso infinidad de técnicas artísticas para su uso. Para la elaboración de cualquier proyecto la autora menciona que es importante tener a consideración distintos aspectos.

Composición del papel: Existen distintos tipos de papel en el mercado, desde a base de madera, plantas, 100% de algodón, papel acuarela, libre de ácidos de pulpa de madera.

Gramaje: El papel posee diferentes gramajes. Usualmente cuando es producido de manera industrial es cortado a partir de pliegos muy grandes.

Textura y superficie: El papel generado en industria tiene una textura de tejido sutil a diferencia del hecho tradicionalmente con bordes más rústicos.

Aditivos y recubrimientos: En algunos casos elementos químicos son aplicados a las superficies. El papel usualmente tiene un recubrimiento de carbonato de calcio o arcilla china que es ideal para la industria de la impresión. Existen además infinidad de opciones con decoración patrones.

Grosor y peso: Puede encontrarse en una variedad de pesos. El grosor y el peso es medido mediante un calibrador. El peso del papel es descrito por medio del sistema de libras y gramos por cuadrado.

Opacidad: Es la medida de cuanta luz deja atravesar el papel. Esto es muy importante si se considera imprimirse en ambas caras. Los papeles translucidos son ideales para generar diferentes cortes, generar sombras y permite funcionar como un filtro para la luz.

Resistencia: Es un aspecto importante y debe considerarse según el tipo de proyecto. Si va a doblarse o no y desdoblarse.

6.7.F MATERIALES PARA TRABAJAR CON PAPEL

Heilbert (2013), indica una serie de materiales antes de iniciar un proyecto de papercraft:

Cuchillas y plantilla de corte: Cuchillas de diferentes filos y tamaños, la autor recomienda la No. 11 la cual posee bastante filo y es ideal para cortar papeles gruesos.

Herramientas de corte: Tijeras de diferentes tamaños y filos, una cuchilla redonda.

Reglas de 6 a 36 pulgada: Es importante adquirir reglas con una base de corcho en la parte inferior par prevenir deslizamientos.

Elementos de doblez y sisado: Herramientas que permitan hacer dobleces con facilidad, estos están hechos de madera, plástico, o teflón.

Adhesivos y aplicadores: Goma y aplicadores como pinceles.

Herramientas de dibujo: Lápices y borradores para generar contornos y medidas.

6.7.G RECOMENDACIONES EN EL USO DEL PAPEL

Gildersleeve (2014), refiere que en un mundo saturado por diseño digital, es importante para la interacción humana y conexión con las imágenes que observamos. Por otro lado, es común limitarse según los recursos digitales y el software a nuestra disposición. A pesar de que existe actualmente el diseño táctil, el papel es el material más popular, es barato y los artistas no se temen echarlo a perder. Existen múltiples posibilidades sin barreras y expresiones demás tiene una alta durabilidad.

☆ En cuanto a sus especificaciones de uso Gildersleeve (2014), recomienda las hojas de 150 gramos para obras tridimensionales. Kalle recomienda el manejo de papeles teñidos que tengan un grosor alto, con estas especificaciones la pieza a crear tendrá un mejor acabado y será más resistente. Recomienda comprar papeles de scrapbooking y la Librería Progreso. En cuanto a la paleta de color, es importante experimentar hasta encontrar una combinación que guste.



Fuente: Heilbert, H. (2013) *Playing with Paper: Illuminating, Engineering, and Reimagining Paper*. Quarry Books. 14 pp.

6.7.H ARTISTAS Y DISEÑADORES QUE EMPLEAN LA TÉCNICA

Adobe (2016), menciona que actualmente son más los diseñadores y artistas que emplean la técnica del papercraft. Entre ellos:

Zim & Zou: Según Zim & Zou (2014), es un estudio francés conformado por Lucie Thomas y Thibault. Utilizan una técnica a base de papel, hilo, cuero y madera para generar instalaciones.



Fuente: Zim & Zou. Forest Folks. Extraído el 2 de febrero de : <http://zimandzou.fr/forest-folks>

Mlle Hipolyte: Su trabajo se caracteriza por elementos botánicos y vegetales. Genera selvas tropicales con trozos de papel cortado y animales de la selva.



Fuente: Mlle Hipolyte, Display for Parakian. Extraído el 2 de febrero de : <http://www.hipolyte.com/?portfolio-item=1052>



Fuente: Adobe. (2016). Creative Connection. El papercraft o el arte de construir con papel Extraído el 2 de febrero de 2018 de <https://blogs.adobe.com/creative/es/el-papercraft-o-el-arte-de-construir-con-papel/>



Fuente: Adobe. (2016). Creative Connection. El papercraft o el arte de construir con papel Extraído el 2 de febrero de 2018 de <https://blogs.adobe.com/creative/es/el-papercraft-o-el-arte-de-construir-con-papel/>



Fuente: Mlle Hipolyte, Paper Fox. Extraído el 2 de febrero de : <http://www.hipolyte.com/?portfolio-item=1052>

Tommy Pérez: Es un artesano y diseñador que fusiona el papel y los alimentos para generar interpretaciones artísticas. Sus composiciones se caracterizan por ser vibrantes y coloridas.



Fuente: Adobe. (2016). Creative Connection. El papercraft o el arte de construir con papel Extraído el 2 de febrero de 2018 de <https://blogs.adobe.com/creative/es/el-papercraft-o-el-arte-de-construir-con-papel/>

6.7.1 EL PAPER CRAFT Y LA FOTOGRAFÍA

Gildersleeve (2014), refiere que la fotografía tiene un papel importante en el desarrollo de proyectos con papel. Se usa con el propósito de obtener una imagen que sea aplicable a anuncios y otros medios como revistas, periódicos, etc. En la antigüedad este proceso era muy costoso pero los avances en la fotografía digital han generado la posibilidad de la edición fotográfica en un solo día, generando además piezas para uso editorial y campañas publicitarias.

Arnston (1988), menciona que los diseñadores generan en algunos casos ilustración y fotografía. Las barreras entre la ilustración y la fotografía son menos rígidas. Todo diseñador gráfico debe encontrarse familiarizado con los principios básicos de la imagen, su generación y manipulación.

Voelker (2012), menciona que presentar imágenes limpias, iluminadas y apropiadamente fotografiadas es importante para lo cual es necesario tener en cuenta algunos elementos:

- 1. Luz:** Focos de 200 watts de luz clara. Se necesitaran 3 o dos luces. Una principal, una trasera para suavizar sombras y una tercera luz opcional para bordes.
- 2. Temperatura de la luz:** Utilizar los mismos focos para tener una temperatura igual, en el sentido de luz azul o amarilla para prevenir variaciones en el color.
- 3. Modificadores de luz:** El papel calco funciona como modificador, este difunde la luz y genera un efecto para suavizar sombras. Par obtener efectos diferentes puede experimentarse con papeles de colores, aluminio o papel oro.

- 4. Mover la luz:** Encender la luz y moverla al rededor del objeto para obtener resultados interesantes.
- 5. Trípode:** Mantiene la cámara estable y permite un enfoque preciso. Si es disparado a una velocidad de obturación de 1/150 puede dispararse con la ayuda de la computadora de mano sin embargo será difícil enfocar especialmente en primer plano.
- 6. Cámara:** Capturar imágenes en RAW para tener mayor control sobre la imagen.
- 7. Telón:** Utilizar un color de fondo neutro para que el color que se fotografíe se presente mejor.
- 8. Human Element:** La interacción humana hará de la foto algo más interesante. Si es un poster al tener a una persona sosteniéndolo hará de la foto más acogedora.
- 9. Retoque:** Ajustar el balance de blancos y eliminar elementos.

6.8. MOTION GRAPHICS EN PUBLICIDAD

6.8.A ORÍGENES Y VENTAJAS EN EL MEDIO PUBLICITARIO

La agencia de Publicidad Medya (2017), indica que el Motion Graphics es una de las técnicas que ha tomado más fuerza en el campo de la publicidad durante los últimos años. Motion Graphics proviene del inglés y significa “grafismo en movimiento” puede denominarse una animación gráfica multimedia en movimiento que puede dar lugar a generar la ilusión de 3D a pesar que sea de dos dimensiones. Esto se logra por medio de la inserción y combinación de imágenes, fotografías, títulos, manejo del color y en diseño como tal. Permite generar creaciones ilimitadas debido a la variedad de elementos que pueden combinarse dando origen a piezas publicitarias alejadas de lo tradicional. Por otro lado, la producción disminuye costes sin necesidad de traslado de equipo o personal.

Dereck (2016), refiere que el grafismo en movimiento se ha convertido en la actividad principal en las agencias creativas durante los últimos años. en la década de 1990 la combinación de imagen en movimiento y diseño gráfico fue reducida debido a los altos costos. Sin embargo, fue con el stop motion de Terry Gilliam para Monty Python y los experimentos de disitintos animadores quienes generaron experiencias animadas. Mtv generó una demanda de filmes cortos y extremadamente visuales para acompañar a la música pop del momento y en años posteriores con softwares como Director, Premiere, After Effects contribuyeron al motion graphics. La cual es una disciplina muy reconocida en el diseño gráfico. Algunos estudios como Spin y Why not Associates de Reino Unido, empezaron a ofrecer diseño en movimiento junto a formatos de diseño convencional y dieron lugar a secuencias de títulos, logos móviles, anuncios de televisión.

El motion graphics es hoy en día una actividad central de la mayoría de estudios, es una herramienta de investigación para crear filmes de ambiente que se utilizan para ilustrar conceptos creativos. El sector de la animación sigue expandiéndose con nuevas tecnologías ahora es posible el motion tracking a la animación y la imagen en movimiento.

Lunn (2017), menciona que es un medio brillante para los medios publicitarios e indica ciertas ventajas:

- **Costos Efectivos:** Las producciones no requieren un gran equipo y los gastos no son comparables con una video producción desarrollada por diferentes profesionales.
- **Posibilidades infinitas:** No hay límites, prácticamente todo es posible.
- **Puede ser atemporal:** Puede lograrse una gráfica fresca que fácilmente lucirá actual
- **Engancha:** Es interesante y emocionante puede lograrse la proyección de un mundo en movimiento hermoso.
- **Comunicación Visual rápida:** Algunas industrias como los bancos o procesos relacionados con datos utilizan el recurso para comunicar de una forma efectiva y rápida.
- **Memorable:** Puede causar impacto en una audiencia grande.
- **Rebrand:** Generar una aspecto de actualización que puede refrescar la imagen de una marca.
- **Boosts Sharing:** Es compartido con facilidad mediante redes sociales.

6.8.B ¿CÓMO GENERAR UN RECURSO ANIMADO EFECTIVO?

La agencia de diseño Column (2017), menciona que es importante seguir ciertos pasos para generar un proceso encaminados a animaciones efectivas. Se indican una serie de pasos entre ellos:

Escribir un guion: Debe ser concreto, corto, simple, claro y directo. Se debe preguntar lo siguiente: ¿A quién quiero alcanzar?, ¿Qué quiero que aprendan?, ¿Qué respuesta emocional quiero generar? El motion graphics da lugar a múltiples opciones de comunicación y puede considerarse lo siguiente para contar una historia:

Kinetic text: colocar texto en la animación puede dar lugar a que el espectador preste más atención.

Voice Over: Una voz acompañante es de ayuda para contar una historia sin embargo, es importante encontrar “la voz de la marca”.

Visuals only: Generar una historia únicamente a base de gráficos.

Storyboard y tratamiento visual: El storyboard unifica el guion con las visuales y es de ayuda para visualizar el resultado preliminar. Se menciona que:

“Nuestras sesiones de storyboard comienzan con una lluvia de ideas con miembros de nuestro equipo de diseño y producción. Este enfoque funciona bien para nosotros, ya que reúne al guionista (el productor) y al dibujante del guión gráfico (el diseñador)” (Column, 2017., en red).

Para ello se dibuja por cuadros y se integra el guion para dar lugar a un resultado preliminar.

Animar el diseño final: Se debe combinar cada etapa del proceso para generar una propuesta sólida. Considerando lo siguiente:

Estilo: Debe ser preciso y evitar confundir a la audiencia

Timing: Directo y simple. El objetivo es mantener interesado al público.

Música: Fundamental en la narrativa y aporta tono a la historia.

Sound Effects: No siempre necesarios, dependerá del objetivo de la animación y de los requerimientos de la historia.



1. What is the difference between a retail mall and an iconic destination?



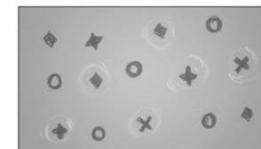
Is it the location? The brands?



The variety of attractions? The ambiance?



2. While all markets are unique, how do you succeed?



How do you define what makes your location shine?



Identifying the key components of the market and analyzing them from the right angles and perspectives...

Fuente: Column (2017). How to Create Compelling Motion Graphics in 4 Steps *Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.columnfivemedia.com/how-to-create-engaging-motion-graphics-in-four-steps>*

Transformar el storyboard en Diseño: Se genera una gráfica que cuente la historia por medio del manejo de elementos gráficos.

“Una vez que tenemos una idea del guión gráfico con bocetos, comenzamos a traducir nuestros guiones gráficos en diseños reales. Todo en esta etapa se usa en el proceso final de animación, por lo que se toma el tiempo para obtener los detalles correctos. Nota: Es de ayuda si la persona que está dibujando los guiones gráficos también está manejando el diseño” (Column, 2017., en red).



Fuente: Column (2017). How to Create Compelling Motion Graphics in 4 Step *Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.columnfivemedia.com/how-to-create-engaging-motion-graphics-in-four-steps>*

6.9 GENERAR UNA PRESENTACIÓN EFECTIVA

Olgín (2011), indica que para llevar a cabo una presentación efectiva es necesario tomar en cuenta a la audiencia. Es necesario informarse con anterioridad sobre el tipo de personas que tendrán acceso a la información para conocer como presentarla. Es necesario además tomar en cuenta los siguientes puntos:

Definir y acotar el tema: Delimitar el tema de manera correcta

Claridad: Mientras más clara sea la diapositiva, más podrá centrarse la atención en lo que queremos.

A mayor texto, menor retención: Incluir poco texto o a manera de viñetas, la presentación debe ser un apoyo al presentador.

Estandarización: Todas las diapositivas deben tener la misma línea gráfica para que esta sea uniforme, coherente y profesional.

Manejo del color: Utilizar contrastes de colores entre el fondo y las figuras, imágenes, texto y demás elementos.

Tipografía: Procurar ante todo la legibilidad

Uso de elementos gráficos: Es importante incluir gráficos debido a que ofrecen un sentido profesional y es de apoyo al contenido. Se recomienda el uso de dos elementos gráficos por diapositiva

Animación de elementos: Para generar dinamismo y lograr el énfasis en los elementos que se requiera.

Avance de presentación: Para indicarle al público cuanto se ha

avanzado en la misma y disminuir de esta manera la desesperación de creer que falta mucho para su conclusión.

6.10 DISEÑO DE RECURSOS PEDAGÓGICOS

Palomo y Sierras (2002), refieren que son aquellas herramientas que son de apoyo para enseñar y facilitar a los alumnos los objetivos de aprendizaje. Estos medios tienen importantes funciones. Entre ellas:

Proporcionar información: De manera explícita

Guiar el aprendizaje

Ejercitar habilidades: Entrenar, exigir respuestas.

Motivar: Despertar y mantener interés. Un buen material debe motivar

Evaluar: Conocimientos y habilidades que se tienen. A través de preguntas

Estos recursos deben seleccionarse en función de:

Grupo: Controlar la homogeneidad o heterogeneidad, número de miembros, características culturales, edad, sexo, etc.

Presupuesto: Evaluar económicamente y el equipo que se dispone,

Tiempo: Proceso de enseñanza-aprendizaje: Evaluar el tiempo del que se dispone para uso y elaboración.

Es importante considerar además: contenido o información, espacio de aula para elaboración, disposición, exigencias para su uso (eléctricidad o alguna condición específica), perspectiva de género.

Moreno (2002), indica que estos materiales pueden ser más efectivos si se toma en cuenta los objetivos del aprendizaje como características cognoscitivas, sociales, culturales y el entorno.

El uso de estos recursos motivan al estudiante y es de ayuda para enfocar su atención, hace posible la manifestación de capacidades, retener y presentar lo aprendido de manera unidimensional, bidimensional y tridimensional. El autor menciona que es importante considerar:

Superficie, información que contiene, tamaño, color. Es importante cuestionar lo siguiente: ¿Qué se quiere decir? ¿Cuál es el objetivo a alcanzar? ¿A quien va dirigido el mensaje? ¿Qué debe decirse? ¿Cómo se comunicará el mensaje?, ¿Cuáles son los costos?

En cuanto a jerarquías: Usar colores contrastantes, fondos planos, formas grandes o pequeñas.

En relación a la imagen: Debe cuestionarse si hace falta su uso, si hay instrucciones o un paso a paso para poder ser clarificado mediante imágenes. Estas tienen la función de explicar, llamar la atención.

Leyva (2015), menciona que en el diseño de materiales didácticos es necesario conocer conceptos de ergonomía cognitiva. Lo que conlleva comprender como el ambiente promueve el aprendizaje a partir de los elementos gráficos.

Según el autor la conceptualización es importante debe definirse

objetivos de aprendizaje, estructuras temáticas e ideas a transmitir de docente a estudiante. No debe anteponerse formas a contenidos educativos. El diseñador debe cuestionarse de qué manera aportará al proceso de aprendizaje y enseñanza. Cuál es el espacio ideal para la imagen, color, tipografía para apoyar a la comprensión.

Los estilos de aprendizaje debe considerar la edad y nivel cognitivo. Ese necesario construir unidades didácticas integrar herramientas.

Diseño Cognitivo: Cañas (2003), indica que la ergonomía cognitiva estudia los elementos cognitivos del diseño de los sistemas de trabajo. Se plantean componentes: el ser humano, artefacto y la organización. Se ha empezado a usar el término diseño centrado en el aprendiz para referir que es importante adaptar las características cognitivas de una persona que esta utilizando el artefacto. Algunas tareas pueden ser exploratorias. El usuario lo utiliza y explora las posibilidades.

Mediación pedagógica: Gutiérrez y Prieto (1999), introducen el tema a partir del manejo del contenido a manera que los recursos pedagógicos se aplican para dar a conocer información de manera accesible, clara y organizándola para el favorecimiento del autoaprendizaje.

El diseño de empaques en el juego y educación: La Revista Punto y Línea (2015), refiere que los empaques pueden comunicar emociones. Cuando se incluye la interactividad y el juego esto puede mejorar el desarrollo intelectual. La creatividad es un elemento relevante en el diseño relacionado con empaques. Un empaque efectivo luce atractivo, impresiona por su funcionalidad y si se quiere conservar.

En el caso de los niños, la intención es atraer la atención y generar la intención de conservarlo. Se debe considerar siempre la funcionalidad, materiales y su transporte.

6.11 PREPARACIÓN DE ARTES FINALES

Sánchez (2013), comenta que en el diseño gráfico y la preimpresión se generan errores a partir de los archivos mal preparados. Debe garantizarse que los parámetros utilizados son correctos y comprobar que todo se encuentra en orden.

El autor enlista recomendaciones usuales para un arte final:

No usar fuentes dudosas: Descargadas de lugares dudosos de internet, algunas de ellas carecen de calidad tipográfica y pueden generar problemas. Hacer click en el ícono de True Type para evaluar que contenga todos los caracteres, acentos y números.

Fuentes tipográficas

No usar fuentes de pantalla o solo de sistema. Que sean disponibles en Microsoft Windows o Macintosh. Verificar que los archivos sean: PostScript tipo 1, OpenType y True Type. En el caso de usar fuentes dudosas puede hacerse comprobaciones mediante ciertas pruebas como abrir el archivo en photoshop y que este no se trastoque es un buen indicador de que es una buena fuente. Es necesario comprobar por otro lado, que las fuentes estén convertidas a trazos. Los trazos dicen bastante sobre la calidad de la fuente. A mayor número de nodos peor su calidad. Es importante verificar que el impresor acepte fuentes True Type.

Si el documento lleva textos, adjuntar el fichero. Si el tipo de documento lo permite, se recomienda incrustarlas estos documentos son ficheros EPS, PostScript o PDF de esta manera se evitará que las fuentes se reutilicen o se viole el copyright. Si son textos cortos es conveniente convertirlos a trazos o curvas, en este caso no es necesario adjuntar el archivo de fuentes.

Imágenes

Las imágenes impresas deben ir como van a ser impresas. Se deben colocar al 100% de su tamaño y en CMYK. Las imágenes que van dentro de otro archivo como illustrator no deben ser giradas en photoshop ya que esto podría sobrecargar la memoria del RIP y generar errores. La resolución óptima es 300 dpi al 100% de su tamaño final. Los formatos de imagen a utilizar son EPS y Tiff. No GIF, Targa, BMP, PNG, PCX, PPT (esta último no es una imagen, a menos de que el impresor lo permita). Puede solicitarse en formatos de Illustrator, InDesign, Photoshop, etc. Los archivos pueden tener una compresión estándar, la compresión LZW es sin pérdidas y JPEG es válida si no ha sido excesiva, si la imagen no será nuevamente comprimida o ampliada. Debe existir un buen motivo para utilizar ese formato de archivo.

Conversión CMYK

La manera ideal de convertir a CMYK es utilizando el perfil del dispositivo para impresión. El perfil deberá incrustarse y asegurarse que todas las imágenes tengan el mismo.

Color

No utilizar colores LAB o indexado ya que no son válidos para impresión o para prensas de litografía offset, o inyección de seis colores. Nunca se utiliza. No utilizar colores spot a menos de que se haya acordado su uso por el impresor. Los colores spot son tintas directas en imprenta. Eliminar muestras de color no usados.

Recomendaciones generales

Eliminar objetos ocultos, capas o canales no usados. Añadir sangrado a los artes, generalmente de 3mm. Acoplar transparencias.

Preparación para envío de archivo

Adjuntar copia impresa con anotaciones mediante un documento PDF o un e-mail. El impresor debe entender el archivo a simple vista. Nada se sobreentiende o es ambiguo. Es importante ser conciso. El documento debe estar ordenado, los ficheros en carpetas lógicas. Si existe un material físico de entrega este debe estar protegido y con las indicaciones pertinentes. Evitar nombres largos y poner extensiones. Nada debe estar duplicado. Se debe comprobar estado del medio por el que se envía, comprobar que funcione. Identificar el archivo y colocar contacto esto puede hacerse mediante el uso de etiquetas.

6.12 OBJETOS DE ESTUDIO

6.12.A FILARMÓNICA DE PARÍS / BETC STUDIO

CB News (2017), detalla los elementos fundamentales en el desarrollo de esta campaña:

Problemática: En enero de 2015, la Filarmonía de París abrió sus puertas con un mensaje de “apertura”, a todas las músicas, a todo público. El año siguiente, el mensaje fue de “Inmersión” que consistía generar experiencias. En el año 2017 La Filarmónica planteó una visión de la música que englobaba esa apertura y la “inmersión” incluyendo un concepto de “música ilimitada”. La misión de la institución consistía en liberar la música de todo lo que limitara su brillo sin un límite en cuanto a género y música o edades. A partir de conciertos, talleres y exposiciones desde los 3 años con tarifas especiales para jóvenes. Esta perspectiva llevó a la Filarmónica a un punto generoso y abierto.

Adtasher (2017), menciona:

“La institución espera derribar las barreras entre los diferentes estilos musicales y sus audiencias. Con una acústica excepcional, programación internacional, nuevos tipos de conciertos y talleres interactivos, promete atraer incluso a los amantes de la música más exigentes, sin mencionar a los aficionados y las familias por igual” (Adtasher, 2017., en red).

Respuesta Creativa: La agencia BETC se atreve a proponer a la glotonería. Una relación forzada entre la comida y la música. La campaña dirige a un apetito por la música, en una estética pop, sorprendente, amistosa y accesible. Una pasión devoradora. Se presentan las notas del piano a modo de papas fritas, cables

a modo de espaguetis, un violín de crema de helado. De esta manera la filarmónica devora a la música.

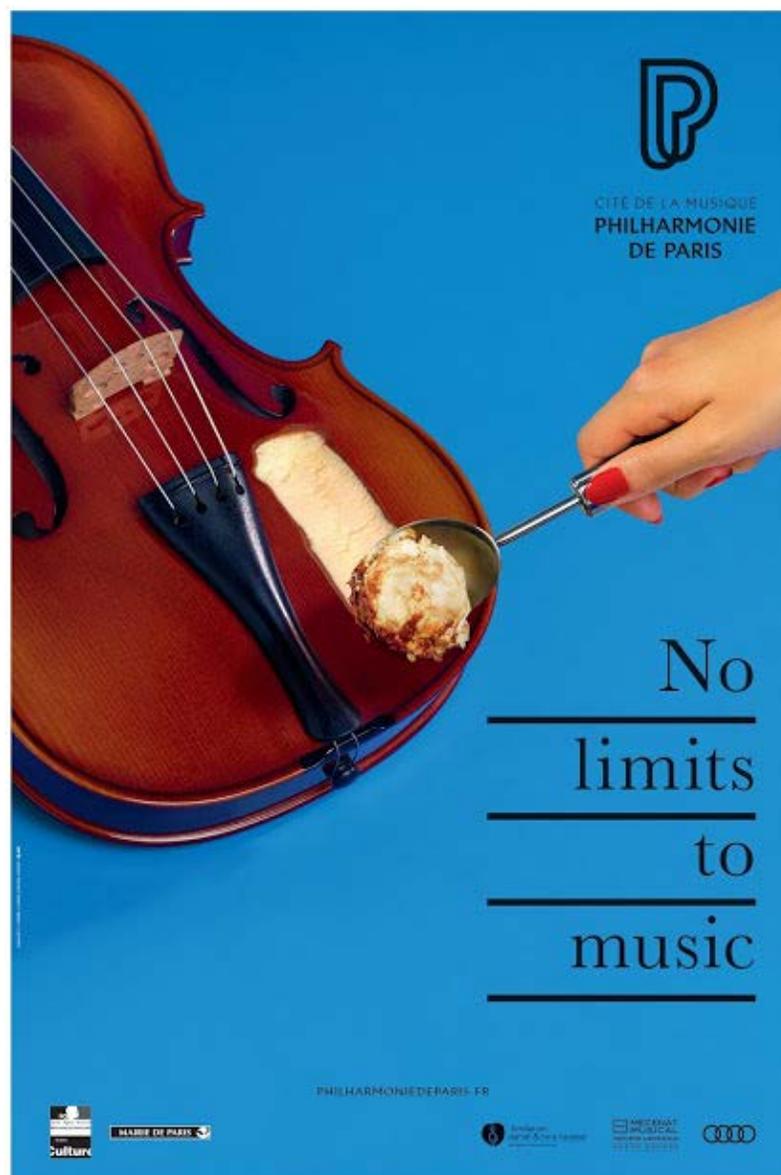
Concepto: “Sin límites en la música”

Locación: Destinada a ser colocada en la región de metrobús en París, para ser lanzada en forma de GIF para web a partir del 13 de septiembre de 2017 en una campaña de un mes.

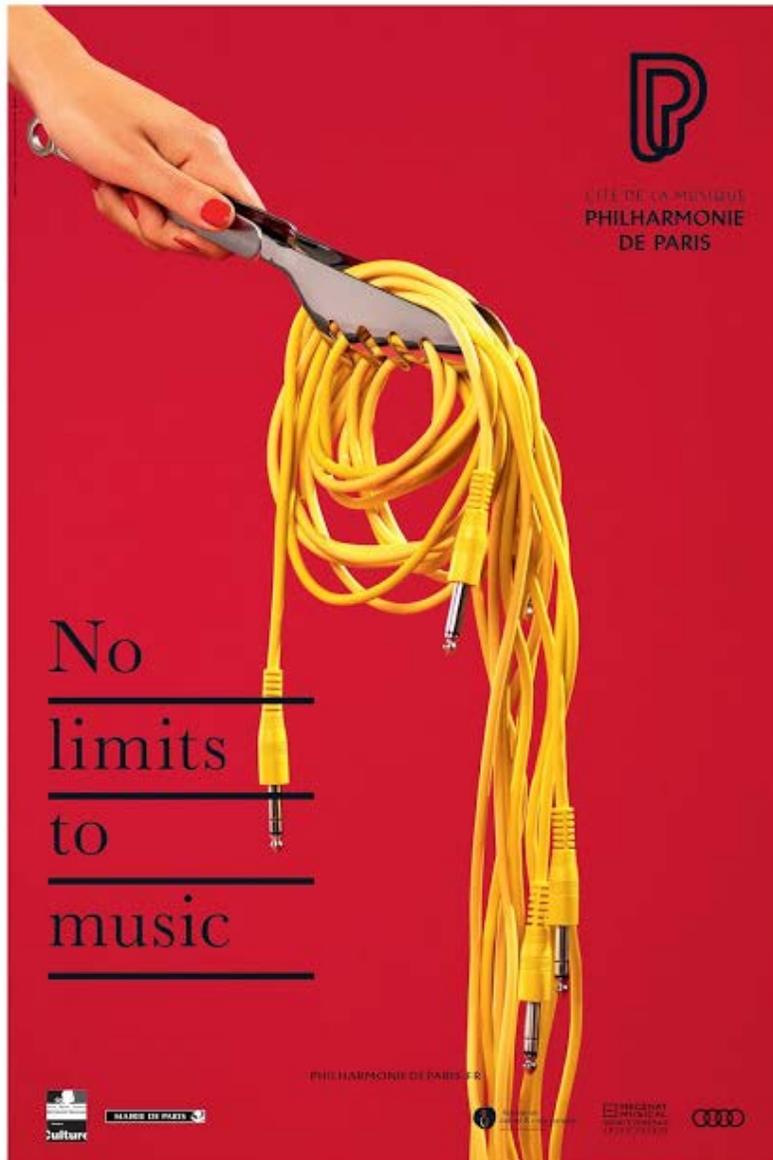
Agencia: Betc, París

Créditos: Según AdTasher (2017):

- Agency Management: Catherine EMPRIN Isabelle PICOT, Peter Feurmour
- Chief creative officer: Rémi Babinet
- Creative directors Francis de light, Natalie Dupont
- Art director: Nicolas Prado
- Copywriter: Clara La Fuente
- Art director assistant: Audrey Coffignot
- Traffic: Elise Herfort / Art Buying Christine LeFers
- Photographer: Paul & Martin / Print Producer: Florence Douaud
- Date realease: 13.09.17



Página 89 y 90 / Fuente: CBNews (2017). La música sin límites. Extraído el 9 de febrero de 2028 de <http://www.cbnews.fr/hit-parade/la-musique-sans-limites--a1037902>



6.12.B ANÁLISIS GRÁFICO / FILARMÓNICA DE PARÍS / BETC STUDIO

Las piezas fueron analizadas según la guía de observación, detallada en el (Anexo 6.1).

Elementos gráficos:

Color:

Semiótica: Los afiches generados poseen colores primarios con un alto grado de saturación, podría encajarse bajo la clasificación de colores esquemáticos. El manejo del color favorece a su reconocimiento a larga distancia. La campaña fue colocada en el metrobús por lo que es una zona de gran concentración de personas y de rápida locomoción.

Connotación: Vitalidad, digestivo, comestible

Función: Persuasiva.

Expresión: Dinámica vibrante.

Formato: Vertical, impreso y digital.

Función: Legibilidad, ergonomía.

Expresión: Funcionalidad, digestivo, vigoroso.

Piezas: Afiches.

Función: Informar, persuadir.

Expresión: Interactividad por medio de su versión en gif.

Tipografía: Uso de tipografía serif para el titular de gran tamaño. El tamaño de los titulares poseen el indicado para ser visualizados a una distancia de 1.50 metros. El color favorece a la legibilidad. El balance imagen y texto se encuentra equilibrado, el copy es de apoyo a la imagen.

Función: Comunicativa, dar a conocer de que se trata el evento.

Expresión: Rígida, directa y balanceada.

Ejes y retícula: Presencia de ejes verticales que estructuran el contenido.

Tipo según autores: Se hace presente una estructura de retícula columnar, la cual permite estructurar el contenido y generar intervalos verticales que permiten disponer del espacio y los elementos en tres columnas, Timothy (2002).

Función: Estructural, generar jerarquías y puntos focales.

Expresión: Esquemática y organizativa.

Diseño de cartel publicitario

Discurso y mensaje: A través de una gráfica llamativa la imagen generada da lugar a signos que deben ser decodificados e interpretados por el receptor. El manejo de la fotografía y signos visuales presentes en los carteles dan lugar a una imagen no convencional y genera connotaciones mediante la relación forzada de la música y la comida.

Uso de retórica: La gráfica hace uso del lenguaje figurativo a nivel de la imagen y explícito a nivel textual, lo que da lugar a su comprensión inmediata.

Uso del copy publicitario: El copy de “No limits to music” es una frase corta, fácil de recordar que apoya de igual forma a la gráfica.

Ilustración: Las piezas realizadas llaman la atención mediante el manejo y tratamiento de imagen a partir de una gráfica no convencional y manejo de retórica. La retórica apoya al concepto,

Técnica: Análoga digital uso de elementos que surgen a partir de una relación forzada entre la comida y la música. Presencia de elementos cotidianos con los que el grupo objetivo puede conectar.

6.12.C PRIMAVERA DE PÉROUGES 2017 / GRAPHEINE STUDIO

Problemática: Grapheine (2017), menciona que Printemps de Pérouges (Primavera de Perunia) es un festival de música electrónica, proveniente de la asociación con la fragancia de “Flower by Kenzo”. La agencia a generado su imagen desde el 2012 a base de “jardines de papel”, ensaladas de frutas, y junglas.

Primavera de Pérouges, generó la edición 2017. El festival tiene una trayectoria de más de 5 años.

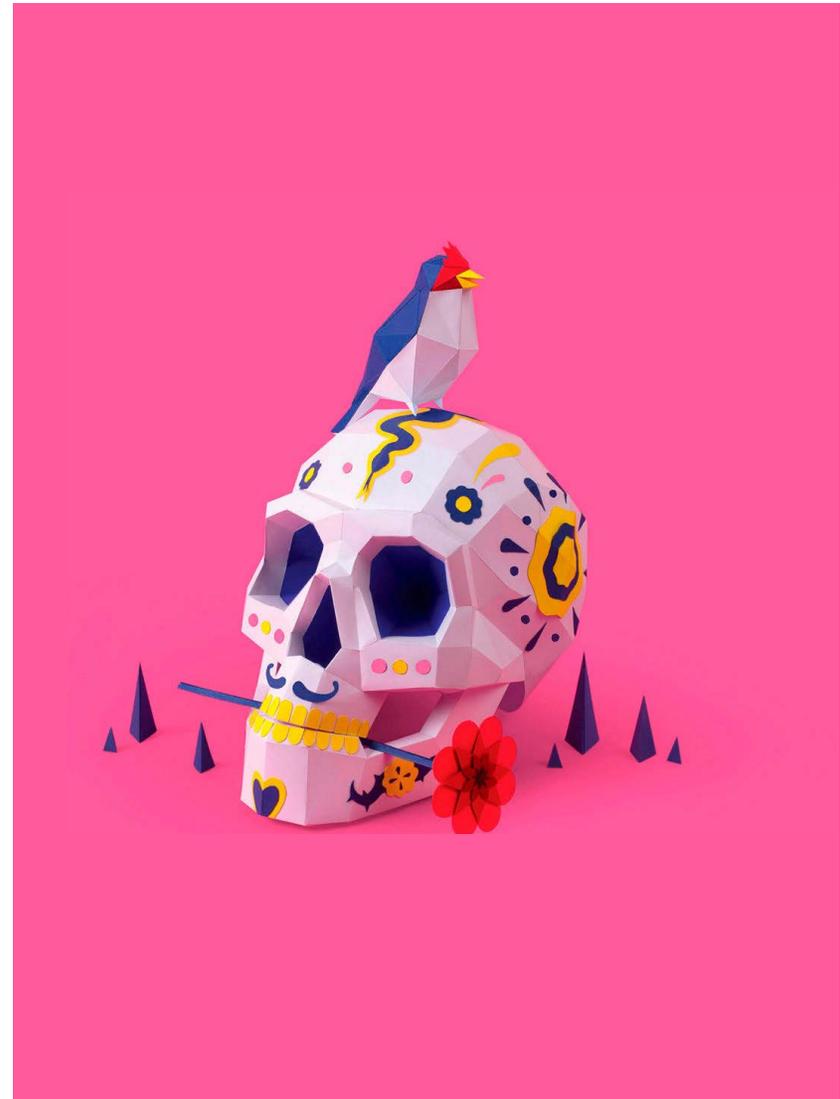
Respuesta creativa: A partir de la técnica del paper art, se generó un concepto de amor a la muerte y amor para la vida. Para esta edición se experimentó con el paper art a partir de un feel de mexican rock’n girly.

Concepto: Amor a la muerte y la vida.

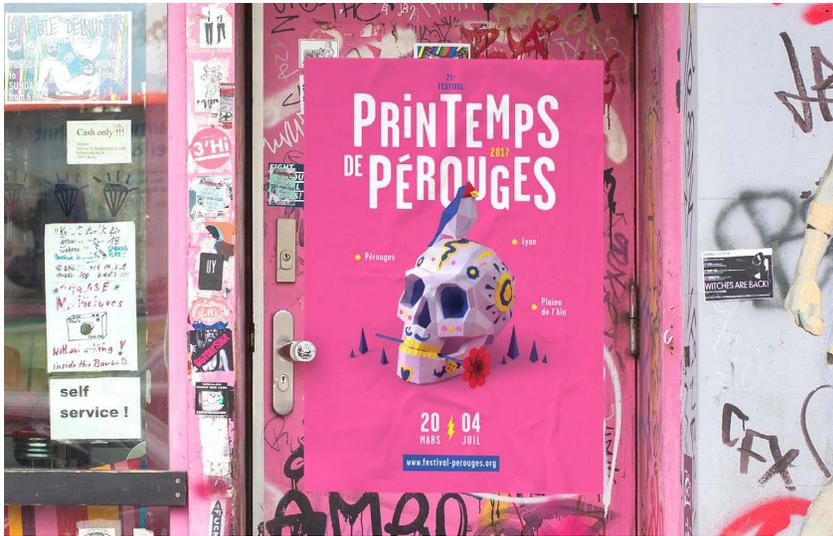
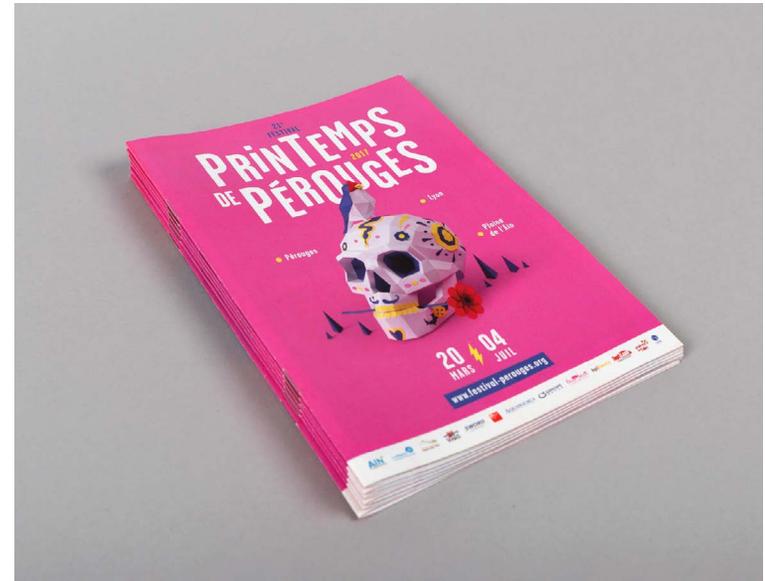
Agencia: Grapheine, París.

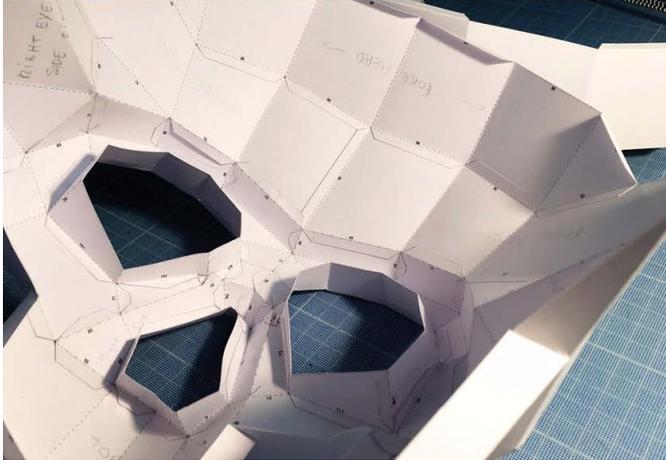
Créditos: Creativo de la edición 2018:

Jonás, según Grapheine (2017).



Página 92 - 94 / Fuente: Grapheine (2017) Printemps de Pérouges 2017 Extraído el 9 de febrero de <https://www.grapheine.com/portfolio/printemps-de-perouges-2017>





6.12.D ANÁLISIS GRÁFICO / PRIMAVERA DE PÉROUGES 2017 / GRAPHEINE STUDIO

Las piezas fueron analizadas según la guía de observación, detallada en el (Anexo 6.1).

Elementos gráficos:

Color:

Semiótica: Por medio de una paleta de color saturada y vivaz se representa el concepto establecido por la agencia y el sentido al estilo: “mexican rock’n girly.” Siendo además una paleta de color fantasiosa.

Connotación: Vida, fiesta, diversión.

Función: Llamar la atención, persuadir.

Expresión: Dinámica.

Formato: Vertical, impreso y digital. Afiches y adaptación de imagen a revistas impresas. Manejo de piezas audiovisuales y stop motion.

Función: Informar.

Expresión: Dinámica.

Piezas: Afiche.

Función: Informar sobre el evento y persuadir.

Expresión: Llamativa y dinámica

Agenda de concierto

Función: Informar sobre horarios y contenido.

Expresión: Llamativa y estructurada.

Tipografía: Posee una tipografía san serif de un buen tamaño en el afiche. El color de la tipografía sobre un soporte de un color contrastante favorece a su legibilidad.

Función: Comunicar evento.

Expresión: Dinámica, juego de ejes.

Ejes y retícula: Presencia de ejes verticales, se evidencia el punto focal al centro del cartel, siendo este el elemento ilustrativo, la calavera. Ejes verticales y horizontales que permiten generar puntos de interés en la lectura.

Tipo según autores: El material impreso como el desplegable presenta una estructura columnar de 2 columnas, basándose en Timothy (2002). En el caso del afiche se evidencia bloques jerárquicos de información, el titular, ilustración y otro segmento para datos puntuales del evento como el día y la hora.

Función: Estructural.

Expresión: Dinámica, jerárquica.

Diseño de cartel publicitario

Discurso y mensaje: Balance entre los elementos. La tipografía debido a su color y contraste sobre el fondo posee un peso visual alto. En la publicidad las frases cortas son muy importantes para lograr memorabilidad. La imagen ilustrativa habla más que el texto, el cual únicamente posee el nombre del evento.

Uso de retórica: Por medio de una imagen conceptual basado en las raíces mexicanas se da lugar a una gráfica, que activa mecanismos de memoria que logra la persuasión. A través de una imagen y técnica no convencional se logra llamar la atención y generar impacto.

Uso del copy publicitario: Carece de un copy, se basa en el valor de la memorabilidad del evento el cual es anual.

Ilustración: La gráfica generada para el evento es no tradicional busca además transmitir un mensaje mediante un estilo específico.

Técnica: Análoga digital. El papercraft consiste en transformar el papel en un objeto tridimensional. Esto por medio del diseño de troqueles que dan lugar a figuras en su armado.

6.13 EXPERIENCIAS DE DISEÑO

Según entrevista aplicada a Kalle Medrano, (Anexo 4.1).

Proyecto: Paper Toys

Diseñador: Kalle Medrano, Guatemala. Modelo 3D Eduardo López, México.

Concepto: Robot Kiddo.

Contexto: Se planteó construir una serie de personajes en papel, los cuales tuvieran motricidad y pudieran integrárseles ítems

Proceso de creación: El concepto de los personajes robóticos con esencia de un niños (kiddo) fue creado por el artista 3d mexicano Eduardo López (Lalo). Luego de ver su trabajo Kalle tuvo la iniciativa de de darles vida y traerlos a la realidad en una forma artesanal y llamativa.

Su papel en el proceso fue buscar una manera eficiente para la elaboración en papel de estos personajes, la cual incluye buscar mecanismos que ayuden a la motricidad de estos mientras Lalo se encargó de la creación de ellos digitalmente.

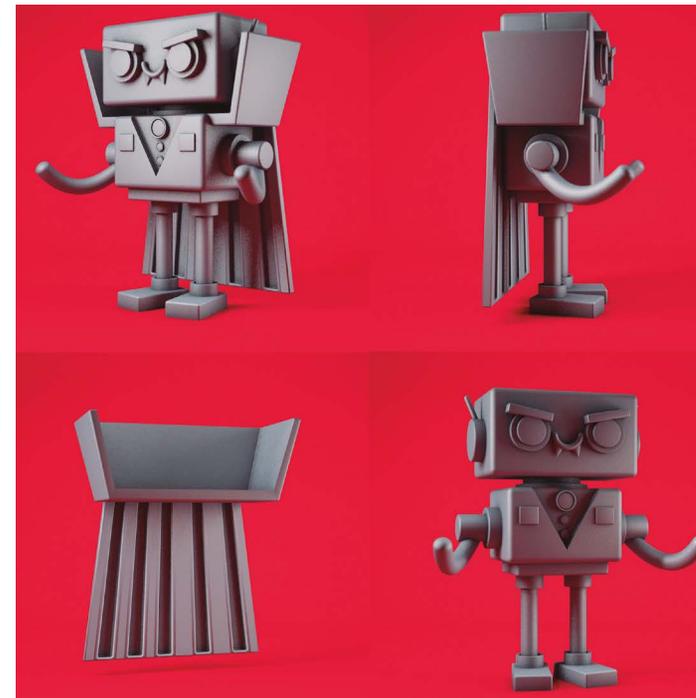
Para su elaboración tridimensional en papel se consideró lo siguiente:

1. Se estudió la forma y estructura (formas geométricas, (medidas, colores, motricidad) de los personajes que se producirán en papel.

Paleta de color:



Prototipo:



Fuentes: Proporcionado por Kalle Medrano vía correo electrónico.

2. Elección de tipos de papel, colores y otros materiales como imanes que sirven para crear mecanismos en las piezas.
3. Luego de esto la producción (dibujar, cortar y pegar).

Oportunidades en su realización: Sugestionar a las personas al ver que es posible hacer infinidad de cosas utilizando únicamente papel.

Dificultades: Por el momento ha habido una buena aceptación. El grupo objetivo a reaccionado de buena manera al descubrir que el papel tiene múltiples posibilidades de uso y es muy versátil para la creación de cualquier proyecto.

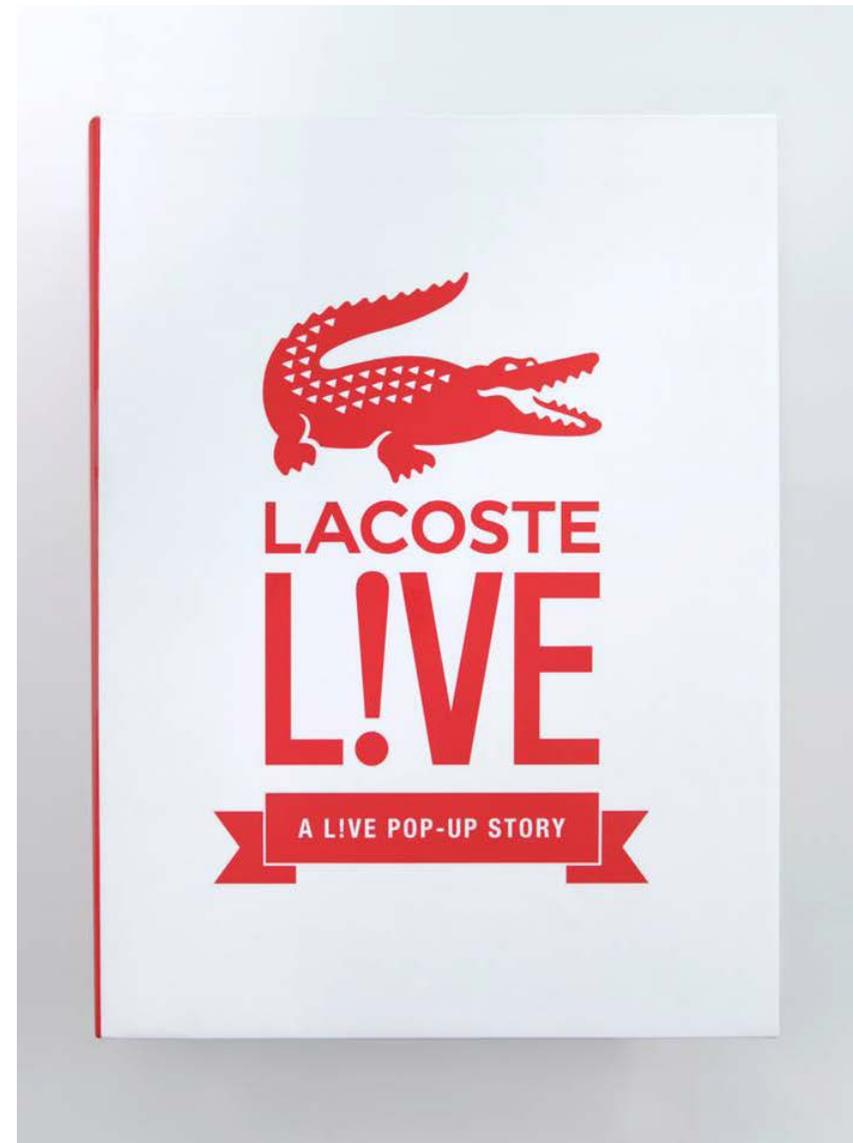
Proyecto: Lacoste L!VE fragrance

Diseño en papel: Ink Studio - inkstudio.be/

Agencia creativa: Wildvertising - wildvertising.be/

En qué consiste: De acuerdo a Behance (2014), y Étapes (2014), consiste en una historia Pop-up creada para celebrar el lanzamiento de la nueva Lacoste new Lacoste L!VE fragrance. Consiste en un libro hecho a mano que explora el universo del producto, el signo del cocodrilo revela el producto en 24 páginas. Mediante un juego de papel efectos utilizados en libros infantiles.

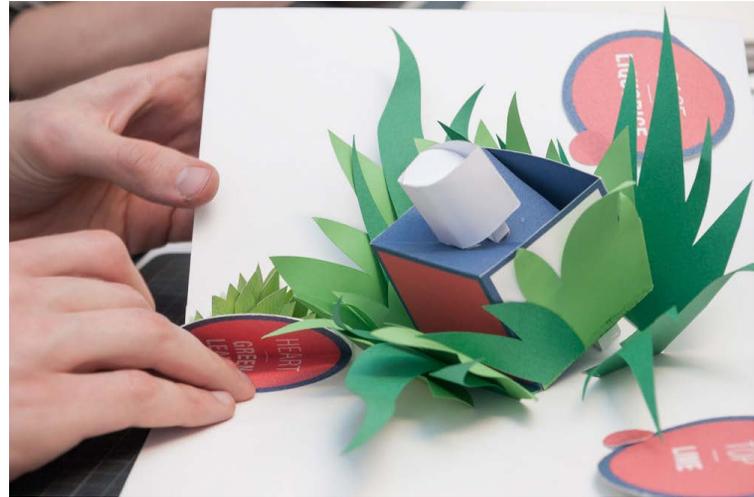
Paleta de color:

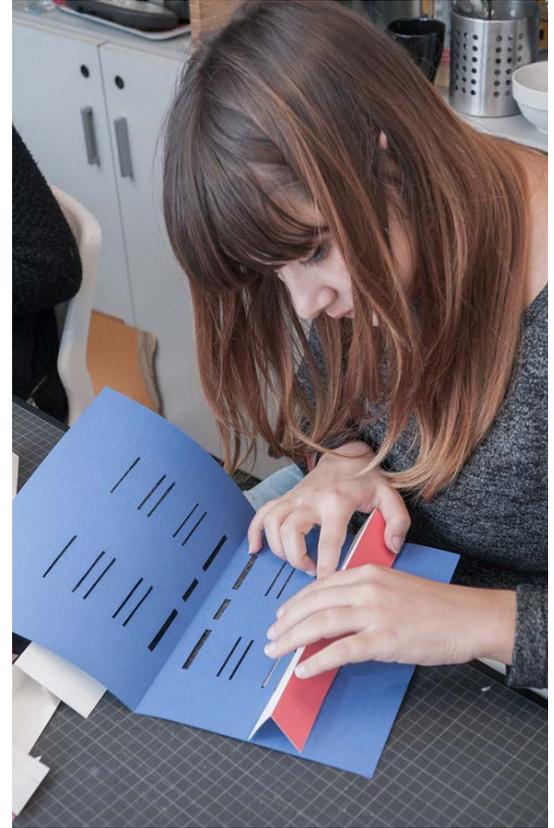


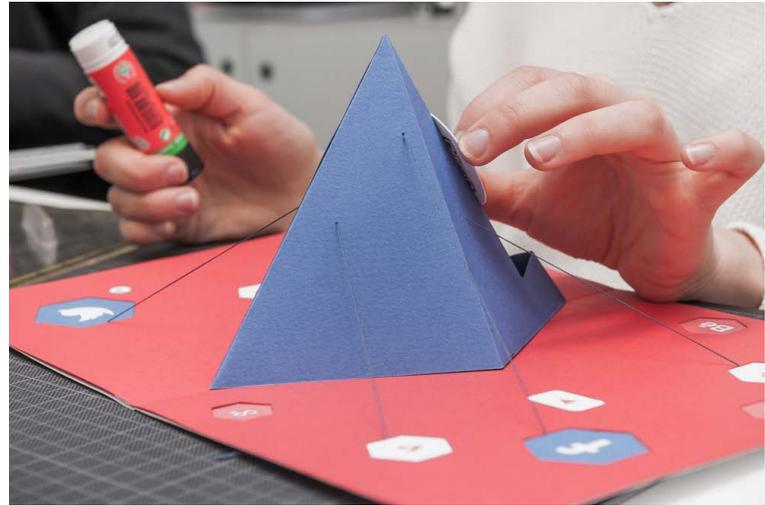
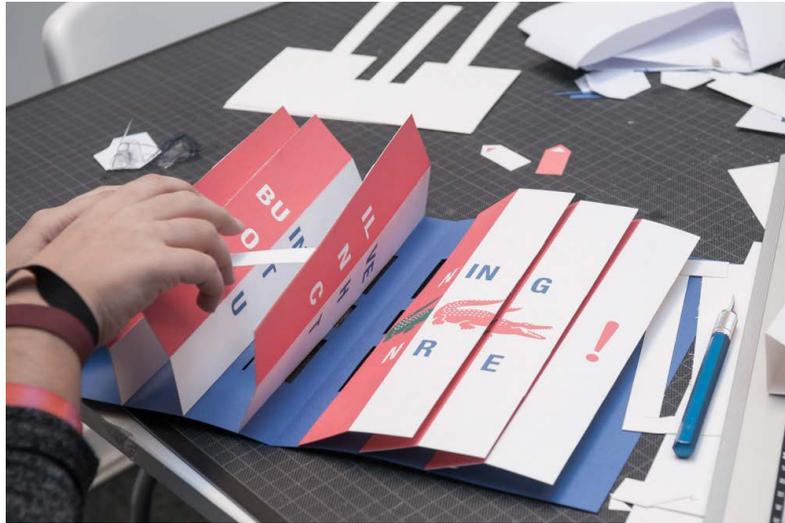
Fuente: Wildvertising. (2014) extraído el 9 de febrero de: <https://www.facebook.com/Wildvertising/>

<p>A FAIRE!</p>	<p>A FAIRE</p>	<p>A FAIRE!</p>	<p>A FAIRE!</p>	<p>QR CODE</p>
<p>• UNEXPECTED YOU'RE</p> <p>(funky - jeux - colore - masculine pk pas encois de bout + comme à pêche</p> <p>COMPLEXE</p>	<p>• EDDY URBAN + I want to create my own party</p> <p>77 ou () 77 half pipe</p> <p>COMPLEXE</p>	<p>• REINVENTING THE FUTURE accordéon idée: passé + future</p> <p>Divare à venir</p> <p>SIMPLE</p>	<p>• THE LIVE MAN</p> <p>(mud) (facette), culture, vision, MOTS URBAIN, START CHOSEY, SOCIAL, FUN HARDWORKING, CULTURAL SELF-CONFIDENT.</p> <p>COMPLEXE</p>	<p>• DIGITALLY OVER CONNECTED</p> <p>vis. Iphone (OK client) Apné sur Ecran, usage au outre. 1 QR code + des textes qui débloquent</p> <p>SIMPLE</p>
<p>?</p> <p>COMPLEXE</p>	<p>OK</p> <p>COMPLEXE</p>	<p>OK</p> <p>SIMPLE</p>	<p>COMING SOON</p> <p>COMPLEXE</p>	<p>COMPLEXE</p>
<p>• MORE THAN A FRAGRANCE... A MOVEMENT... YOUR MOVEMENT</p> <p>idées: Catatana ou petites pléches instant à penser au mouvement</p> <p>SIMPLE</p>	<p>• PACKAGING! (Rien à moter ent) Pas de vent de fond mais peut-être les feuillages + rond</p> <p>• Les 2 ronds = citron et réglisse mû fermé!</p> <p>COMPLEXE</p>	<p>• CINEMA (Rien à moter) + pop corn + cornette à parti</p> <p>COMPLEXE</p>	<p>• COMING SOON</p> <p>Escalier centrale POPUP + petite escalier plécheres</p> <p>SIMPLE</p>	<p>AVOIR + Waterca / barres et case (cfr: Budget)</p>

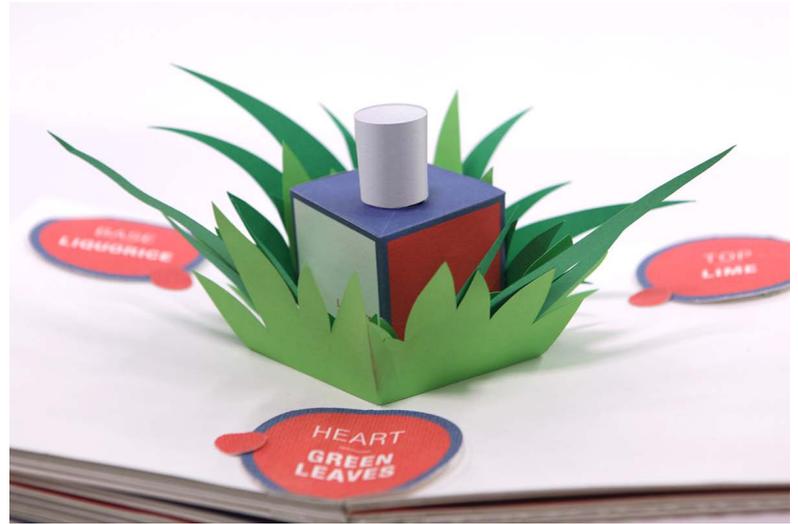
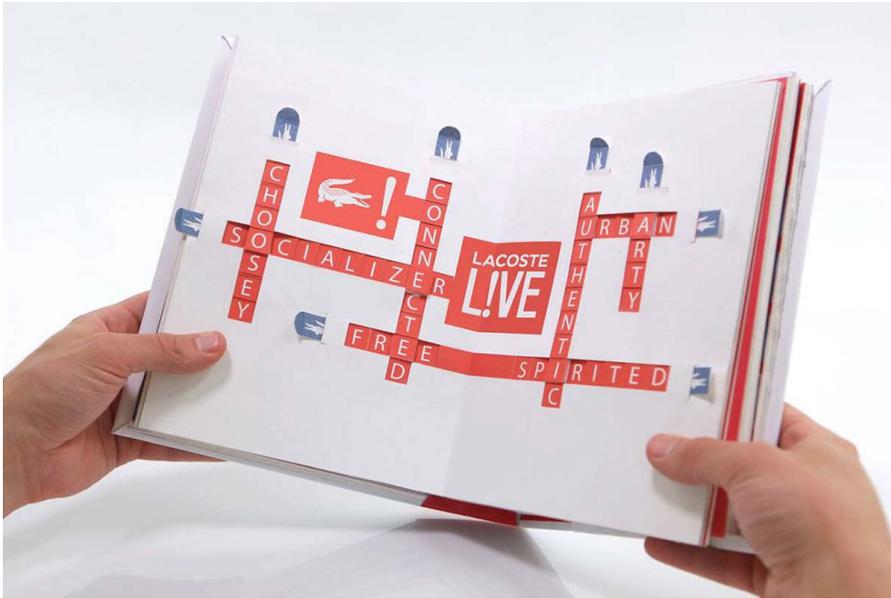
PÁGINAS100 - 105: Fuente: LaCoste LIVE Fragrance. (2014). Extraído el 9 de febrero de 208 de <https://www.behance.net/gallery/20127001/Lacoste-LVE-fragrance?>











Según Papier Machine (2018).

Proyecto: Papier Machine

Diseñadores: Papier Machine: París. Raphael, Marion y Agnes (Pinaffo Pluvinage Studio)

En qué consiste: Es un juguete de papel electrónico, interactivo. Contiene 6 juguetes electrónicos. A través de él puede generarse diversos dobleces, colores y construcción de juguetes. Consiste en circuitos electrónicos impresos en tinta plateada. Esta tinta conduce la electricidad generando sonidos.

Posee una serie de juguetes sonoros:

Piano: Todo instrumento debe ser afinado. Los tonos se determinaron a partir de zonas de grafico dibujadas. El grafico funciona como conductor completando un circuito y generando sonido. Dando lugar a múltiples oportunidades.

Giroscopio: El acero conduce electricidad. La canica de acero conecta dos partes del circuito. Al inclinar la hoja, el mármol rueda y genera un sonido intenso.

Pista de juego: La gravedad genera que la canica se dirija hacia abajo. Las zonas de grafito cierran el circuito y produce sonido, convirtiéndose en una partitura.

Sensor de viento: El viento y la respiración genera que las franjas de plata tengan contacto, cerrando de esta manera el circuito. Depende de la cantidad de aire y la ubicación.

Pista de escritura: Se agita la hoja y se genera fuerza centrífuga que sostiene la canica hacia los lados. Las notas suenan cuando

esta cruza desde las líneas delgadas a las gruesas de grafito.

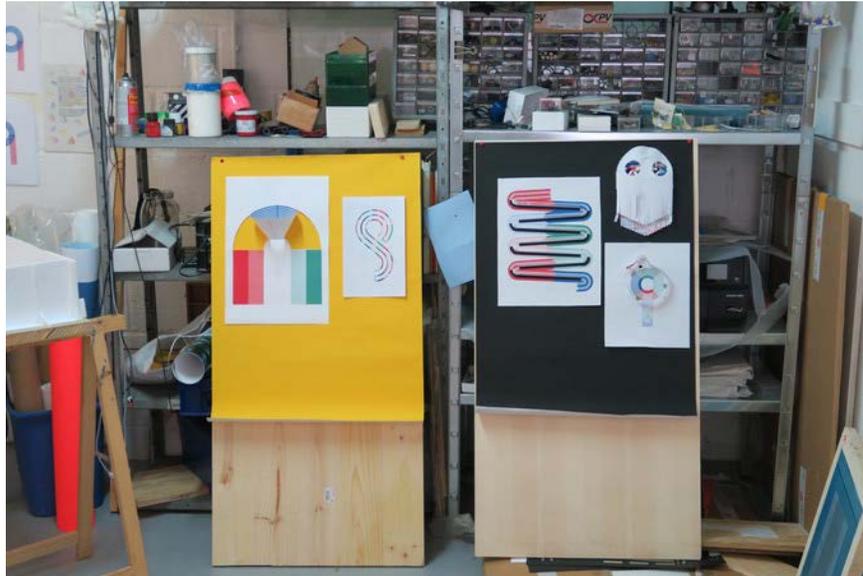
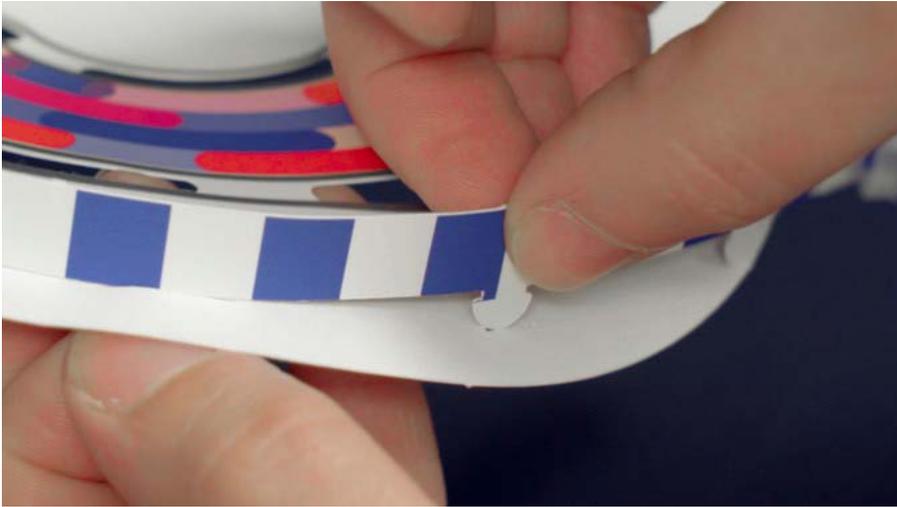
ilt Switch: El mármol se encuentra en el fondo de una base inestable. Cada forma es gradualmente llenada, cuando el equilibrio se pierde la canica empieza a rodar y al cruzar las zonas de grafito genera sonido.

Proceso de creación: Consistió en un proceso de tres años a través de pruebas electrónicas, prueba y error para determinar que los jugos funcionaran. Se tomó en cuenta como generar circuitos y la conducción eléctrica a partir de tinta. Dando lugar a un libro de 6 juguetes de papel sonoros. Busca generar experiencias y estimular la creatividad.

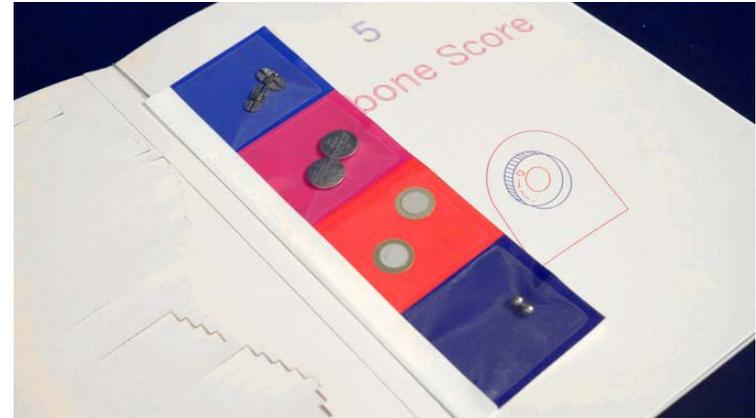
Se generó un prototipo inicialmente, exhibido en el Museo de las Artes Decorativas de París. A partir de ello el proceso de producción fue mejorado. Se generaron diversos prototipos para pruebas y garantizar la minimalización de errores.

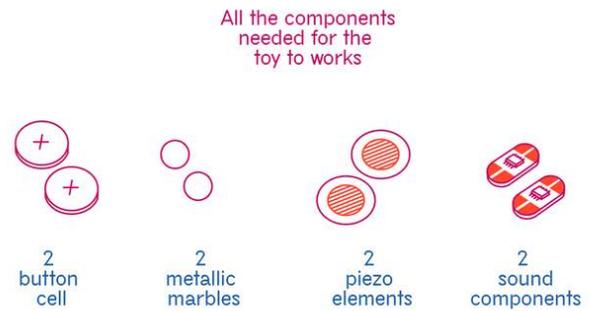
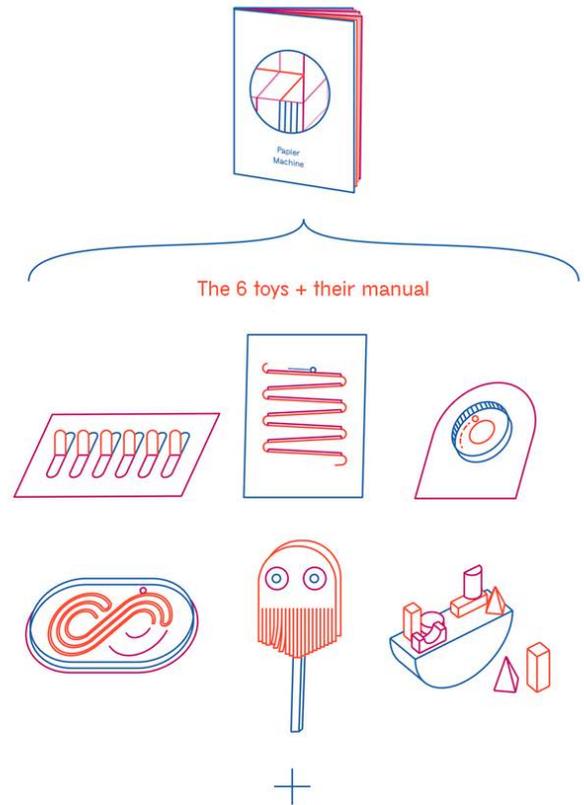
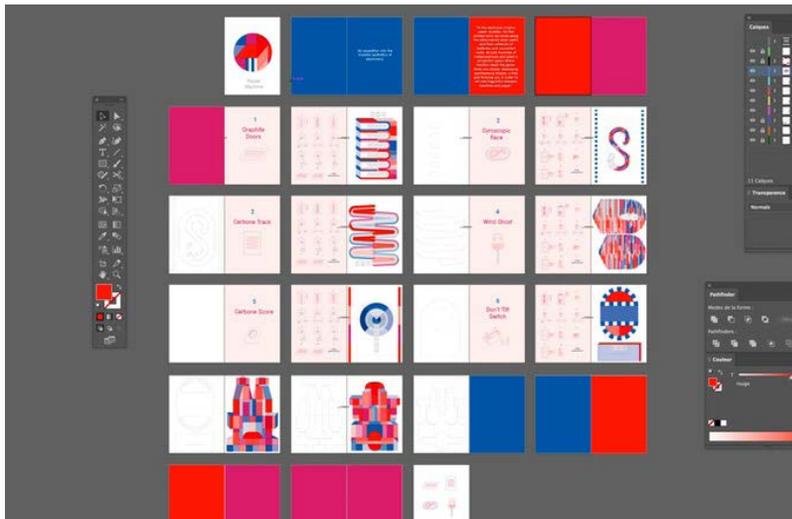
Los diseñadores Raphael y Marion han gestionado proyectos desde la creación y producción. La diseñadora con conocimientos en música y diseño social Agnes aportó las habilidades necesarias para dar origen en conjunto a Papier Machine.

Actualmente el proyecto necesita financiamiento para su reproducción adicional se tiene planteado diseñar otros volúmenes del libro con distintas temáticas.



PÁGINAS 100-102: Fuente: Papier Machine (2018), Kickstarter. *Extraído el 9 de febrero de <https://www.papiermachine.io/>*







7. COMPRENSIÓN DEL **GRUPO OBJETIVO**

GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DISEÑO

7.1 COMPRENSIÓN DEL GRUPO OBJETIVO / PRIMARIO

El Sistema de Orquestas de Guatemala desarrollará la temporada de conciertos didácticos dirigidos a colegios de la ciudad de Guatemala de nivel socioeconómico alto y medio alto. Debe incentivarse a la directiva de dichos colegios y a padres de familia a la asistencia de los conciertos. Por lo que el grupo objetivo se dividió en primario y secundario. Siendo el primario conformado por directivos o docentes y padres de familia, adultos conformados entre las edades de 35 a 55 años. Para realizar este análisis se empleó la técnica de **entrevista estructurada**. La cual según Salsas Etnográficas (2014), en entablar una conversación con base en las preguntas escritas en el guión. Pretende conocer la opinión del entrevistado hacia ciertas temáticas.

La técnica permitirá conocer como reacciona el grupo objetivo primario ante el material de SOG así mismo podrán ser evidentes sus reacciones ante lo que la organización desempeña. Se busca que las respuestas sean totalmente espontáneas. Esta permitirá obtener información sobre la percepción del material e identificar las carencias con el objetivo de mejorar esos puntos débiles y generar un material que comunique de mejor manera. Se llevará a cabo además, una segunda fase en donde se realicen preguntas puntuales sobre la organización y la conexión emocional que tiene el G. O con la música.

Esta técnica fue aplicada a una muestra seleccionada y previamente segmentada al nivel socioeconómico medio alto y alto de 3 directivos/docentes (Anexo 7.1) y 5 padres de familia. (Anexo 7.2) se establecieron los perfiles que se presentan a continuación:

Luego de haber definido el grupo objetivo primario se dispuso a crear un perfil de los directores o docentes y de los padres de familia. En base a la información obtenida en los anexos descritos.

Directores / Docentes:

Edad: 35-55 años

Intereses: Personas cultas, nivel socioeconómico medio-medio alto. Tienen un amplio conocimiento musical, cultural y académico, les interesa la intelectualidad, son también padres de familia.

Características principales de personalidad: Son personas críticas, objetivas y sistemáticos. Evalúan en torno a las posibilidades, les importa el contenido y también la forma. Evalúan el factor económico.

Padres de Familia

Edad: 28-45 años

Intereses: Aprendizaje efectivo en sus hijos, desarrollo de competencias y juicio crítico.

Características de principales de personalidad: Cuestiona el por qué de las cosas. Es estructurado y exigente. Evalúa el contenido en congruencia con lo que se ofrece. Es escéptico ante lo que no está concreto.

A partir de la información recabada a través del instrumento aplicado se definieron los siguientes perfiles:

7.1.A PERFIL GEOGRÁFICO

Conformado por personas que residen en la región metropolitana de la Ciudad de Guatemala en su mayoría zona 10, 14, 15 y Carretera al Salvador.

7.1.B PERFIL DEMOGRÁFICO

De acuerdo a Prodatos (2016), el nivel socioeconómico alto (A. B1, B2). Es el nivel socioeconómico con mayores recursos (1% de la población). Viven cómodamente con pocas limitaciones. Representa un porcentaje pequeño de la población, sin embargo, es un porcentaje importante en el gasto nacional. Siendo este el 11%. Con un ingreso familiar de Q. 125,000- Q.75,000 - Q45,000 mensuales.

El nivel medio en su subdivisión, nivel medio alto (C1) vive cómodamente con pocas limitaciones, adecuamiento y lujos masificados. (22% de la población). Con un ingreso familiar de Q.28,000 mensuales.

Las personas que se encuentran en este nivel socioeconómico viven en casa propia o departamento con 4 personas por hogar. Poseen todas las facilidades en cuanto a tecnología. Son activos físicamente.

Graduados universitarios y grados avanzados. Bilingües, propietarios y empresarios. De acuerdo a los resultados del instrumento aplicado (Anexo 7.1 y 7.2) están conformados en las edades de 35 a 55 años. Poseen una vivienda con todos los

servicios y empleada doméstica poseen vehículo propio.

7.1.C PERFIL PSICOGRÁFICO

El grupo objetivo de acuerdo al instrumento aplicado posee un juicio crítico muy desarrollado tienen interés principal de aprendizaje efectivo de sus hijos. Buscan que la información que se les brinda sea directa y concisa evade todo aquello que sea redundante o no tenga un enfoque concreto. Se caracterizan por la exigencia.

Tienen un alto interés en el desarrollo de competencias en sus hijos como el trabajo en equipo, tolerancia y compromiso. Considera que la formación musical es algo que ha sido descuidado por la enseñanza tradicional y que es importante tomarla en cuenta para el desarrollo cognitivo de sus hijos. A pesar de esto un grupo considera que la formación en ciencias básicas es mucho más importante para el desarrollo profesional.

Los directivos y docentes consideran que es sumamente importante la apreciación musical que también es un medio para el fomento de la cultura y crecimiento personal. Se menciona que es importante el apoyo para estos espacios. Resalta lo siguiente:

“La tendencia actual es a crear técnicos o sea no importa por qué se ha formado una ciencia, importa que la ciencia sea práctica” Los jóvenes son tecnócratas, en las artes el problema es que no produce económicamente y se le ha dado importancia a otros ámbitos, hay que proporcionar espacios para el talento” (Gustavo Sánchez, Anexo 7.2).

El grupo objetivo posee un interés por la música y le evoca recuerdos relacionados con la infancia o familiares que tenían una relación profunda con la música. Algunos padres practicaron algún

instrumento o tuvieron formación musical cuando eran jóvenes y la música representa un elemento fundamental en el día a día. También fue recurrente los recuerdos de la juventud, sobre todo en la adolescencia. La música posee una conexión emocional. Suelen escuchar música romántica, salsa, instrumental, jazz y ópera.

Tienen un interés por los proyectos sociales debido a que es importante promover proyectos que favorezcan a combatir la segmentación. En una sociedad desigual la solidaridad es un valor que hay que considerar.

Por otro lado se mencionó que es importante los espacios para jóvenes en donde puedan encontrar vocaciones y sensibilidades, debido a que el tiempo que se le dedica a la formación artística ha reducido según el pensum escolar actual.

PERCEPCIÓN VISUAL DE LA MÚSICA

Morán (2009), indica que cuando se escucha música existe una correlación con una serie de procesos físicos, fisiológicos y sociales que se vinculan a la experiencia y estado emocional, evocando recuerdos. Según el instrumento aplicado, el grupo objetivo identifica los colores según el género musical. En el caso de la música clásica existe una tendencia de la selección de colores pastel poco saturados, mientras que en otros géneros más enérgicos, los vinculan con colores con mayor saturación. Se indicó que el tipo de música evoca diferentes sensaciones. Unas más estridentes y otras más serenas. Relacionan imágenes literales con la música especialmente aquellas con la presencia de instrumentos y músicos.

7.2 COMPRENSIÓN DEL GRUPO OBJETIVO / SECUNDARIO

Los conciertos están dirigidos a niños de primaria 1º. a 4.º primaria siendo estos el grupo objetivo secundario quienes tendrán contacto con el material y asistencia al concierto, posterior de incentivar a directivas y a padres de familia. Se aplicó la técnica de **cuestionario / encuesta de preguntas abiertas** la cual según Salsas etnográficas (2014) consiste en una encuesta de preguntas generales cuyas respuestas no son predeterminadas esto será de ayuda para conocer de manera espontánea los intereses y características de la muestra seleccionada, así como su respuesta emocional ante el estímulo musical mediante una actividad grupal.

Instrumento guía Grupo objetivo Secundario: Fue aplicada a manera de hoja de trabajo a una muestra previamente segmentada al nivel socioeconómico medio alto y alto conformada por niños y niñas entre las edades de 7 a 10 años. (Anexo 8.1). Se buscó evaluar que respuesta emocional tiene la música y lo que esta evoca. Para lo cual se colocó una playlist con piezas musicales como las que SOG interpreta. Se les pidió que dibujaran lo que imaginaban. Esto se llevó acabo con el propósito de identificar que elementos gráficos se encuentran en la mente del niño al tener un acercamiento con la música así como los colores que relacionan con la misma.

7.2.A PERFIL GEOGRÁFICO

Conformado por niños y niñas que residen en la región metropolitana de Guatemala en su mayoría zona 10, 14 y 15.

7.2.B PERFIL DEMOGRÁFICO

Son hijos o hijas de personas de nivel socioeconómico alto (A. B1, B2) según Prodatos (2016), viven en casa con su familia nuclear y ningún otro familiar. Conformados entre las edades de 7 a 10 años ladinos o de padres de descendencia extranjera. De acuerdo a la segmentación llevada a cabo por El sistema de Orquestas de Guatemala (2017), (Anexo 1). Son estudiantes de colegios de prestigio entre ellos: Bilingüe Vista Hermosa, Montesori, Americano y Suizo.

7.2.C PERFIL PSICOGRÁFICO

De acuerdo a la autora Papalia (2010), los niños conformados en la edad de 7-10 años se encuentran en la niñez intermedia. Sus habilidades motoras se continúan desarrollando. Invierten menos tiempo al aire libre debido a la influencia de la tecnología. Son capaces de resolver problemas concretos, realizar operaciones mentales. Su pensamiento se limita al aquí y ahora. Comprenden conceptos espaciales y ya han desarrollado el pensamiento inductivo.

Papalia (2010), dice que la atención selectiva se encuentra en aumento en esta etapa, los niños son capaces de concentrarse por más tiempo y enfocarse en la información que necesitan o desean. Pueden usar verbos más precisos y discernir entre contextos y significados.

Cohen (1997), menciona que el grupo de referencia principal son los amigos, se forman alianzas y es importante formar parte de algo. Las decisiones se ven influenciadas por los grupos.

Martín y Rubio (2015), mencionan que los niños al ser jóvenes para el año 2020 habrán crecido en medio de los rápidos cambios de la revolución tecnológica. Esto influye en su personalidad y construye su identidad, formas de relación y participación. Se menciona que la generación 2020 se encuentra a partir del año 1997. Se caracterizan por tener un estatus privilegiado, entornos viruales y mayores conocimientos y destrezas tecnológicas.

Los autores hacen mención a la generación “we” la cual se caracteriza por ser más empática y solidaria debido a las redes sociales.

PERCEPCIÓN VISUAL DE LA MÚSICA

De acuerdo al instrumento aplicado (Anexo 8.1) Poseen interés en actividades como dibujar o viajar, poseen gusto por la música especialmente por la popular o en inglés. No tocan instrumentos pero están interesados en el piano, guitarra o tambor. Tienen una imagen gráfica de la música bastante literal y se inclinan por el uso de colores primarios.

7.2.D PERFIL PSICOPEDAGÓGICO

Cohen (1997), menciona que los niños en los años intermedios poseen aprendizaje influenciado por los sentimientos, estos surgen en respuesta a la interacción social. La abstracción se les dificulta y prefieren la experiencia. Esto también se evidencia en el anexo 8.1 donde los niños prefieren una imagen común relacionada a la música que una más abstracta.

El aprendizaje según Cohen (1997), se ve afectado por el interés, placer, aburrimiento, éxito, fracaso, alegría y deleite. La clave se encuentra en los estímulos y emociones.

Cohen (1982), cita a Lozanov (1979), quien refiere que los estímulos poseen un papel importante en el aprendizaje infantil. La relación entre el entorno y el humano da a conocer que existen infinitudes de perspectivas pedagógicas. El medio ambiente es de ayuda en la orientación del desarrollo intelectual del niño, facilitando oportunidades estimulantes que permiten expandir las posibilidades.

Se menciona que existen prácticas innovadoras en cuanto a la pedagogía que fomentan el desarrollo del aprendizaje en los niños. Entre ellas:

- La unidad funcional de los dos hemisferios: La imaginación y creatividad es importante en el desarrollo cognoscitivo, lógico y abstracto.
- La actividad analítica y sintética debe ser simultánea. Es un proceso global
- El doble proceso de aprendizaje: No debe procurarse enseñar en base a la memoria. Debe fomentarse una percepción global.

Cohen (1982), indica que el niño es constructor de sus propias estructuras mentales. Son capaces de aprender por si mismos a partir de su entorno como razonar, moverse en un espacio tridimensional y manipular objetos.

Martín y Rubio (2015), puntualizan que hay una tendencia a las nuevas generaciones a la multiárea como muchos de los

dispositivos tecnológicos que se utilizan. Son capaces de hacer el “switch” y hacer el cambio de atención de una actividad a otra de manera rápida y efectiva. Por otro lado, se cita a Sparrow (2011), quien indica que existe una tendencia por confiar en internet como la memoria misma y permite reorganizar la forma en la que se recuerdan las cosas. El autor recalca que es importante replantear la enseñanza, restando la memorización, sumándole creatividad, comprensión y formas de pensar.



8. CONTENIDO DEL **MATERIAL GRÁFICO**

GESTIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO

A continuación se encuentra el contenido textual del material a diseñar:

8.1 E-MAILINGS

E-mailing No. 1

Mi primera sinfonía:

La música posee diversos beneficios en la preparación académica así como el fomento del desarrollo de competencias.

Potencializa la creatividad / Mejora el estado de ánimo / Fomenta el liderazgo.

El Sistema de Orquestas de Guatemala se trasladará a su colegio para presentar el concierto didáctico de instrumentos de viento y marimba.

Ver más / ¿Le interesa participar? Complete el formulario aquí / pierri.sog@mail.com 2333 3063 / 5206 9085

E-mailing No. 2 Agradecimiento

¡Gracias por confirmar la participación en la temporada de conciertos didácticos! Esto contribuye al desarrollo e inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país.

Para el desarrollo exitoso del evento fueron diseñadas actividades especiales detalladas en la guía para maestros adjunta. / Descargar / pierri.sog@mail.com 2333 3063 / 5206 9085

8.2 VIDEO

Titular: “Mi primera Sinfonía” / concierto didáctico

El Sistema de Orquestas de Guatemala busca el desarrollo de los niños y jóvenes más vulnerables del país por medio de la práctica de la música.

Estamos conformados por núcleos de jóvenes y niños músicos.

Los niños podrán reconocer los instrumentos: Marimba, Violín, Violonchello.

Podrán realizar su propio instrumento mediante un recurso pedagógico.

Cada entrada es una donación a la formación musical de niños y jóvenes: Q.25.00

El concierto busca desarrollar competencias:

Apreciación del arte guatemalteco, valoración de la marimba y la música sinfónica, reconocimiento social del arte.

8.3 GUÍA PARA MAESTROS

La música posee diversos beneficios en la preparación académica así como el fomento del desarrollo de competencias.

Potencializa la creatividad / Mejora el estado de ánimo / Fomenta el liderazgo. El Sistema de Orquestas de Guatemala se trasladará a su colegio para presentar el concierto didáctico de viento y marimba dirigido a niños de 1.º. a 4.º. primaria.

El SOG Es una organización sin fines de lucro que fomenta la práctica colectiva de la música en niños y jóvenes vulnerables. Cada entrada es de ayuda para seguir apoyando la formación musical de más de 200 niños músicos de cada núcleo.

¡Hemos preparado actividades especiales para motivar a los niños a participar en el evento! La ayuda de cada maestro encargado de clase es fundamental.

La organización facilitará al colegio los siguientes materiales: / Hoja de trabajo para cada alumno de 1.º a 4.º /Guía por alumno para elaborar “Mi primer instrumento”. Pasos a seguir:

Día lunes: Semana antes del evento

Afiches de cartera: Elegir a un encargado de aula para pegar el primer y segundo afiche en la cartelera de primaria.

Los afiches buscan motivar a los niños y que se familiaricen con la imagen del evento.

Semana antes del evento

Rompecabezas: Se le dará un juego de rompecabezas: “La Caja de la Música”. Posee 4 juegos distintos de 24 piezas a ser armado en equipos dependiendo de la cantidad de alumnos por sección. Se le dará una hoja de trabajo para colorear al equipo que termine primero y así sucesivamente a cada equipo. El juego rotará en los grados de 1.º a 4.º según el cronograma adjunto en esta guía.

Cronograma

El rompecabezas deberá ser rotado durante la semana según lo siguiente:

lunes: secciones de 1.º primaria

martes: secciones de 2.º primaria

miércoles: secciones de 3.º primaria

jueves: secciones de 4.º primaria

Juego de rompecabezas: La Caja de la Música

El rompecabezas busca la interactividad de los niños para reforzar el aprendizaje sobre las partes de los instrumentos a través de una hoja de trabajo.

Día miércoles: Semana antes del evento

Afiches de cartelera: Elegir a un encargado de aula para pegar el tercer y cuarto en la cartelera de primaria.

Los afiches buscan motivar a los niños y que se familiaricen con la imagen del evento.

Día viernes: Semana antes del evento

Se enviará la circular para informar a los padres sobre el evento. Adicional se enviará la guía “Mi primer instrumento”. Con la finalidad de que los niños realicen con ayuda de sus padres una marimba (1.º y 2.º) y un violín (3.º y 4.º) y lleven su instrumento el día del concierto. Esto reforzará el sentido didáctico del evento.



8.4 AFICHES

Titular: “Mi primera Sinfonía”/ Logotipo SOG / espacio para patrocinadores / fecha y hora (en el último afiche).



8.5 RECURSO PEDAGÓGICO / ROMPECABEZAS

Sticker externo: “La Caja de la Música” frase:

“Un rompecabezas para aprender juntos”

Frases: ¿Estás listo? / ¡Prepárate! / ¡Alista tus oídos! /

¡Próximamente en tu colegio! /

Logotipos SOG y patrocinadores

8.6 STICKERS DE EMPAQUE

Sticker exterior:

La Caja de la Música, ¡Un rompecabezas para aprender juntos! / Con el apoyo de: Logos de patrocinadores: Cemaco y Universidad Internaciones.

Sticker Interior:

¡Descubre los instrumentos del concierto “Mi Primera Sinfonía”!
Arma los rompecabezas en grupos pequeños. ¿Estás listo?
El equipo que más rápido arme el rompecabezas podrá colorear los instrumentos.

Cada maestro deberá despegar las cajas del tablero y entregarlas a cada equipo.

Sticker de rompecabezas:

Imagen del rompecabezas / 24 piezas / Con el apoyo de: Logos de patrocinadores: Cemaco y Universidad Internaciones.

8.7 STICKERS IDENTIFICADORES

Sticker exterior:

Afiches de Cartelera

Hojas de trabajo / Guía 1.º / 2.º primaria

Hojas de trabajo / Guía 3.º / 4.º primaria

PDF **8.8 RECURSO PEDAGÓGICO / GUÍA MI PRIMER INSTRUMENTO**

Violín:

Mi primer instrumento / 3.º y 4.º primaria

La música potencializa la creatividad, mejora el estado de ánimo y fomenta el liderazgo. La orquesta infantil del Sistema de Orquestas de Guatemala impartirá el concierto Mi Primera Sinfonía.

Antes del concierto cada niño debe aprender a hacer su propio instrumento. Siguiendo las instrucciones de esta guía, podrá realizar un violín, la ayuda de los padres es fundamental.

¡Comencemos!

MATERIALES: Necesitas: Lápiz / 2 cajas de cereal Tijeras Goma / una moneda / regla / 1 tapadera redonda/ Lana / 2 Paletas de madera / ¡creatividad!

PROCESO:

PASO 1: Desarma la primera caja, dibuja y recorta la forma circular, (como se muestra en el dibujo) al centro y los laterales. Usa la tapadera para trazarlos.

PASO 2: Arma la caja de nuevo en el lado que no tiene diseño, pegando las pestañas. Tendrás el cuerpo de tu violín.

PASO 3: Corta una de las caras de la segunda caja.

PASO 4: En la cara de la caja que cortaste dibuja, con la ayuda de

la regla, la siguiente figura y cortala. Este será el diapasón.

PASO 5: Con el cartón sobrante, dibuja con la regla y corta las siguientes figuras. Usa la moneda para trazar los círculos Conformarán las volutas, el arco y afinador.

PASO 6: Pega las figuras que has recortado sobre la primera caja.

PASO 6: Sujeta la lana para hacer las cuerdas y pega las paletas, estas serán las clavijas. Pega también las volutas.

PASO 7: ¡Decora tu instrumento como más te guste!

¡Usa tu creatividad y no olvides llevar tu instrumento el día del concierto!

Los fondos recaudados en el concierto serán destinados al desarrollo de los niños más vulnerables del país a través de la práctica colectiva de la música.

Con el apoyo de: logos de patrocinadores

Marimba

La música potencializa la creatividad, mejora el estado de ánimo y fomenta el liderazgo. La orquesta infantil del Sistema de Orquestas de Guatemala impartirá el concierto Mi Primera Sinfonía.

Antes del concierto cada niño debe aprender a hacer su propio instrumento. Siguiendo las instrucciones de esta guía, podrá realizar una marimba, la ayuda de los padres es fundamental.

¡Comencemos!

Materiales: Necesitas / lápiz, 1 caja de zapatos / tijera / goma / plasticina / dos lápices sin punta / creatividad

8.9 BOTÓN

Frase: ¡Soy un gran músico! / logotipo SOG

Proceso

PASO 1: Destapa la caja de zapatos, la tapadera será la estructura de la marimba.

PASO 2: Moldea 4 bloques rectangulares de plasticina, estos serán las láminas de la marimba. Puedes usar varios colores.

PASO 3: Pega cada bloque de plasticina sobre la tapadera de la caja.

PASO 4: Moldea una esfera de plasticina para darle forma a las baquetas.

PASO 5: Inserta las esferas de plasticina en los lápices sin punta. ¡Tendrás tus baquetas listas!

PASO 6: ¡Decora tu instrumento como más te guste!

¡Usa tu creatividad y no olvides llevar tu instrumento el día del concierto!

Los fondos recaudados en el concierto serán destinados al desarrollo de los niños más vulnerables del país a través de la práctica colectiva de la música.

Con el apoyo de: logos de patrocinadores



9. DISEÑO **DEL CONCEPTO**

GESTIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO

9.1 BÚSQUEDA DE _____

LA IDEA

Se desarrolló el proceso con base en tres técnicas: relaciones forzadas / ideart, what if y mapa mental . El proceso se llevó a cabo de manera progresiva con la selección de las mejores frases conceptuales que surgieron de cada técnica, se llegó a frases preliminares para de esta manera obtener el mejor concepto. El proceso se desarrolla a continuación:

9.1.A TÉCNICA 1: RELACIONES FORZADAS / IDEART

De acuerdo a Neuronilla (2018), es un método creativo desarrollado por Charles S. Whiting en 1958. Consiste en combinar lo conocido con lo desconocido para dar lugar a una idea original. Se llevó a cabo este método mediante un ideart con base en los instrumentos musicales (figura 1) y una imagen referente a dulces (figura 2) para finalmente por medio de la combinación de estas técnicas se generaron frases conceptuales.

FIGURA 1



Fuente: Extraído el 2 de septiembre de 2017 de https://image.freepik.com/vector-gratis/circulo-hecho-de-instrumentos-musicales_23-2147509304.jpg

- | | | |
|---------------|-----------------|-------------------|
| 1. Movimiento | 24. Jerarquía | 56. Lateral |
| 2. Momento | 25. Equipo | 57. Axial |
| 3. Emotivo | 26. Global | 58. Sincronizar |
| 4. Mágico | 27. Caótico | 59. Sintetizar |
| 5. Músico | 28. Divertido | 60. Doble |
| 6. Mimo | 29. Orquestal | 61. Dramático |
| 7. Detalle | 30. Útopía | 62. Frecuencia |
| 8. Sonoro | 31. Energía | 63. Mimético |
| 9. Onda | 32. Círculo | 46. Percusión |
| 10. Viaje | 33. Imaginario | 47. Tambor |
| 11. Temporal | 34. Imaginativo | 48. Tempo |
| 12. Compás | 35. Intensidad | 49. Acordeón |
| 13. Métrica | 36. Luminosidad | 50. Caleidoscopio |
| 14. Medida | 37. Colisión | 51. Emoción |
| 15. Espacial | 38. Visión | 52. Vitral |
| 16. órbita | 39. Bilateral | 53. Metal |
| 17. Metro | 40. Signos | 54. Guía |
| 18. Colorido | 41. Sintonía | 55. Dirección |
| 19. Fugaz | 42. Lectura | |
| 20. Ruido | 43. Cuerda | |
| 21. Simetría | 44. Viento | |
| 22. Símbolo | 45. Ejes | |
| 23. Sistema | | |

FIGURA 2



Fuente: Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <http://diabetesdietas.com/wp-content/uploads/2017/05/2-7.jpg>

FRASES CON BASE A LA FIGURA 2

1. Agridulce
2. Táctil
3. Dinámico
4. Colorido
5. Expresivo
6. Intuitivo
7. Inventivo
8. Dulce
9. Sabor
10. Expectativa
11. Ritmo
12. Suave
13. Tenue
14. Exagerado
15. Intenso
16. Decorativo
17. Divertido
18. Fiesta
19. Comestible
20. Continuo
21. Colectivo
22. Comprimido
23. Chispas
24. Prisma
25. Paleta
26. Ingrediente
27. Excesivo
28. Tenue
29. Aurora
30. Instantáneo
31. Azucarado
32. Luces
33. Partículas
34. Sabor
35. Elementos
36. Efímero
37. Superior
38. Premio
39. Sentidos
40. Nube
41. Energía
42. Fragilidad
43. Multicolor
44. Fantasía

Seguidamente de realizar la lista de palabras se dispuso a combinarlas con base a la figura 1 y figura 2. Dando como resultado frases conceptuales. Se seleccionaron las frases en relación al proyecto y la factibilidad en su graficación.

COMBINACIÓN DE PALABRAS:

1. Movimientos táctiles emotivos
2. Magia expresiva rítmica
3. Musical colorido simétrico
- 4. Sonoridad inventiva instantánea** ☆
5. Onda rítmica colectiva
6. Compás tenue de chispas
7. Temporal métrico continuo
8. Medial espacial instantánea
9. Colorismo de dobleces sonoros
- 10. Colorismo de dobleces en sintonía** ☆
11. Ejes de cuerdas azucaradas
12. Sistema de jerarquías sonoras
13. Percusión del prisma enérgico
14. Viento festivo comprimido
15. Aurora simbólica bilateral
- 16. Sintonía de partículas en frecuencia** ☆
17. Vitral axial continuo
18. Sentidos metálicos en percusión
19. Sincronización de ejes utópicos
20. Fantasía frágil multicolor
21. Memetismo rítmico instantáneo

Se dispuso generar otra técnica conceptual y desarrollar nuevas frases que complementarían las anteriores.

9.1.B TÉCNICA 2: WHAT IF:

Es una técnica que consiste en utilizar información específica de un proceso objetivo de crear varias preguntas en torno al problema, según Neuronilla (2018). El proceso se desarrolló mediante el planteamiento de cuestionantes relacionadas con la temática del proyecto y se le dio respuesta por medio de palabras clave. Por último se combinaron las palabras resultantes.

1. *¿Qué pasaría si los padres no supieran leer?*

Sería importante escuchar, ver, o tocar, sentir y evocar sentimientos para convencer.

2. *¿Qué pasaría si los niños no pudieran ver?*

Sentirían, tocaría, olerían, compartirían con el entorno de forma distinta, texturas, patrón, táctil. Se basaría en experiencias. Escucharían.

3. *¿Qué pasaría si los instrumentos no generaran sonidos?*

Podría generarse una experiencia visual que evoque sonidos. El sonido no se limita únicamente a lo material.

4. *¿Qué pasaría si la música fuera de películas?*

Sería divertido, dinámico, evocaría recuerdos, momentos, historias.

5. *¿Qué pasaría si los niños hicieran su instrumento?*

Podría ser de papel, cartón, material reciclado.

Palabras que surgieron a partir de las preguntas:

1. Escuchar = sonoro
2. Ver= Visual
3. Tocar: Táctil
4. Dinámico
5. Divertido
6. Evocar sentimientos = Emociones
7. Experiencia
8. Sonido
9. Papel
10. Material

A partir de las palabras que surgieron se generó un listado de palabras secundarias para luego generar frases conceptuales:

Ver: Textura, patrón, módulo, elemento, movimiento, geometría.

Tocar: Táctil. textura, sensaciones, experiencia, expectativa, momento, tiempo, superficie, material, solidez, doblar.

Dinámico: Color, orgánico, móvil, travieso, explosivo, movimiento, inquieto, vibrante, vivaz, rítmico, secuencia.

Divertido: Juego, Alegría, energía, plasticina, caricatura, dibujos, musical.

Emociones: Sensaciones, recuerdo, visual, memoria, tiempo, alegría.

Experiencia: inusual, ejes, material, elementos, espacio, vivencial, recuerdo, memorable, momentáneo.

Sonido: Experiencia, sentido, sensible, sistema, ciencia, viaje

Papel: Corte, doblez, textura, color, vértices, interior, inventivo

Material: Energía, táctil, fugaz.

COMBINACIÓN DE PALABRAS:

1. Textura de patrones en movimiento
2. Elemento modular geométrico
3. Experiencia móvil explosiva
4. Módulo orgánico vibrante
- 5. Sensación de patrones rítmicos** ☆
6. Recuerdos visuales de alegría
7. Elemento en movimiento vivaz
8. Ritmo de energía divertida
- 9. Secuencia visual energética** ☆
10. Sistema de vértices invertidos
11. Experiencia de sentidos espaciales
12. Energía móvil sistémica
- 13. Textura fugaz en movimiento** ☆
14. Ejes temporales de experiencias
15. Dobleces texturizados inventivos
16. Fugaces juegos de alegría
17. Solidez espacial momentánea
18. Patrón de sonidos táctiles
19. Sonidos visuales traviosos
- 20. Sonoros dobleces de diversión** ☆

9.1.C TÉCNICA 3: MAPA MENTAL

De realizó un mapa mental tomando como base de manera general el problema a solucionar a partir de esto se derivaron distinta palabras para formar conceptos.

Experiencia: Manual, fluido, entretenido, memorable, que de, que hablar, continuo.

SONIDO:
velocidad,
percepción,
recuerdo, ilusión,
sentido.

**SOG: CONCIERTO
DIDÁCTICO**

SÍMBOLO: Música, elemento,
módulo, táctil, cultural,
continuidad, atemporal, tiempo.

SENTIDO: Experiencia.
sentimiento, emotividad,
colectivo, equipo,
selectivo, divertido.

Análogo, interactivo, juego.

FRASES:

1. Experiencia manual emotiva
2. Colectividad de percepción simbólica
3. **Analogías fluidas de interacción** ☆
4. Selección continua atemporal
5. **Simbolismo de interacción análoga** ☆
6. Memoria de sentidos selectivos
7. Interacción de signos modulares
8. **Secuencia rítmica sonora** ☆
9. Juego de velocidad experimental
10. Sentidos táctiles divertidos

FRASES CONCEPTUALES SEGÚN TÉCNICAS

Se recopilaron los conceptos que surgieron con anterioridad siendo estos los siguientes:

1. **Sonoridad inventiva instantánea**
2. **Colorismo de dobleces en sintonía**
3. **Sintonía de partículas en frecuencia**
4. **Sensación de patrones rítmicos**
5. **Secuencia visual enérgica**
6. **Textura fugaz en movimiento**
7. **Sonoros dobleces de diversión**
8. **Analogías fluidas de interacción**
9. **Simbolismo de interacción análoga**
10. **Secuencia rítmica sonora**

Los conceptos fueron evaluados según la tabla que se presenta a continuación.

CONCEPTO	¿ES SIMPLE?	¿PUEDE GRAFICARSE?	¿SE RELACIONA CON EL CONCIERTO?	¿ES FUNCIONAL?
Sonoridad inventiva instantánea	No	La parte inventiva e instantánea es muy amplia.	Sí	
Colorismo de dobles en sintonía	Sí	Sí las primeras dos palabras, sintonía es complejo.	No tanto	
Sintonía de partículas en frecuencia	No	No es muy graficable, las palabras son abstractas.	No tanto	
Sensación de patrones rítmicos	Sí	Sí pero sensación es muy amplio..	Sí	X
Secuencia visual energética	Sí	Es graficable.	No tanto	X
Textura fugaz en movimiento	Sí	Es graficable.	No tanto	X
Sonoros dobles de diversión	Sí	Es graficable.	Sí	X
Analogías fluidas de interacción	Sí	¿Cómo grafico analogía?	No tanto	
Simbolismo de interacción análoga	No	Es demasiado abstracto.	No	
Secuencia rítmica sonora	Sí	Es demasiado abstracto.	Sí	

El concepto seleccionado fue: sonoros dobles de diversión debido a que es graficable, se relaciona con el concierto y considerando lo anterior es funcional.

9.1.D CONCEPTO FINAL

A partir de las técnicas de conceptualización desarrolladas y la evaluación aplicada en el cuadro anterior, se seleccionó un concepto. El cual se vincula con la temática del proyecto - técnica y - expresión comunicativa:

SONOROS DOBLECES DE DIVERSIÓN

9.2 FUNDAMENTACIÓN DE LA IDEA

Según el concepto planteado anteriormente se dispuso a fundamentarlo en torno a cada palabra, relación con la carencia, el proyecto, eje temático y como se graficará. El proceso se detalla a continuación.

FUNDAMENTACIÓN DE CADA PALABRA DEL CONCEPTO

El concepto se conforma de las palabras: Sonoros dobleces de diversión. Se llevó a cabo una búsqueda del significado del mismo para poder luego de su conocimiento concreto, fundamentar el concepto.

La definición de cada palabra fue extraída de RAE (2017)

Sonoro: “Que suena o puede sonar.”

Referente a la cualidad de hacer sonido se relaciona directamente con el concierto y es de apoyo en la gráfica para poder comunicar la temática.

Dobleces: “ Parte que se dobla o pliega”

A partir de esta palabra será posible utilizar elementos referentes al manejo del papel para dar lugar a piezas que generen experiencias y la utilización de técnicas análogas para el desarrollo de la gráfica.

Los módulos son elementos de ayuda en la construcción de

composiciones por lo que al acompañarse de la palabra sonora hace referencia a la temática en específico la cual se vincula directamente con la música.

Diversión: “Entretener, recrear”

“La música enseña y también divierte” esta palabra se vincula directamente con el propósito del concierto. Por medio de esta se busca además vincular la experiencia de los niños en el concierto, el cual plantea enseñar a los niños sobre la orquesta pero de manera divertida para generar una experiencia memorable.

FUNDAMENTACIÓN SEGÚN LA CARENCIA

Sonoros dobleces de diversión se vincula con el propósito de desarrollar material que dé a conocer a la Organización y promueva la asistencia de los alumnos al concierto debido a que a partir de las palabras que conforman el concepto. La temática es correspondida por (sonoros), al tratarse de un evento relacionado con la música. Además es posible corresponder a la técnica a ser utilizada (dobleces), y propósito (diversión). A través de la gráfica basada en el concepto, se busca dar lugar a una propuesta que llame la atención, motive a participar y asistir.

RELACIÓN DE CADA PALABRA DEL CONCEPTO CON EL PROYECTO

Sonoros dobleces de diversión se relaciona con el proyecto debido a que a través de una técnica análoga como el papercraft se vincula con el contexto del concierto didáctico al ser un evento que promueve el arte el cual se relaciona directamente con “crear con las manos” de esta manera se busca generar una gráfica crafty que contextualice con la temática. A través de la palabra

sonoro será importante representar a la temática y generar un recurso pedagógico con relación a la sonoridad. Además a través de este podrá ser posible generar un material a modo de incentivo que pueda generar una respuesta positiva en el grupo objetivo secundario. El concierto busca incentivar a los niños a apreciar la música y enseñarles sobre ella, por lo que para que el propósito sea efectivo el factor “diversión” será de gran impacto.

FUNDAMENTACIÓN SEGÚN EL EJE TEMÁTICO

De acuerdo al eje temático: Solidaridad y desarrollo el concepto se vincula por medio de dar lugar a una gráfica que motive e incentive al grupo objetivo en el evento y de esta manera lograr que asistan, lo que representa una donación para la organización. Esto se logrará por medio de una gráfica que utilice recursos análogos que conecte con el sentido cultural y artístico del evento y que connote diversión y que sea a través de esta que se de el aprendizaje en el evento para corresponder a la parte didáctica del concierto.

¿CÓMO SE GRAFICARÁ EL CONCEPTO?

A través de módulos y elementos gráficos por medio de una técnica análoga que corresponda al sentido de los “dobletes” que propone el concepto, mediante módulos y elementos que den a entender sonoridad y un recurso pedagógico que se caracterice por la diversión. Aplicación de una paleta de color y composiciones que den lugar a una gráfica que incite a participar ya que busca ser una experiencia divertida y memorable.

CONNOTACIÓN Y DENOTACIÓN DEL CONCEPTO

SONOROS

Denotación: Genera sonido, se relaciona con el sonido.

Connotación: Instrumentos musicales, forma de expresarse.

Expresión: Dinámica y recreativa.

Arquetipos: El Creador, incentiva la creatividad.

DOBLECES

Denotación: Que se pliega o se dobla.

Connotación: Elemento que a través de dobleces genera un todo.

Expresión: Amigable, dinámica, interactiva.

Arquetipos: El Mago, busca soluciones, las recrea.

Signos: Constructivos, modulares que formen una parte del todo.

DIVERSIÓN

Denotación: Entretiene y recrea.

Connotación: Es un juego que despierta la imaginación y la alegría.

Expresión: Dinámica.

Arquetipos: El Creador, incentiva la creatividad.

El concepto fue validado con el cliente para lo cual fue importante considerar los aspectos presentes en la tabla:

CONCEPTO: SONOROS DOBLECES DE DIVERSIÓN

DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN	SLOGAN	TEMÁTICA
Música, interactividad, movimiento.	Música, interactividad, movimiento, ruido, sensación, ="Hacer música" ser parte de...	No funciona como slogan, pero se puede generar una gráfica a través de este.	Música, concierto arte.
G.O	ASOCIACIONES	IDEAS	INNOVADOR
Niños, adolescentes.	Moldes Pasos Interacción Emotividad Color	Ser parte de la orquesta, "hagamos música", moldes que expresen el compromiso musical, concierto de cuerdas. Ventaja: Al ser cuerdas, la gráfica se "simplifica". Cartel tipográfico.	Sí podría integrarse con la idea del programa venezolano "orquestas de papel". "orquesta de basura" "Land Fill Orchest".



10. CODIFICACIÓN **DEL MENSAJE**

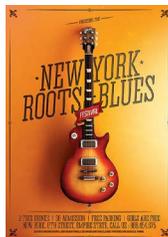
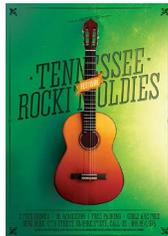
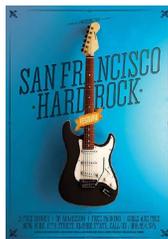
GESTIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO

10.1 VISUALIZACIÓN

De acuerdo a la fundamentación anterior se llevó a cabo una visualización de cada palabra del concepto para poder identificar elementos gráficos de apoyo, estilo ilustrativo, ejes o módulos que sean de apoyo al concepto propuesto.

10.1.A MoodBoard SONORO

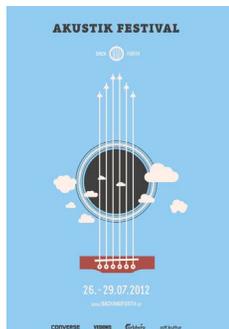
1



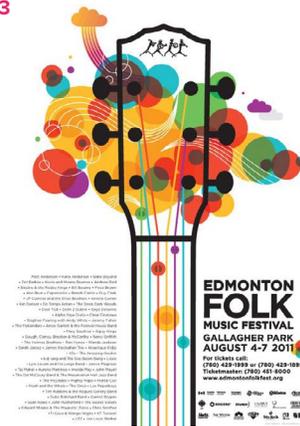
2



6



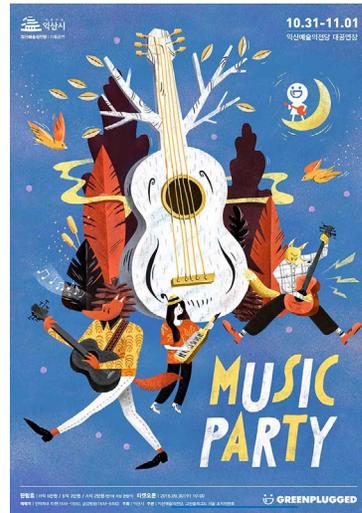
3



7



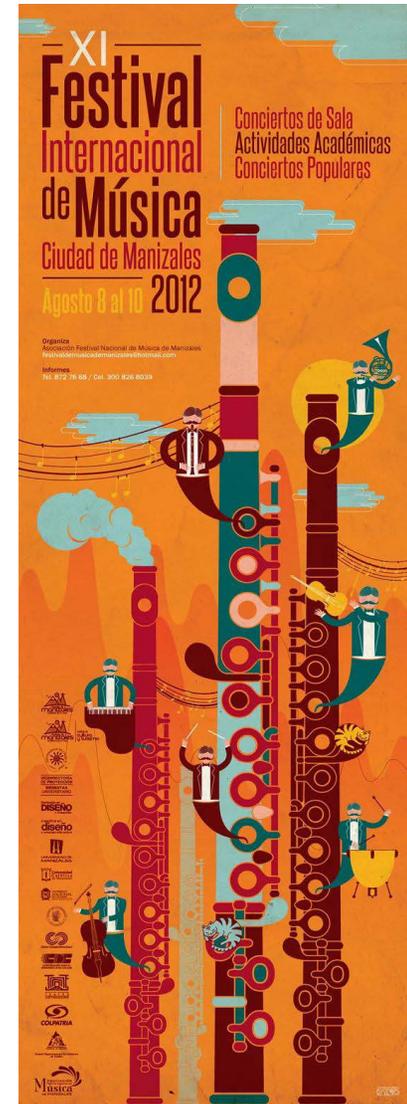
4



8



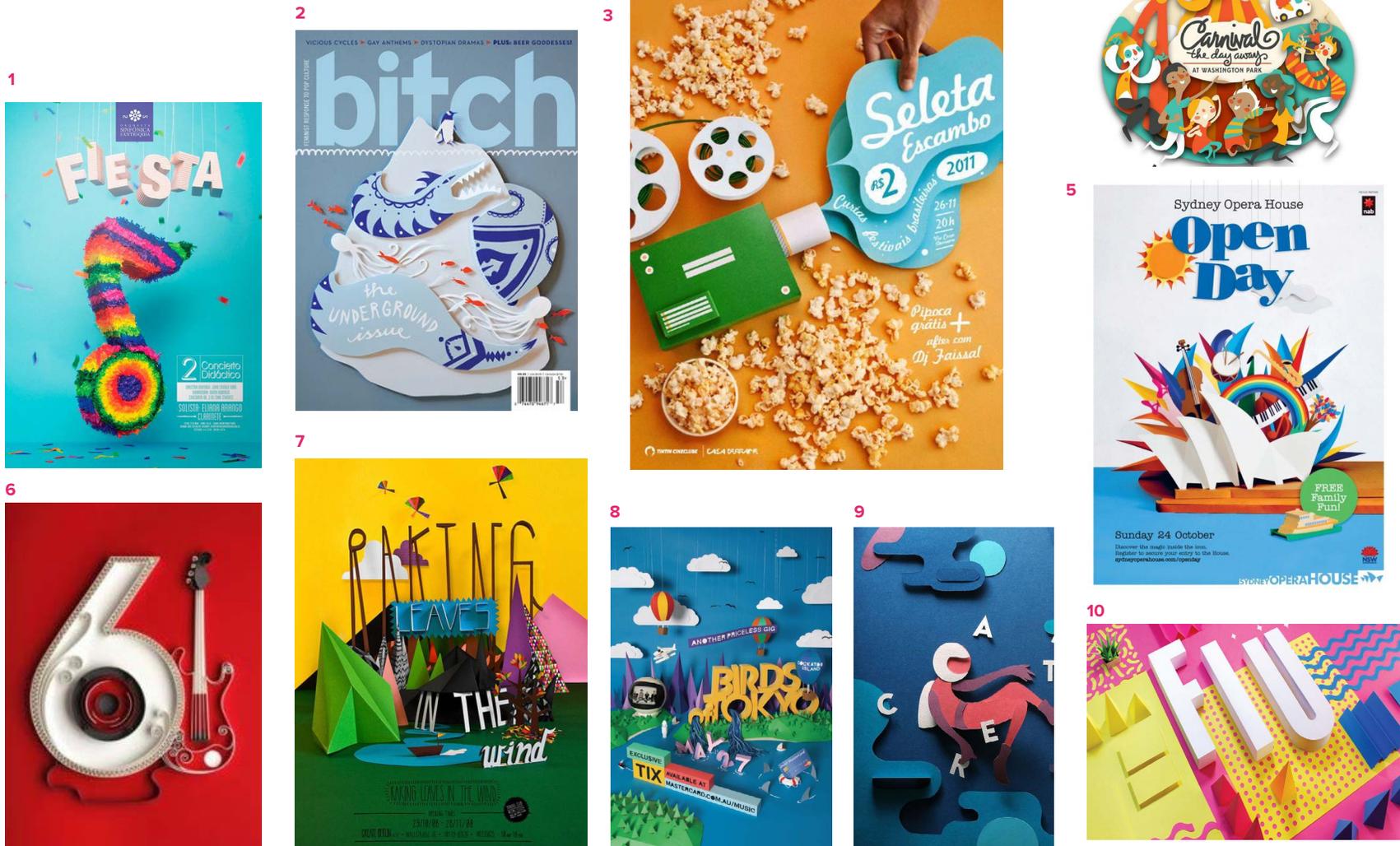
5



Fuentes extraídas el 9 de febrero de: **1** <http://ignacio.ru/en/blog/posters-6> **2** <https://www.designer-daily.com/paper-cut-illustration-by-bomboland-21509> **3** <https://www.pinterest.com/pin/752523418960508768/> **4 y 8** <http://say-hi.me/design/10-sovetov-kak-sozdat-poster-zasluzhivayushhij-vnimaninya.html> **5** <https://sergioospina.carbonmade.com/projects/4258633> **6** <https://www.designspiration.net/save/41156680224748/> **7** <https://i.pinimg.com/originals/bb/d6/82/bbd682e692469572b77726db0113a410.jpg>



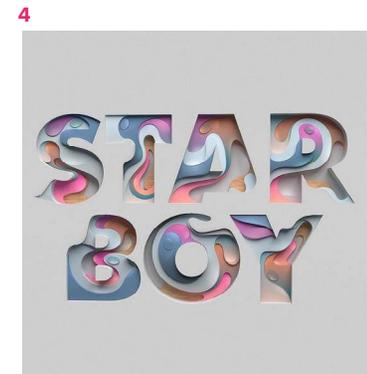
10.1.B MoodBoard DOBLECES



Fuentes extraídas el 9 de febrero de: **1** <https://www.behance.net/gallery/24406855/2-Concierto-Didactico-Sinfonica-Juvenil-de-Antioquia> **2** <https://www.bitchmedia.org/issue/53> **3** <https://www.pinterest.com/pin/424956914816312810/> **4** <https://www.behance.net/gallery/6254213/Logo-Design-Carnival-the-Day-Away> **5** <https://www.pinterest.com/pin/293226625716868147/> **6** <https://indulgy.com/post/PglgFB8ES/> **7** <https://www.pinterest.com/pin/364228688597143613/> **8** <http://www.paperform.com.au/project/mastercard/> **9** <https://www.pinterest.com/pin/492088696766121189/> **10** <https://www.behance.net/gallery/26147027/COMPOSITION-FIU-BOOK>



10.1.C MoodBoard DIVERSIÓN



Fuentes extraídas el 9 de febrero de: **1** <https://www.behance.net/gallery/35349539/Back-To-School-2016-Falabella> **2** <http://www.oldskull.net/ilustracion/los-unicornios-de-thomas-burden/> **3** <http://www.designals.net/2013/03/3d-de-peter-tarka/> **4** <https://www.pinterest.com/pin/429319776970636589/> **5** <https://www.pinterest.com/pin/540854236476521653/> **6** <http://theinspirationgrid.com/paper-artworks-by-shotopop/> **7** <https://www.pinterest.com/pin/429319776970636663/>

A continuación se presentan los elementos gráficos para ser utilizados de acuerdo a las piezas a desarrollar en relación a las palabras del concepto.

E - MAILING

TIPOGRAFÍA	ILUSTRACIÓN	COLOR	RETÍCULA	FORMATO
FUNCIÓN				
Enfatizar, describir evento y beneficios.	Llamativa.	Enfatizar, llamar la atención denotar un evento divertido.	Estructurar para determinar jerarquías.	Optimizar el peso del archivo.
TECNOLOGÍA				
San serif / serif / decorativa.	Análoga/ Papercraft o vectorial fotografía.	Fantasiado según semántica, vibrante Full color, RGB para proyección en pantallas.	Columnar / jerárquica.	Optimizado para web save for web jpg a 72 dpi.
EXPRESIÓN				
Informativo y persuasivo.	De apoyo.	Fantasiado, imaginativo, dinámico.	Balanceada.	Claro, conciso y funcional para comunicar en poco espacio.

TIPOGRAFÍA	ILUSTRACIÓN	COLOR	RETÍCULA	FORMATO
FUNCIÓN				
Enfatizar, describir evento y beneficios.	Informativa, explicativa pero que incite al interés.	Generar armonía, connotar dinamismo y que favorezca a la atención.	Estructurar para buena legibilidad	Optimizar el peso del archivo para mejorar su alcance.
TECNOLOGÍA				
San serif / serif / decorativa.	Análoga/ Papercraft o vectorial fotografía.	Fantasiado según semántica, vibrante Full color, RGB para proyección en pantallas.	Columnar / jerárquica.	Optimizado para web H264.
EXPRESIÓN				
Informativa.	Llamativa, que permita el movimiento.	Fantasiado.	Balanceada, sin saturación.	Amigable y funcional.

TIPOGRAFÍA	ILUSTRACIÓN	COLOR	RETÍCULA	FORMATO
FUNCIÓN				
Informar a maestros sobre el evento y guía explicativa de los materiales a utilizar.	Informativa, explicativa.	Generar armonía, connotar dinamismo y que favorezca a la atención.	Estructurar para buena legibilidad	Optimizar el peso del archivo / PDF.
TECNOLOGÍA				
San serif / serif / decorativa.	Análoga/ Papercraft o vectorial fotografía.	Fantasiado según semántica, vibrante Full color, RGB para proyección en pantallas.	Columnar / jerárquica.	PDF optimizado para web. 72dpi.
EXPRESIÓN				
Amigable y legible.	De apoyo al texto.	Fantasiado, imaginativo, divertido	Balanceda, sin saturación.	Amigable, ergonómico.

RECURSO PEDAGÓGICO / ROMPECABEZAS

TIPOGRAFÍA	ILUSTRACIÓN	COLOR	RETÍCULA	SOPORTE / FORMATO
FUNCIÓN				
Generar expectativa, divertir, crear una experiencia divertida a través del juego.	Llamar la atención, invitar a la interactividad.	Generar armonía, connotar dinamismo.	Columnar.	Funcionalidad al momento de impresión y no aumenta costos.
TECNOLOGÍA				
San serif / serif / decorativa.	Análoga / Papercraft.	Fantasiado según semántica, vibrante Full color, CMYK.	Columnar.	Formato: 300 dpi impreso / impresión digital. Soporte: Vinil adhesivo sobre pvc.
EXPRESIÓN				
Divertida, infantil.	Llamativa, inusual.	Fantasiado, imaginativo, divertido.	Dinámica, debe invitar a interactuar.	Soporte: Funcional y duradero, contrarestar deterioro. Formato: Balanceada.

* **Pieza adicional: Hoja de trabajo.** Acompañará al rompecabezas. Su expresión es explicativa y educativa. Por medio de ilustración vectorial a línea. Sin colores. Su función es darle cierre al proceso del recurso pedagógico anterior por medio del reconocimiento de los instrumentos.

AFICHES CARTELERA

TIPOGRAFÍA	ILUSTRACIÓN	COLOR	RETÍCULA	SOPORTE / FORMATO
FUNCIÓN				
Generar expectativa, informar.	Despertar interés, llamar la atención.	Generar armonía, connotar dinamismo.	Estructura para comunicar según puntos focales.	Funcionalidad al momento de impresión y no aumenta costos.
TECNOLOGÍA				
San serif / serif / decorativa.	Análoga/ Papercraft	Fantasiado según semántica, vibrante Full color, RGB para proyección en medios digitales y cmyk	Retícula jerárquica.	Formato: Impreso 300dpi / impresión litográfica o digital según número de colegios confirmados. Soporte: Opalina
EXPRESIÓN				
Divertida, infantil.	Llamativa, inusual.	Fantasiado, imaginativo, divertido.	jerárquica para identificar información importante.	Soporte: Funcional. Formato: Balanceada.

* **Pieza adicional: Stickers identificadores.** Con la función de identificar el material a ser entregado a cada colegio y aplicación de línea gráfica. Debe ser formal sin perder la expresión divertida e infantil por la que se caracteriza la línea gráfica.

GUÍA ELABORACIÓN

COLOR	TIPOGRAFÍA	GUÍA TROQUEL	SOPORTE / FORMATO
FUNCIÓN			
Despertar la creatividad y el interés de crear.	Enfatizar, comunicar de manera escrita el proceso.	Estructurar una guía de construcción.	Corresponder a presupuesto, facilitar la presentación del proceso.
TECNOLOGÍA			
Fantástico según semiótica. CMYK y RGB.	San serif /serif/ decorativa.	Estructuración de formas referentes a un instrumento por medio de un troquel.	Formato: 300 dpi / Impresión litográfica o digital depende de colegios confirmados. Soporte: Bond.
EXPRESIÓN			
Debe incentivar, motivar, invitar a crear.	Explicativa, sin saturar.	Simple y funcional.	Amigable.

ELABORACIÓN G.O

COLOR	SOPORTE / FORMATO
FUNCIÓN	
Despertar la creatividad y la expresión.	Favorecer a la ergonomía del g.o. Facilitar su comprensión y manipulación.
TECNOLOGÍA	
Según preferencias de cada niño / fantástico.	Materiales al alcance. Soporte: Cartulina.
EXPRESIÓN	
Divertida, creativa, expresiva.	Simplicidad y funcionalidad.

TIPOGRAFÍA	ILUSTRACIÓN	COLOR	RETÍCULA	SOPORTE / FORMATO
FUNCIÓN				
incentivar a través de frase	Informativa, explicativa pero que logre entretener, generar "RECUERDO."	Motivar, despertar la curiosidad.	Estructurar para disponer de elementos.	Favorecer a las necesidades de presupuesto y ergonomía para el grupo objetivo.
TECNOLOGÍA				
San serif / serif / decorativa.	Análoga digital/ papercraft.	Fantasiado según semántica, vibrante CMYK.	Jerárquica / libre	Soporte: bond y acetato. Formato: 300 dpi Impresión digital.
EXPRESIÓN				
Divertida, infantil.	Llamativa, inusual.	Fantasiado, imaginativo, dinámico.	Balance en relación a los elementos ilustrativos.	Funcional, fácil de manipular.



11. PLANIFICACIÓN **ESTRATÉGICA DE MEDIOS**

GESTIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO

11.1 FASES ESTRATÉGICAS DE COMUNICACIÓN

El Sistema de Orquestas de Guatemala lleva a cabo anualmente la temporada de conciertos didácticos. Para el próximo año la temática será instrumentos de viento y marimba por lo que se llevó a cabo la planeación estratégica a partir de las piezas a desarrollar considerando atributos representativos del proceso.

Para estructurar las fases de la campaña y el proceso de comunicación se dividió en fases.

FASE 1 PRIMER CONTACTO

A. SOG posee una base de datos conformada por 60 colegios, la base de datos será trasladada a mailchimp para poder generar el envío del e-mailing. Esto beneficiará a la organización pues podrá tener acceso a su alcance, ya que, la plataforma otorga datos estadísticos. Aspecto que no ha sido tomado a consideración por la organización en conciertos anteriores.

B. Se enviará el e-mailing explicando el evento de manera clara y concreta. Dirigido al Grupo objetivo primario: Directivos de colegios. El contenido se enfoca en datos relevantes como: ¿De qué se trata el evento? Este año el concierto se trasladará a los colegios es un punto clave a recalcar en el contenido ¿Quién es SOG? Con la posibilidad de “ver más” en este apartado se encontrará un video que refuerce lo escrito.

El uso del e-mailing busca llamar la atención generando una lectura rápida sobre el evento y pueda darse a conocer los puntos clave mencionados y facilitar contacto. / El video será de apoyo visual y tocará el tema de las competencias a desarrollar a través de la música con el propósito de informar, persuadir e incentivar la participación de los colegios.

El e-mailing poseerá el contacto directo de la Directora de Desarrollo Institucional Rossana Paz Pierri quien es la encargada del evento. Adicional se proporcionará un espacio para confirmar participación mediante un formulario con número de teléfono para que la organización se comunique con la institución.

FASE 2 CONFIRMACIÓN DE EVENTO

Habiendo confirmado la participación del colegio en la temporada de conciertos didácticos se enviará otro e-mailing agradeciendo la participación y una guía pdf adjunta con instrucciones de las actividades a realizar previamente al concierto, dirigida a docentes. Esta deberá ser facilitada vía digital, considerando que el grupo objetivo son colegios de nivel socioeconómico medio alto y alto que poseen esta facilidad.

Ya que para el desarrollo del evento se requiere una actividad especial y un recurso pedagógico antes del evento. El material será facilitado por medio de la organización a través de sobres con stickers identificadores a cada colegio confirmado.

FASE 3 COMUNICACIÓN CON LOS NIÑOS / GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

PRIMERA SEMANA ANTES DEL CONCIERTO

A. El día lunes de esa misma semana se instalarán en cartela de primaria el primer y segundo afiche alusivos al evento con la misma imagen gráfica y elementos bajo el título “Mi primera sinfonía” y el logotipo de SOG. Lo que le permitirán asociar las imágenes del afiche con el juego a desarrollar en cada aula.

La pieza busca persuadir a los niños, ayudarlos a generar una asociación con la actividad de clase con el evento, motivarlos a cuestionarse: “¿Qué es esto?”

B. Se proporcionará un recurso pedagógico al colegio por parte de la organización a modo de juego de rompecabezas, *con la finalidad de motivar a los niños por medio del aprendizaje lúdico.* Se deberá premiar al grupo que termine más rápido de armar el rompecabezas con una hoja de trabajo para colorear los instrumentos de la orquesta.

El rompecabezas está destinado a rotar en las secciones de los grados durante la semana:

1.º primaria: Lunes

2.º primaria: Martes

3.º primaria: Miércoles

4.º primaria: Jueves

Estos aspectos deberán ser detallados por el encargado de aula según las instrucciones expuestas en la guía para maestros.

C. El miércoles de esa semana se instalará en cartelera el tercer y cuarto afiche con la imagen de un niño/niña y datos del evento, fecha y hora. Para culminar la comunicación del mismo. Adicional el colegio deberá enviar un documento formador extendido por la institución (circular) que detalle la actividad y su costo (Q.25), el día viernes. Junto con esto se le brindará un recurso pedagógico con instrucciones para que realicen su propio instrumento en casa con ayuda de sus padres, una marimba 1.º y 2.º y un violín 3.º y 4.º primaria.

FASE 4 DURANTE EL CONCIERTO

A. Se llevará a cabo el concierto en el colegio confirmado. Los niños deberán llevar su instrumento de viento (violín) realizado por ellos mismos mediante el recurso pedagógico.

Durante el concierto el Director de Orquesta intervendrá explicando las partes del instrumento de viento y utilizará como recurso el instrumento realizado en casa para cumplir la función didáctica del concierto “Mi primera sinfonía”.

B. Se le darán botones a todos niños como un incentivo al cierre de la actividad con la frase: “Soy un gran músico” para generar un recuerdo, motivarlos a interesarse en la música y darle cierre al evento.

11.2 SELECCIÓN DE LAS PIEZAS

FASE 1 PRIMER CONTACTO

E - MAILING					
¿Qué se va utilizar como medio de comunicación?			¿Cómo se distribuirá?		
Pieza: E-MAILING	Medio				
Propósito	Formato	Carácter	Medio	Tiempos	
Llamar la atención, lectura rápida sobre el evento y puntos clave del mismo. Facilitar el contacto.	Optimizado para web 800 x 1091 píxeles de alto máximo. Código de color: RGB: # 1481d3 (R: 20 B: 129 B: 121)	Digital / Diseño publicitario.	Digital / correo electrónico vía base de datos / mailchimp.	6 meses de anticipación para apegarse al calendario de actividades de cada colegio.	Por medio de SOG quien distribuirá el material a los establecimientos por medio de una base de datos.

E - MAILING AGRADECIMIENTO

¿Qué se va utilizar como medio de comunicación?		¿Cómo se distribuirá?			
Pieza: E-MAILING	Medio				
Propósito	Formato	Carácter	Medio	Tiempos	A través de quién
Agradecer la participación, medio para adjuntar la guía para maestros.	Optimizado para web 800 x 919 píxeles de alto máximo. Código de color: RGB: # 943aae (R: 148 B: 58 B: 174)	Digital / Diseño publicitario.	Digital / correo electrónico vía base de datos / mailchimp.	6 meses de anticipación para apegarse al calendario de actividades de cada colegio.	Por medio de SOG quien distribuirá el material a los establecimientos por medio de una base de datos.

VIDEO

¿Qué se va utilizar como medio de comunicación?		¿Cómo se distribuirá?			
Pieza: VIDEO	Medio				
Propósito	Formato	Carácter	Medio	Tiempos	A través de quién
Apoyo visual al contenido escrito en el e-mailing, profundización de que se trata el evento, quién es SOG y los beneficios de la música.	Optimizado para web H264.	Digital / Diseño publicitario.	Digital / correo electrónico vía base de datos mailchimp.	6 meses de anticipación para apegarse al calendario de actividades de cada colegio.	Por medio de SOG quien distribuirá el material a los establecimientos por medio de una base de datos.

FASE 2 CONFIRMACIÓN DE EVENTO

GUÍA PARA MAESTROS					
¿Qué se va utilizar como medio de comunicación?			¿Cómo se distribuirá?		
Pieza: Guía para maestros		Medio			
Propósito	Formato	Carácter	Medio	Tiempos	A través de quién
Facilitar la comunicación con los docentes de cada aula. Informar sobre el material que será colocado y utilizado en el proceso de comunicación.	PDF optimizado para web. RGB	Digital.	Digital / correo electrónico vía base de datos / mailchimp.	Una vez aprobado la participación del concierto, dos semanas antes del mismo.	Por medio de SOG quien distribuirá el material a los establecimientos por medio de una base de datos.

El material será entregado por medio de sobres con stickers identificadores para facilitar su distribución: Dos sobres manila blancos identificados 1.º y 2.º primaria / 3.º y 4.º primaria y su respectivo material (recurso pedagógico y hojas de trabajo). Y un sobre con Afiches de cartelera.

FASE 3 COMUNICACIÓN CON LOS NIÑOS / GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

Material publicitario antes del concierto / Recurso pedagógico: Rompecabezas					
¿Qué se va utilizar como medio de comunicación?			¿Cómo se distribuirá?		
Pieza: RP / Rompecabezas		Medio			
Propósito	Sopote	Carácter	Lugar	Tiempos	A través de quién
Crear una experiencia divertida a través del juego, pretende inducir al conocimiento y reforzarlo con una hoja de trabajo.	<p>Impreso.</p> <p>Azul: CMYK: # 277abf C: 35% M: 89% Y: 0% K:0%</p> <p>Morado: CMYK: #864395 C: 96% M: 43% Y: 0% K:0%</p>	Pedagógico.	En cada aula / 1 juego que contiene 4 rompecabezas.	1 semana antes del evento.	Por medio de SOG quien distribuirá el material a los establecimientos a través de una base de datos de 60 colegios.

AFICHE CARTELERA

		¿Qué se va utilizar como medio de comunicación?		¿Cómo se distribuirá?		
		Pieza: Afiche en cartelera	Medio			
EXPECTATIVA	Propósito	Sopote	Carácter	Lugar	Tiempos	A través de quién
	Persuadir, generar una asociación con la actividad de clase con el evento, motivarlos a cuestionarse: “¿Qué es esto?”.	Impreso/digital. Azul: CMYK: # 277abf C: 35% M: 89% Y: 0% K:0% Morado: CMYK: #864395 C: 96% M: 43% Y: 0% K:0%	Impreso / digita / diseño publicitario.	Cartelera de primaria.	Lunes en la semana antes del evento.	Por medio de SOG quien distribuirá el material a los establecimientos a través de una base de datos de 60 colegios.
INFORMATIVO	Propósito	Sopote	Carácter	Lugar	Tiempos	A través de quién
	Informar, dar lugar a una identificación con el niño presente en el cartel.	Azul: CMYK: # 277abf C: 35% M: 89% Y: 0% K:0% Morado: CMYK: #864395 C: 96% M: 43% Y: 0% K:0%			Día miércoles de la semana antes del evento. Día de envío de circular y recurso pedagógico a casa.	

FASE 4 SEMANA DEL CONCIERTO / DURANTE EL CONCIERTO

FASE 2 Durante el concierto / Recurso pedagógico: Guía Mi primer Instrumento					
¿Qué se va utilizar como medio de comunicación?			¿Cómo se distribuirá?		
Pieza: Recurso Pedagógico	Medio				
Propósito	Sopote / formato	Carácter	Lugar	Tiempos	A través de quién
Generar experiencias, interactividad.	Soporte: Bond. Formato: Carta 8.5 x 11 pulgadas. Azul: CMYK: # 277abf C: 35% M: 89% Y: 0% K:0% Morado: CMYK: #864395 C: 96% M: 43% Y: 0% K:0%	Impreso/ Pedagógico.	Se le brindará a los colegios.	Semana antes del evento para su elaboración para el día del concierto.	Por medio de SOG quien distribuirá el material a los establecimientos de manera presencial mediante un material impreso.

BOTÓN

¿Qué se va utilizar como medio de comunicación?		¿Cómo se distribuirá?			
Pieza: MP	Medio				
Propósito	Sopote / formato	Carácter	Lugar	Tiempos	A través de quién
Motivar al grupo objetivo secundario / Generar recuerdo e incentivarlos a integrarse en la música.	Impreso. Morado: CMYK: #864395 C: 96% M: 43% Y: 0% K:0%	Impreso/ Diseño publicitario.	En el establecimiento educativo.	Día del evento.	Por medio de SOG quien distribuirá el material a los establecimientos de manera presencial el día del concierto.

A partir de las tablas realizadas con anterioridad se dispuso evaluar de manera global las piezas anteriormente realizadas por la organización y se anotó las posibilidades del diseño a ser aplicadas en cada pieza.

Mirar	Elegir	Carácter	Imaginar
Material publicitario ineficaz, elementos gráficos presentes en la web.	Propuesta de material original, manejo de otra técnica. análoga digital.	Impreso/digital Diseño publicitario.	Afiches tridimensionales, afiches interactivos, material promocional.
Pieza	Lo que comunica	Conecta con	Relación G.O
Afiche. Presentación video. Promocional. Recurso pedagógico.	La música también divierte SOG y la música con sentido social. La música enseña de manera divertida. Interactuando aprendemos mejor.	Escencia de la organización. Características y necesidades del G.O.	Motivar, persuadir. Informar, invitar. Premiar aprendizaje y participación. Divertir y participar.

TIMELINE

Primer contacto con las instituciones educativas vía e-mailing.



1

2

Confirmación de evento, envío de guías a docentes para las actividades especiales antes del concierto.

Fase de comunicación con los niños / afiches de cartelera / recurso pedagógico: rompecabezas / envío de circular y recurso pedagógico: Mi primer instrumento.



3

4

Día del concierto, instrumentos hechos por cada niño presente, intervención de director de orquesta y promocional.



11.3 PROYECCIÓN FINANCIERA

Se estableció la proyección financiera de acuerdo al material que será utilizado en el desarrollo del proceso de comunicación del concierto. Por lo que fue importante detallar la cantidad de material que se distribuirá e imprimirá de acuerdo a una proyección en relación a la base de datos de la organización, conformada por 60 colegios. La meta es llegar a todos ellos. Se desarrolló una planificación del manejo de los recursos gráficos a utilizar, siendo estos: E - mailings / video / guía para maestros / afiches / recursos pedagógicos / botón. Los precios según cotizaciones (Anexo 19).

El número de secciones por grado se promedió a 3 secciones

 E-MAILING / VIDEO	
60 e-mailings según base de datos / vía Mailchimp	
 GUÍAS PARA MAESTROS	12 POR COLEGIO
1 guías por sección 1.º a 4.º primaria	TOTAL: 720
<i>Considerando depreciación de equipo y tiempo empleado para enviar el correo.</i>	COSTO HORA HOMBRE:
	Q.100
 AFICHES CARTELERA	
4 afiches de cartelera de primaria	4 POR COLEGIO
<i>Doble carta opalina impresión digital Q.8.00 c/u</i>	TOTAL: 240
<i>4 x 60 colegios = 240</i>	Q.1,920

JUEGO DE ROMPECABEZAS

1 juego de rompecabezas por colegio

Se consideraron tener disponibles 3 juegos ante la posibilidad de algún concierto simultáneo.

2 EXTRAS PARA SOG

TOTAL: 3

3 EMPAQUES DE MADERA Q. 750

*Bisagras incluidas, 4 cajas internas
Sujetador y barniz. Q.250 c/u*

18 STICKERS EXTERIORES (1)

STICKERS DE EMPAQUE INTERIOR (12)

STICKERS INSTRUCTIVO (3) Q. 140

*Adhesivo blanco, laminado mate
Impresión digital : Q. 7.78 c/u*

12 ROMPECABEZAS Q. 490

*Vinil adhesivo con laminado mate
Q,40.833 c/u*

Q. 1,380



HOJA DE TRABAJO

240 Hojas de trabajo

*Hojas de trabajo carta en papel bond blanco y negro.
1 hoja para cada niño de cada sección de 1.º a 4.º = 240
x 60 colegios*

**240 POR
COLEGIO**

TOTAL: 14,400

Q. 3,920



RECURSO PEDAGÓGICO

240 recursos por colegio

*Desplegables carta, dobléz al centro. Papel bond
Impresión litográfica Q. 0.1088 c/u*

*Considerando que cada sección (3 secciones) se compone
de 20 niños = 60 niños por grado = 240 x 60 colegios*

**240 POR
COLEGIO**

TOTAL: 14,400

Q. 1,568



BOTONES

240 botones

Plastificados 3x3 pulgadas. Q.2.50 c/u

*Considerando que cada sección (3 secciones) se compone de
20 niños = 60 niños por grado = 240 x 60 colegios*

**240 POR
COLEGIO**

TOTAL: 14,400

Q. 36,000



GASTOS EXTRAS

Se consideró un rubro de gastos extras a ser utilizados en el evento

*Material adicional: sobres para entregar el material a los
colegio y stickers*

60 Sobres: Afiches

Q. 1,425

60 Sobres carta: Hojas de trabajo

Q. 33

60 Sobres carta: Recurso pedagógico

Q. 33

180 Stickers identificadores

Q. 77

*Transporte: Considerando que la orquesta se
trasladará a cada locación.*

Q. 10,000

*Entrega de material a cada colegio: Lo llevará
a cabo un encargado de SOG. Se consideró el
gasto en gasolina Q.50 por viaje*

Q. 3,000

Q. 14,568

 **COSTO TOTAL**

 E-MAILING Y GUÍA	Q.100
 AFICHES EN CATELERA	Q.1,920
 JUEGO DE ROMPECABEZAS	Q. 1,380
 HOJA DE TRABAJO	Q. 3,920
 RECURSO PEDAGÓGICO	Q. 1,568
 BOTONES	Q. 36,000
 GASTOS EXTRAS	Q. 14,568
Costo aproximado al 100% de la base de datos	Q.59,456
Costo unitario por concierto:	Q.991

Como complemento, se consideró generar una relación en cuanto a la cantidad de niños que podrían ser beneficiados por la donación por conciertos:

MONTO DE APADRINAMIENTO MÍNIMO MENSUAL <i>Según Anexo 1.1</i>	Q. 50
APADRIMIENTO ANUAL	Q. 600
PRECIO DE ENTRADA POR CONCIERTO	Q. 25
MONTO TOTAL RECAUDADO POR 1 CONCIERTO <i>240 niños x Q.25</i>	Q. 6 000
MONTO REAL RECAUDADO EXCLUYENDO COSTOS DEL CONCIERTO <i>Q.6 0000 - 991 (costo del concierto)</i>	Q. 5,009
NIÑOS BENEFICIADOS POR 1 CONCIERTO <i>Q.5,009 / 50</i>	100

CON 2 CONCIERTOS SE APADRINARIA A TODOS LOS NIÑOS DE SOG POR UN MES.

PROYECCIÓN FINANCIERA AL 50%

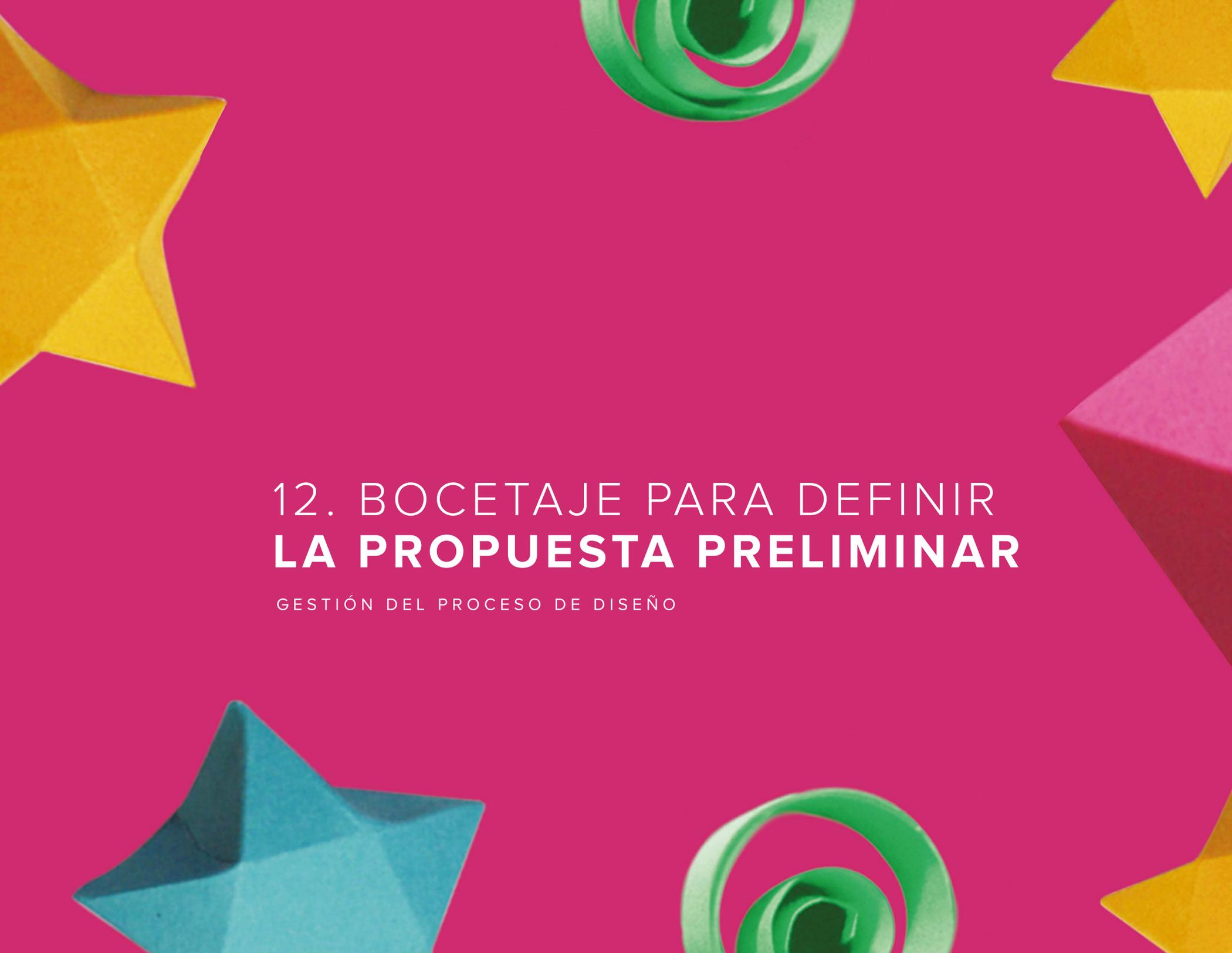
La organización posee patrocinadores como Cemaco y la Universidad Internaciones. Cemaco brindará impresiones. Se tiene la posibilidad de adquirir más patrocinadores. La proyección fue realizada a un estimado de 60 colegios como alcance ideal.

Sin embargo, se realizó una proyección al 50% (30 colegios):

 COSTOS 30 colegios <i>Q.59,456 / 2</i>	Q.29,728
240 NIÑOS POR COLEGIO	ENTRADA: Q. 25 Q.6,000 POR COLEGIO
TOTAL ENTRADAS 30 COLEGIOS <i>7,200 niños</i>	Q180,000

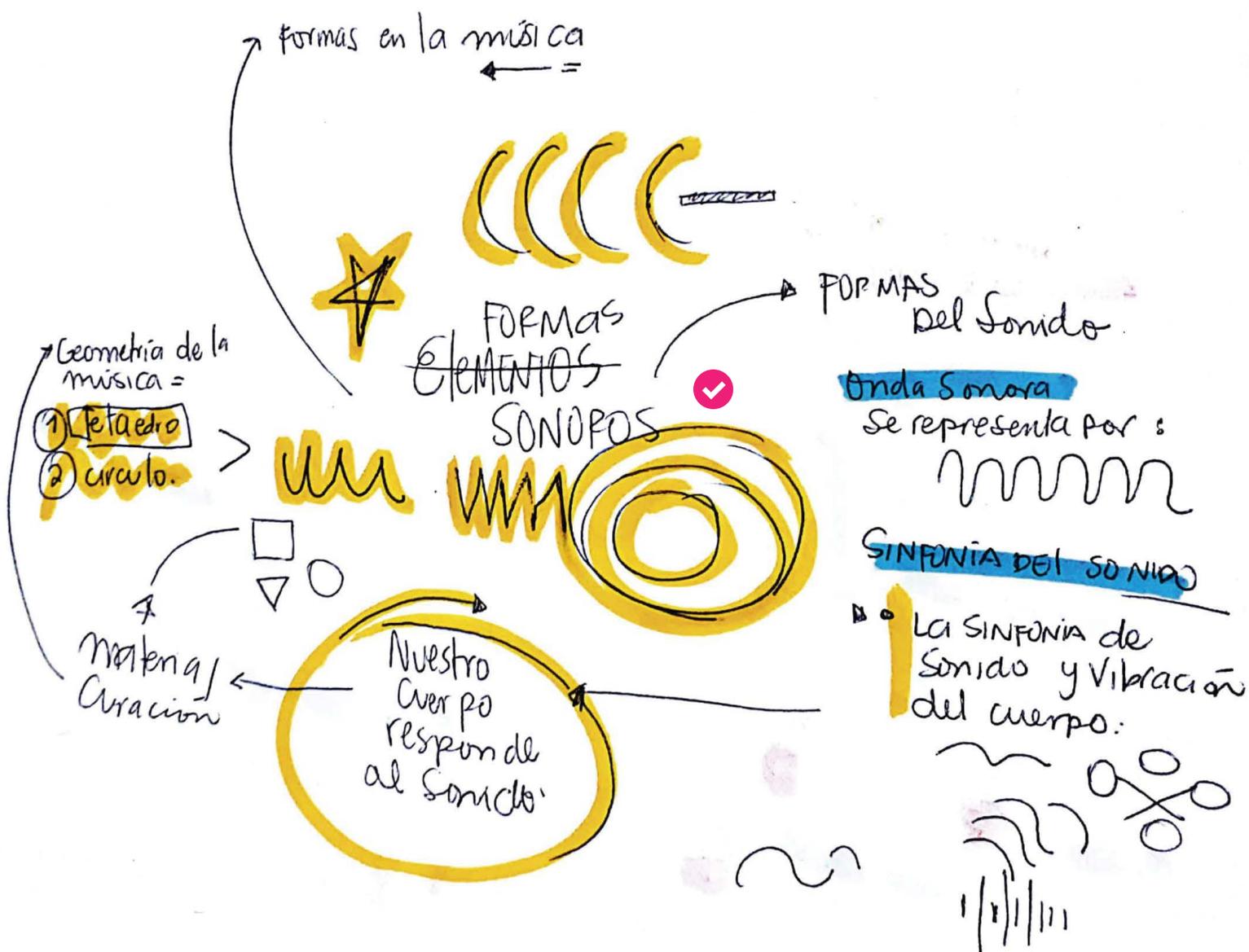
MONTO DE APADRINAMIENTO MÍNIMO MENSUAL	Q. 50
APADRIMIENTO ANUAL <i>Q.50 x 12 meses</i>	Q. 600
PRECIO DE ENTRADA POR CONCIERTO	Q. 25
MONTO TOTAL RECAUDADO POR 30 CONCIERTOS <i>240 niños x Q.25 x 30 colegios</i>	Q. 180,000
MONTO REAL RECAUDADO EXCLUYENDO COSTOS DEL CONCIERTO <i>Q.180,00 - 29,728 (costo del concierto)</i>	Q. 150,272
NIÑOS BENEFICIADOS POR 30 CONCIERTOS <i>Q.150,272 / 50 (apadrinamiento) / 12 (meses)</i>	250

CON 30 CONCIERTOS SE APADRINARÍA A TODOS LOS NIÑOS DEL SOG Y SE PODRÍA INCREMENTAR EL NÚMERO DE BENEFICIADOS EN UN 25 %.



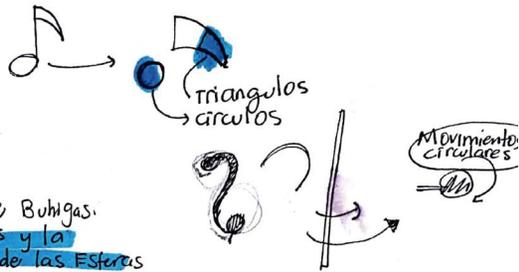
12. BOCETAJE PARA DEFINIR **LA PROPUESTA PRELIMINAR**

GESTIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO

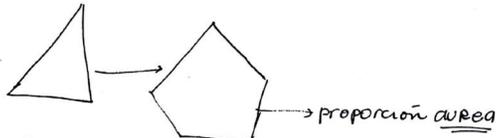


- La música secreta de las formas -

El ritmo y sonido es vibrante



Jaime Buhigas.
Pitágoras y la Música de las Esferas



La música tiene abla relación con los números



do re mi fa
sol la si do.

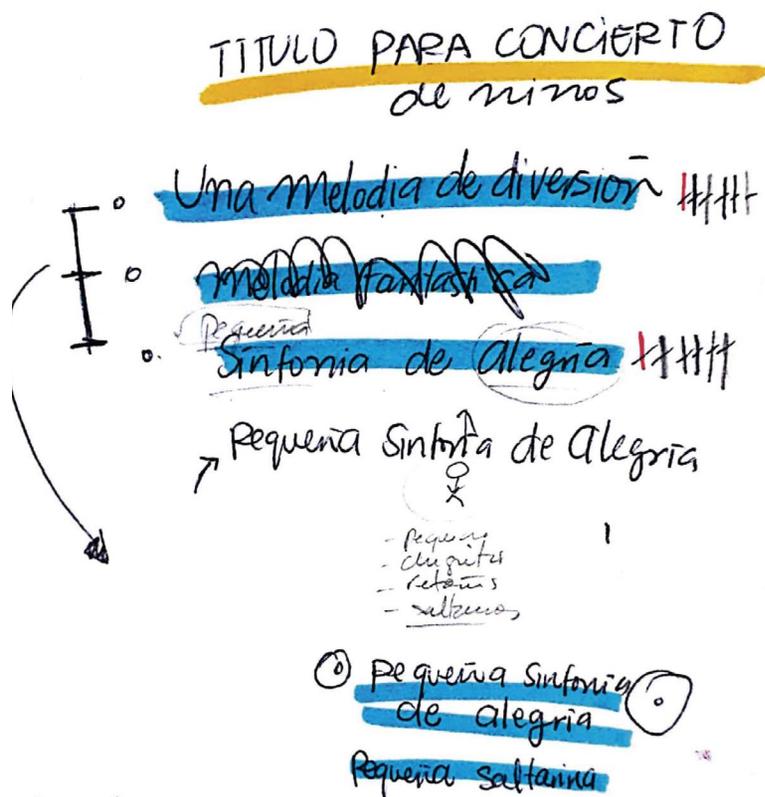
• Numero phi en la música



Se seleccionó el triángulo, las estrellas y el espiral como principales elementos que se relacionan con la música y a su vez pueden connotar diversión. Se tomó a consideración que son figuras básicas con las cuales están familiarizados. A través de la técnica se dará lugar a troqueles que puedan ser generados por medio del uso del papel y corresponder así al concepto.

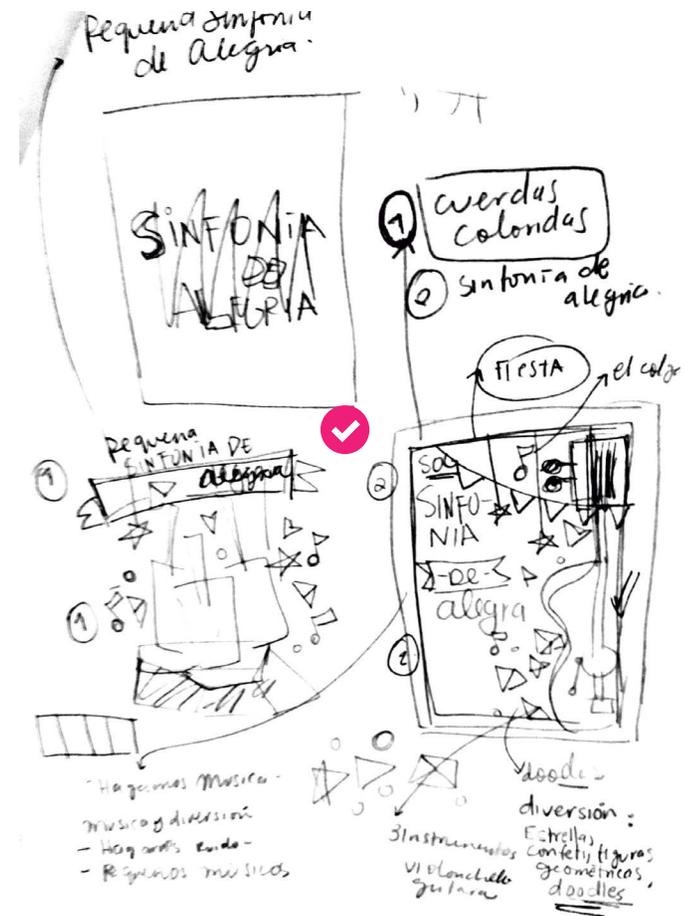
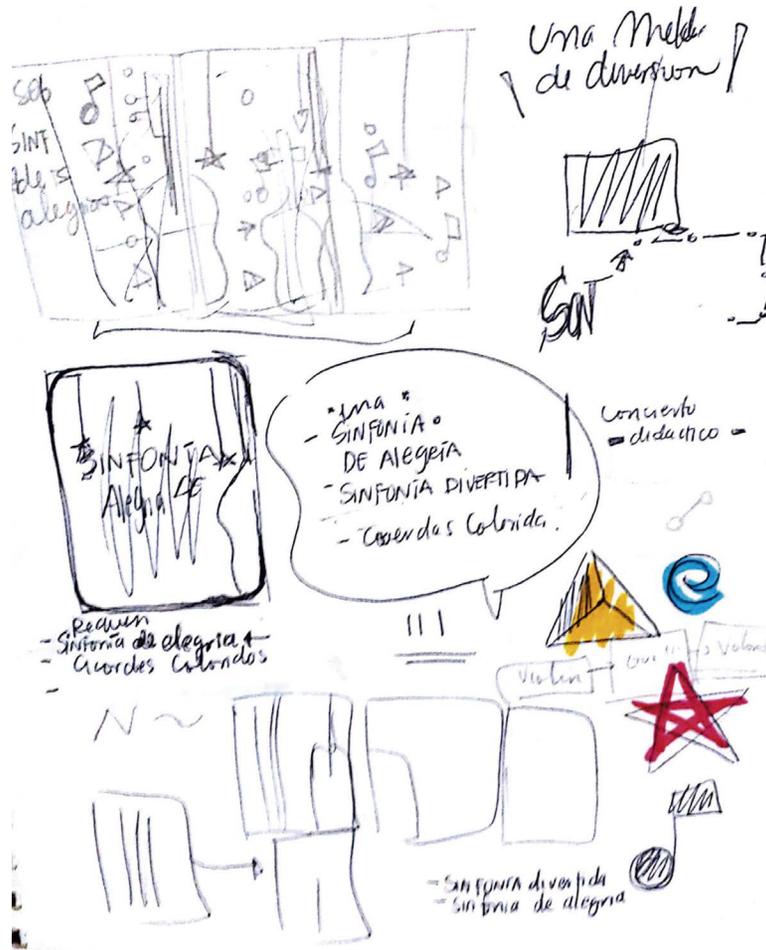
Fue importante por otro lado dar lugar a posibles nombres para el concierto. En este proceso surgieron los siguientes:

Una melodía de diversión, melodía fantástica, pequeña sinfonía de alegría, mi primera sinfonía. Siendo importante para el cliente recalcar el acercamiento a la música a cada niño, se seleccionó "Mi primera Sinfonía".

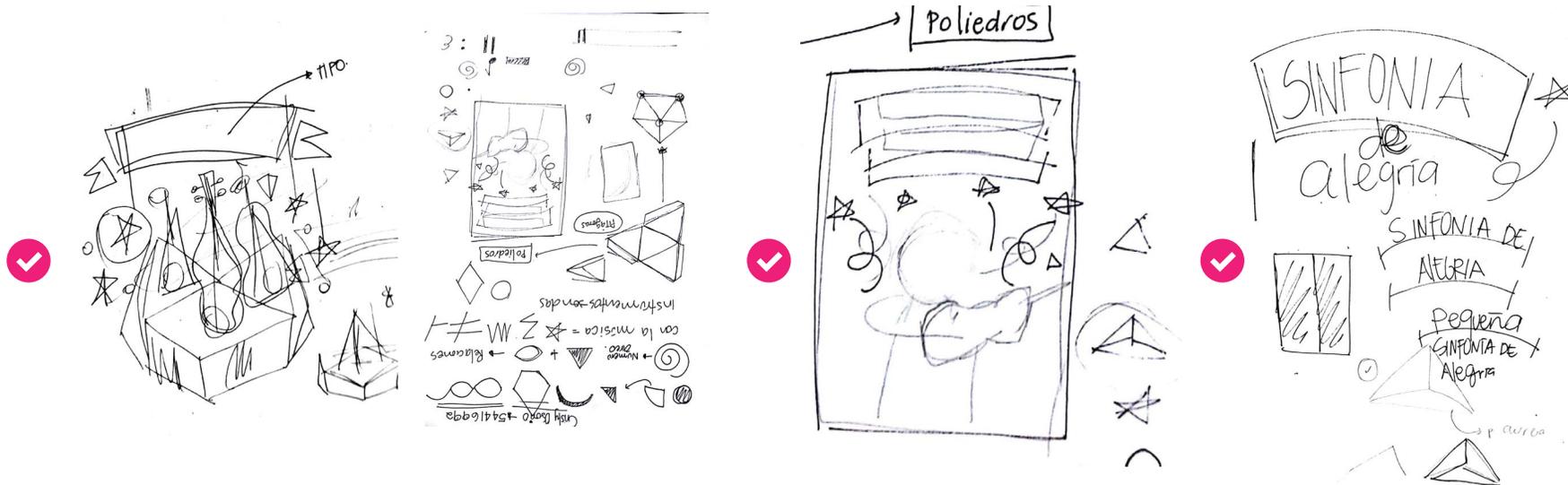




BOCETAJE MANUAL DE AFICHES / CARTELERA: Con base en lo anterior se inició con el proceso de bocetaje de afiche, se generaron pruebas manuales y digitales para tener una visualización previa.



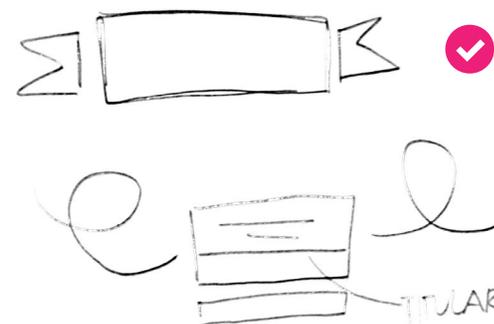
Inicialmente se pensó en una propuesta en donde los afiches se completaran con el siguiente, sin embargo, fue descartada debido a que no se garantiza que los afiches fueran posicionados de buena forma y se comunicara de manera eficiente además los podría ocasionar confusión en los niños.



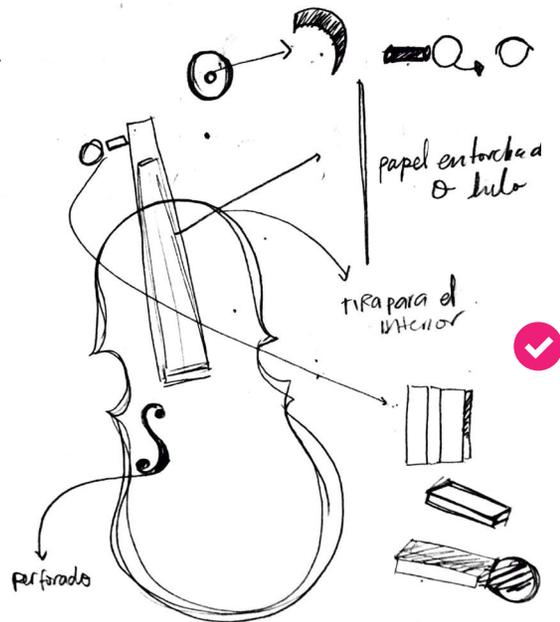
Se seleccionó una propuesta en donde podrían manejarse niveles a partir de una tarima para hacer alusión al escenario de un concierto y a la estructura de una orquesta. Se tomó en cuenta el uso de niveles en los elementos a ser colocados con hilos esos tienen la intención de relacionarse con el pentagrama.

Fue importante la presencia del niño en un afiche para dar lugar a una identificación con la gráfica y generar fases en este caso se presentará la información puntual del evento datos de fecha y hora.

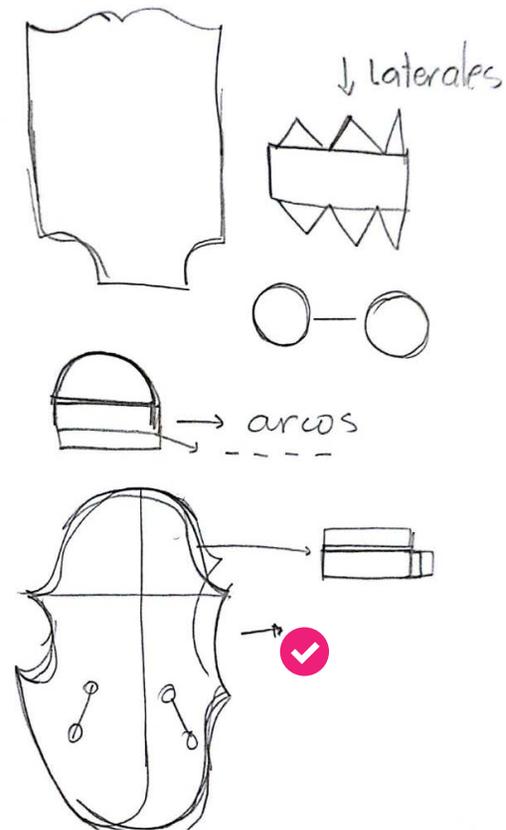
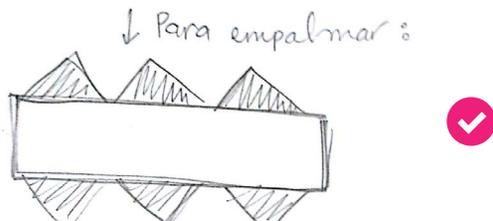
TITULAR: Se hicieron pruebas para darle dinamismo al titular, se consideró la posibilidad de utilizar un cintillo y una disposición curva para el texto. Sin embargo, esto le restaba mucho espacio al formato por lo que se utilizó otra alternativa. Un elemento curvo que de igual manera se relaciona con el movimiento sonoro.



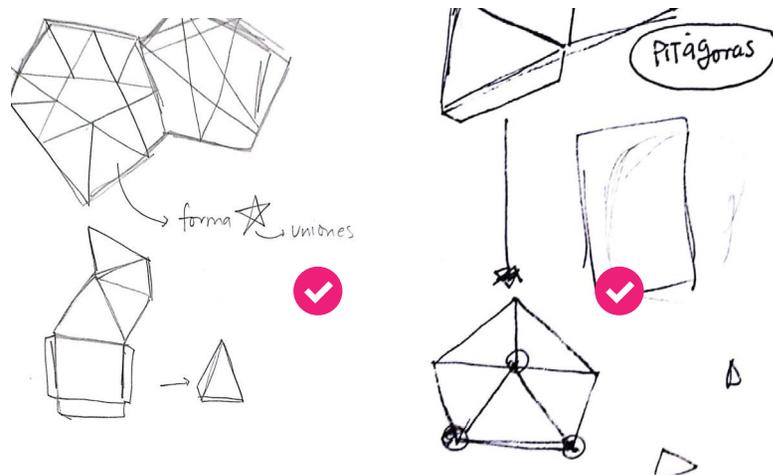
TROQUELES: Se bocetó la forma básica de los troqueles que se necesitarán para aplicar la técnica y dar lugar a la propuesta. El proceso fue llevado a cabo a base de cajas y caras para empalmarlas y que diera lugar a figuras básicas.



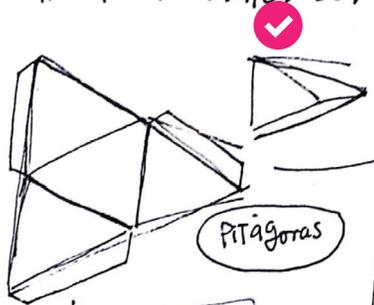
Se hizo una variación del violín generado y adaptado a diferentes dimensiones en el momento de la digitalización. Fue necesario generar elementos rectangulares para poder cubrir los laterales y que fuera más simple el empalme de los elementos:



Se realizaron pruebas para lograr las formas poliédricas. El proceso se llevó a cabo mediante figuras básicas. Triángulos y heptágonos:



con la música = -
Instrumentos →

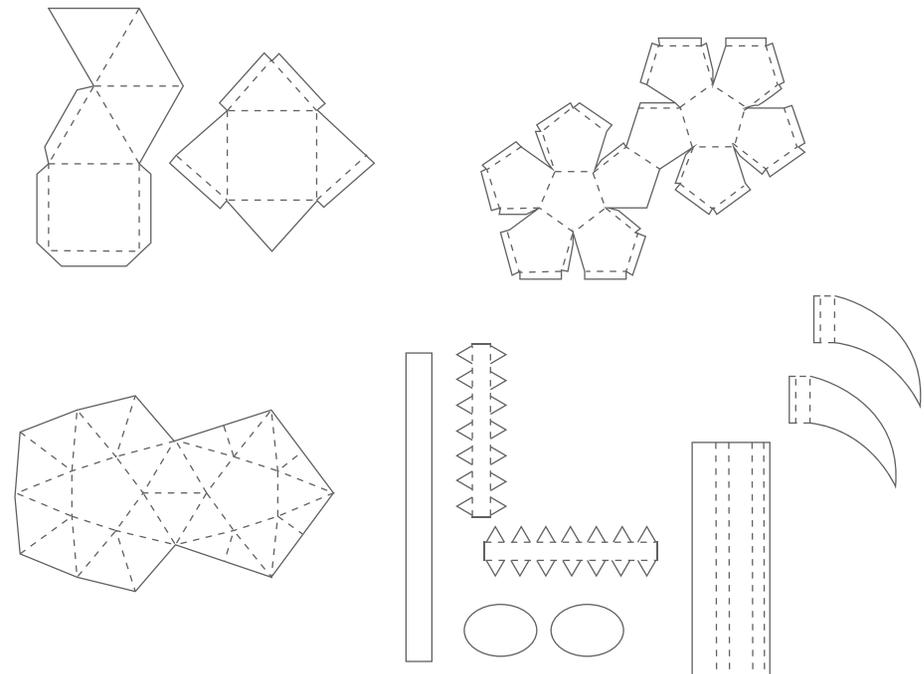


12.2 Bocetaje digital



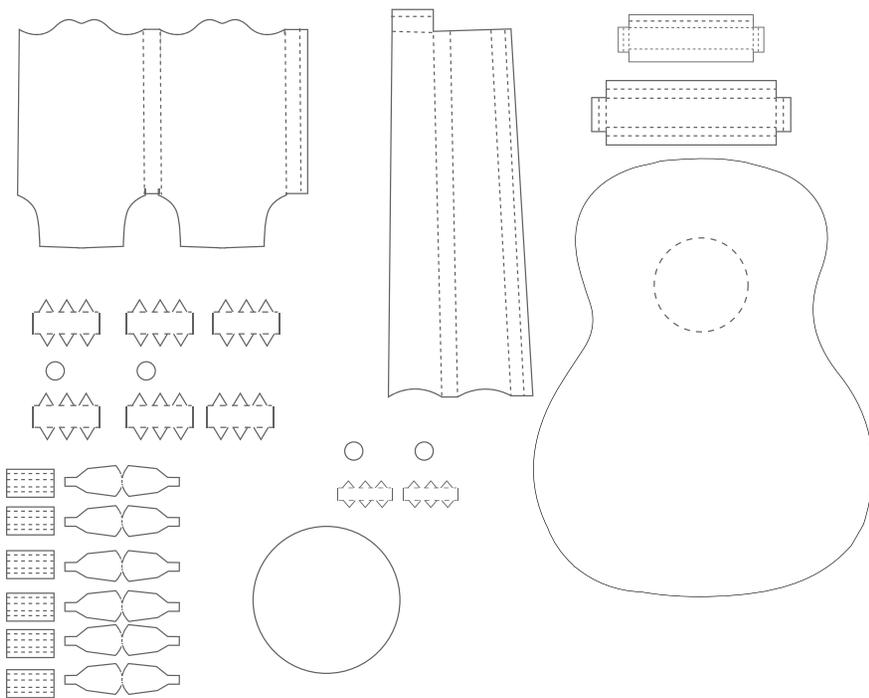
BOCETAJE DIGITAL DE AFICHES / CARTELERA:

TROQUELES: Tomando en consideración todo lo anterior, el proceso digital comenzó por medio de la construcción final de los troqueles.

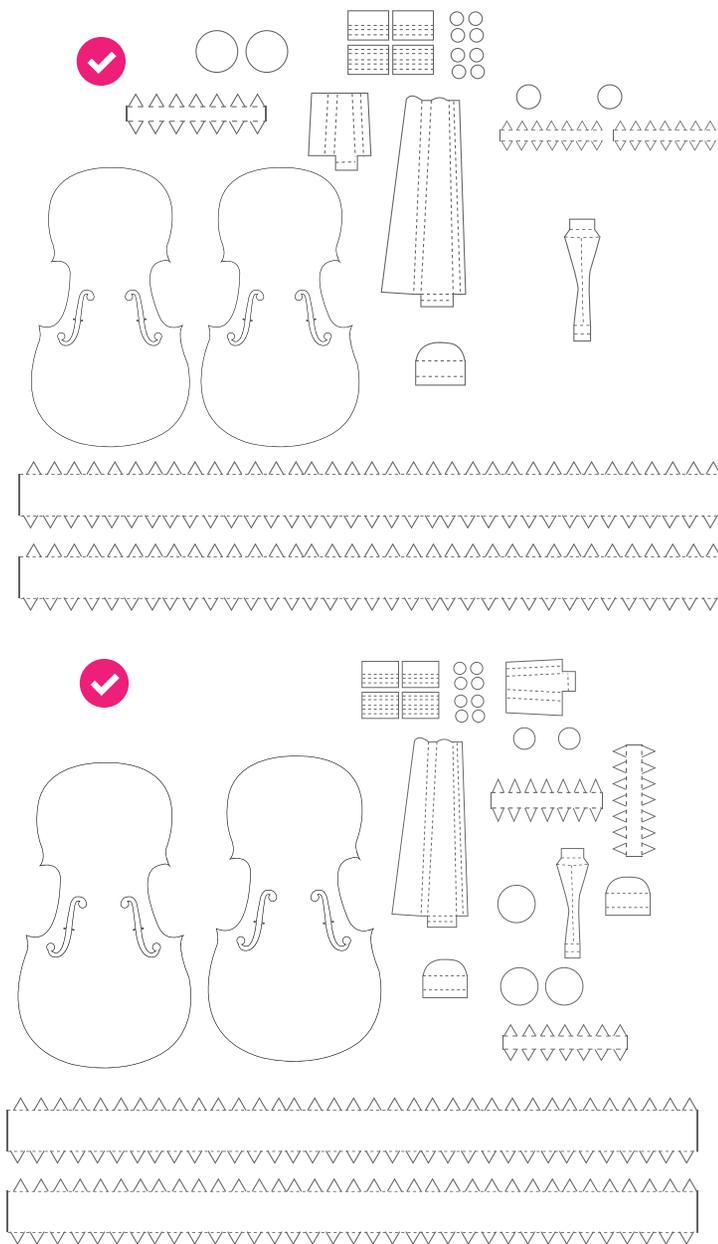


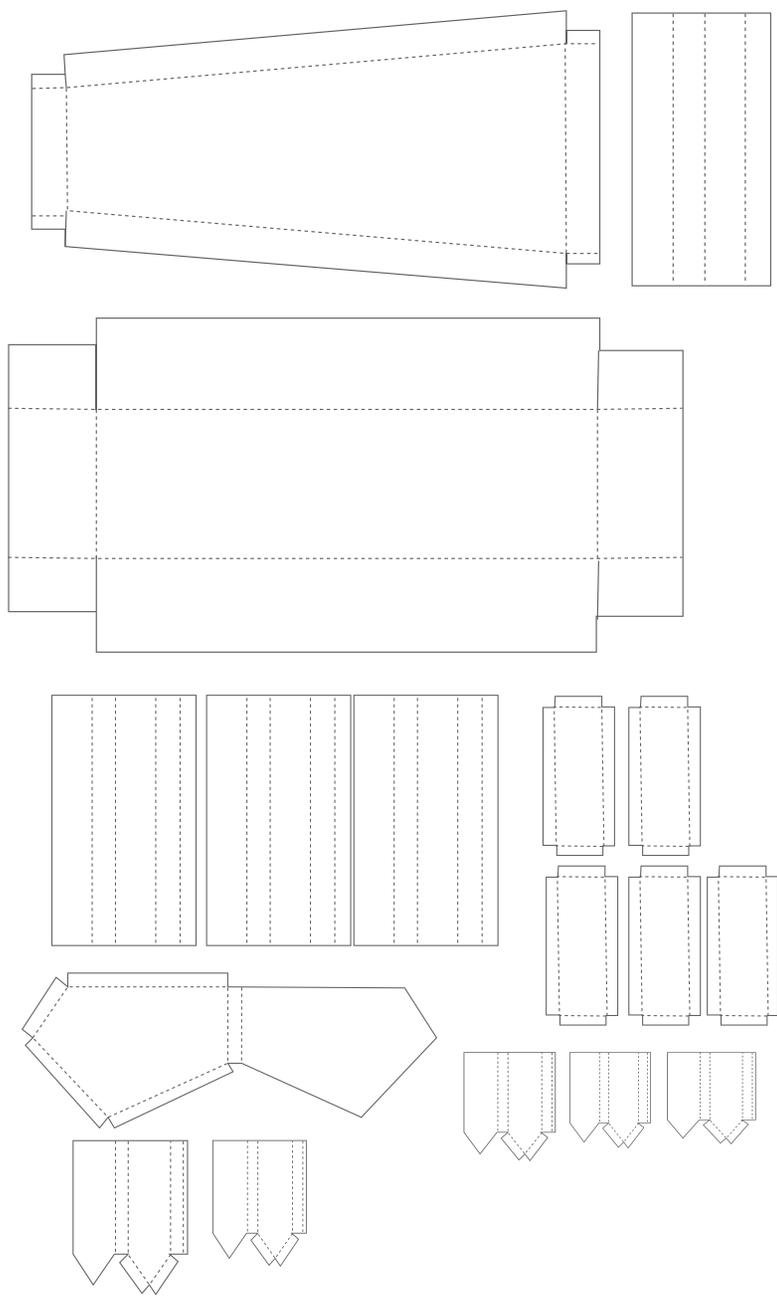
ELEMENTOS: Se seleccionaron figuras básicas con base en los poliedros, el triángulo y la estrella. Se hizo una tira de papel para dar lugar a un espiral al entorcharlo.

INSTRUMENTOS: Se consideró el troquel de una guitarra sin embargo, el cliente indicó que no estarían presentes en la orquesta por lo que fue descartado.



Se confirmó la presencia de violines y violonchelos por lo que los troqueles correspondientes fueron seleccionados. Asimismo, se confirmó la presencia de la marimba. El violín posee un menor tamaño que el violonchelo sin embargo, su estructura es muy similar.





PREVISUALIZACIÓN Se generaron imágenes vectoriales para poder visualizar previamente la disposición de elementos. La paleta de color fue seleccionada con base en la búsqueda del material para de esta manera fuera más sencillo identificar que colores podrían usarse. Se seleccionaron las opciones que evidenciaran la estructura de “tarimas” haciendo énfasis en la estructura de una orquesta, la cual se conforma de diferentes planos donde se ubican los instrumentos.



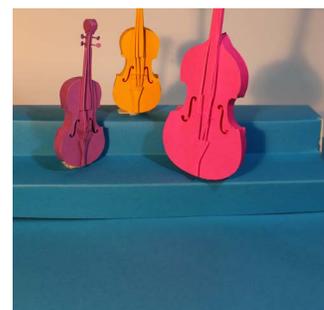
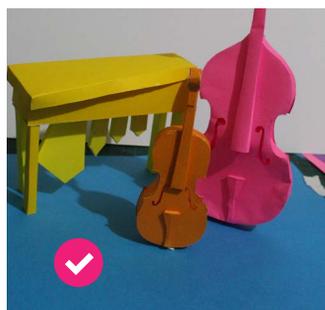
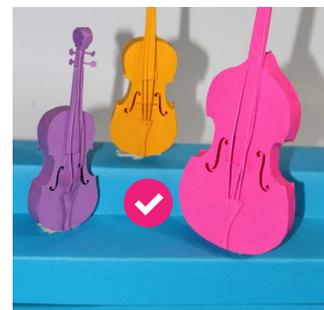
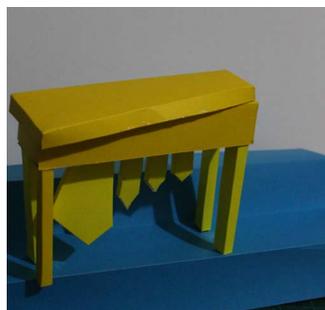
SELECCIÓN DE PALETA DE COLOR Como se mencionó con anterioridad se hicieron pruebas con el material físico para concluir en una paleta de color. Se buscó que el color fuera en tonos vibrantes, para lograr una gráfica llamativa. Con diferentes papeles teñidos que facilitaran dar lugar a acabados limpios. Así mismo, se consideró el uso de papeles texturizados. La paleta de color fue seleccionada a manera de la utilización de colores

fantasiosos para corresponder a la codificación del mensaje, se buscó que el color tuviera una expresión, imaginativa y divertida. A partir de una paleta de colores que no correspondiera a la expresión literal del color de los instrumentos se lograría este propósito. Al poseer lo contrario a una expresión literal, se abre la posibilidad a un manejo de color que corresponda a la diversión que requiere el concepto a través de lo llamativo y vibrante.



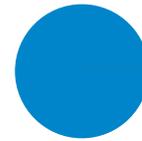
ARMADO Y EMPALME DE TROQUELES: En seguimiento a lo anterior se dispuso a armar los troqueles y ser colocados en la composición. Se hicieron pruebas básicas de posición previamente. Se seleccionó una composición conformada de tres instrumentos de cuerda.

Se seleccionó, además la composición en donde la marimba se integrará.



PRUEBAS DE COMPOSICIÓN Se realizaron pruebas de composición con los elementos armados. Se determinó que los colores estaban demasiado saturados por lo que se dispuso a cambiar el color del fondo.

El tono del color morado fue modificado para mejorar el contraste con el amarillo.

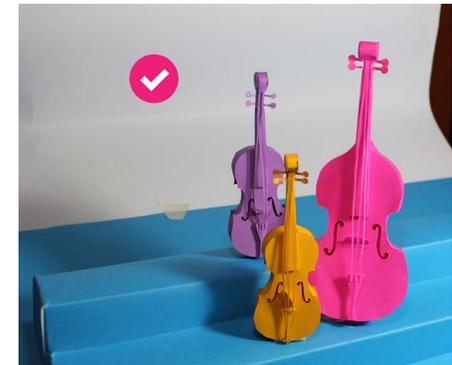


CMYK 277abf
C: 35% M: 89%
Y: 0% K:0%

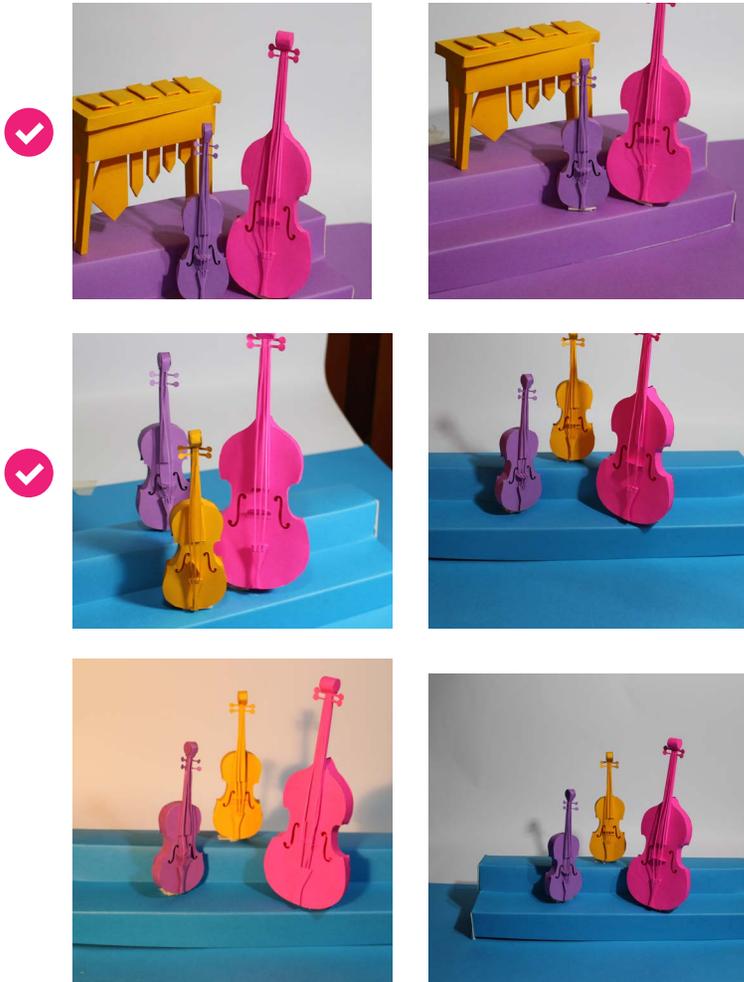


CMYK 864395
C: 96% M: 43%
Y: 0% K:0%

Las composiciones anteriores fueron evaluadas y se dispuso generar pruebas con la perspectiva. Para dar lugar a una composición más interesante:

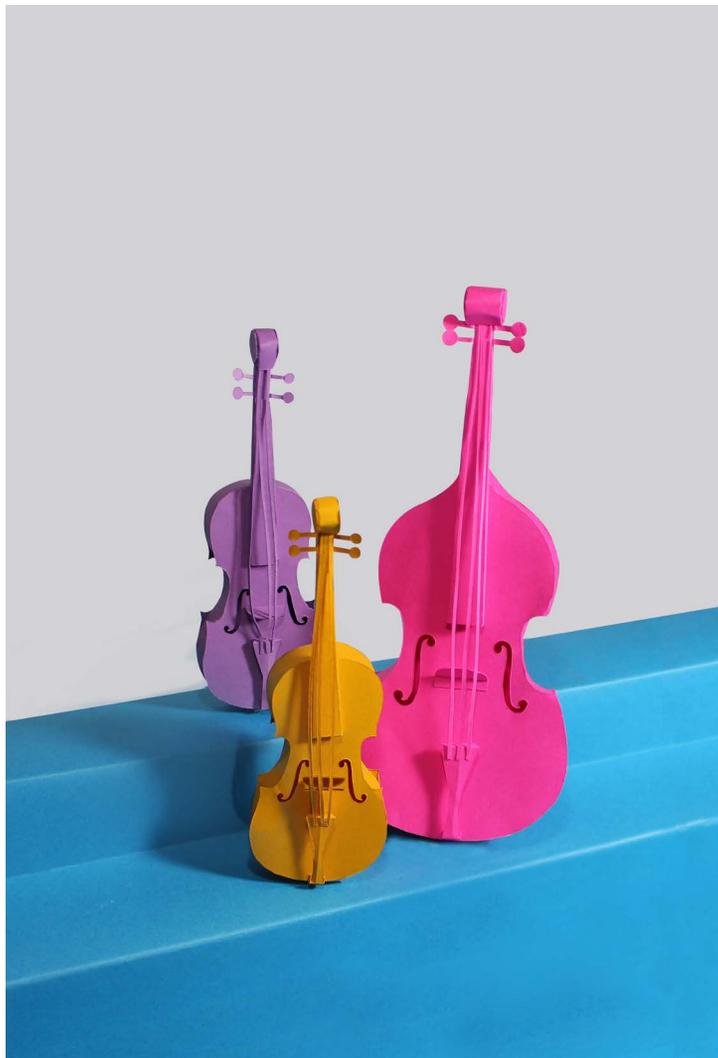


PRUEBAS DE ILUMINACIÓN Y ENCUADRES: Luego de haber bocetado los elementos y armado los troqueles se dispuso a armar los troqueles finales y realizar pruebas de iluminación en base en las composiciones seleccionadas. Se requería que las sombras tuvieran un aspecto suave y los colores un buen contraste.

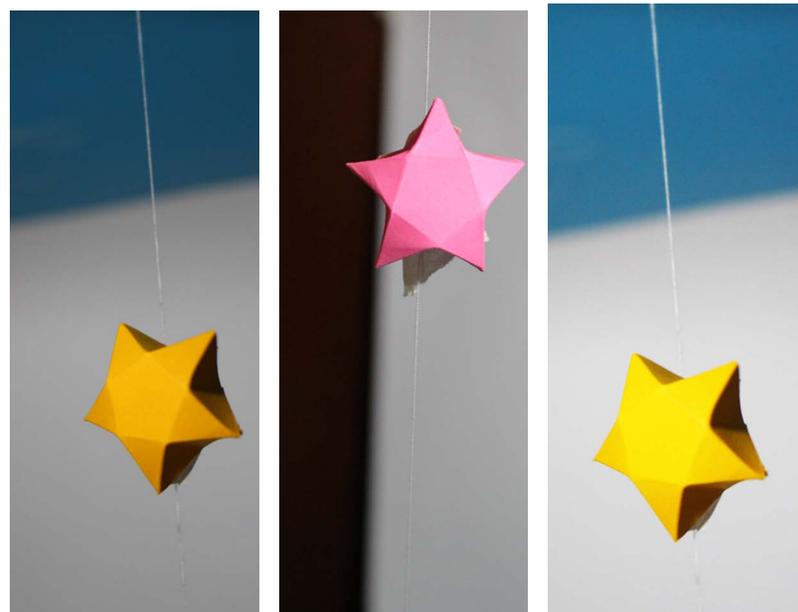


FOTOGRAFÍAS PRELIMINARES: Al seleccionar las composiciones se dispuso a sustraer el fondo ya que se busca un fondo plano de color.





ELEMENTOS POLIÉDRICOS: Parte de la visualización fue generar elementos poliédricos que pudieran colgarse a manera de generar ejes verticales y corresponder a los ejes del pentagrama. Se decidió hacer pruebas con los elementos colgados y una segunda con los elementos sujetos a una superficie. Se seleccionó la segunda opción debido a que era funcional y más rápido. A su vez resultó simple replicar la posición de los elementos como si estuvieran colgados.



Fue importante tomar en consideración los elementos poliédricos para corresponder al concepto: “Sonoros, dobleces de diversión.” Teniendo a consideración que, según Buhingas (2015), quien menciona que Pitágoras indicaba que: “Hay geometría en el murmullo de las cuerdas. Hay música en los espacios entre las esferas”. Pitágoras relacionó la geometría y la aritmética a la teoría de la música y astronomía. Se puntualiza que la geometría y la música están altamente vinculadas.

El teorema de Pitágoras se relaciona con las figuras como el cuadrado y el triángulo. De esta manera todas las formas geométricas se relacionan con la música. Es así como los elementos poliédricos (basados en varias caras geométricas) se vinculan conceptualmente con la música. Por otro lado se escogió la estrella, siendo un elemento conocido por los niños, el cual se relaciona con la felicidad y la alegría. Se generó un juego con los elementos colgantes para dar lugar a una gráfica divertida y a su vez relacionarlo con los ejes del pentagrama. Por otro lado el rombo también fue elegido siendo una figura básica basada en triángulos los cuales se relacionan directamente con la teoría del autor.



PRUEBAS TIPOGRÁFICAS/ TITULAR: Antes de continuar con el proceso se determinó la tipografía esto se llevó a cabo por medio de pruebas:



Se seleccionó la última prueba tipográfica (DK Lemon Yellow) como la preliminar integrando los elementos que se habían considerado en el bocetaje manual. (los elementos curvos en los laterales).

PRUEBAS TIPOGRÁFICAS/ COMPLEMENTARIA: Fue importante definir una tipografía complementaria que facilitara la lectura y pudiera ser aplicada para soportes digitales. Siendo estas las posibles opciones:

PROXIMA NOVA: CONCIERTO DIDÁCTICO / Concierto didáctico

FUTURA: CONCIERTO DIDÁCTICO / Concierto didáctico

FV ALMELO: CONCIERTO DIDÁCTICO / CONCIERTO DIDÁCTICO

AVENIR: CONCIERTO DIDÁCTICO / Concierto didáctico

Las tipografías fueron colocadas sobre fondos de color para generar pruebas de legibilidad.

PROXIMA NOVA: ✓
CONCIERTO DIDÁCTICO / Concierto didáctico

FUTURA:
CONCIERTO DIDÁCTICO / Concierto didáctico

FV ALMELO:

CONCIERTO DIDÁCTICO / CONCIERTO DIDÁCTICO

AVENIR:

CONCIERTO DIDÁCTICO / Concierto didáctico

Fue seleccionada Proxima Nova debido a sus trazos curvos y estructura, se consideró que era la mejor opción tanto para soportes impresos como para proyectables en pantalla o digitales.

Se busca que la tipografía permita una imagen divertida e infantil, esto se logra a partir de la selección tipográfica del titular. Adicional la tipografía complementaria, pretende, según la codificación del mensaje, ser amigable y legible.

FRASES: Al inicio del proceso, se consideró el uso de copys o frases para cada afiche, siendo estas las siguientes.

AFICHE1

Alegría sonora
Aventura entre cuerdas 
Cuerdas divertidas
Diversión sonora
Una historia de cuerdas
Música de cuerda
Un recuerdo inolvidable
Historias de cuerdas divertidas
Concierto fantástico

AFICHE2

Sonidos que te mueven el corazón
Historias de ritmos sonoros
Diversión entre marimbas
Juego de teclas sinfónicas
Una aventura de teclas y cuerdas
Ritmos al compás de una aventura

AFICHE3

Ayudanos a seguir haciendo música 
Haciendo música juntos
Diviértete con nosotros y hagamos música
Sigamos haciendo música.

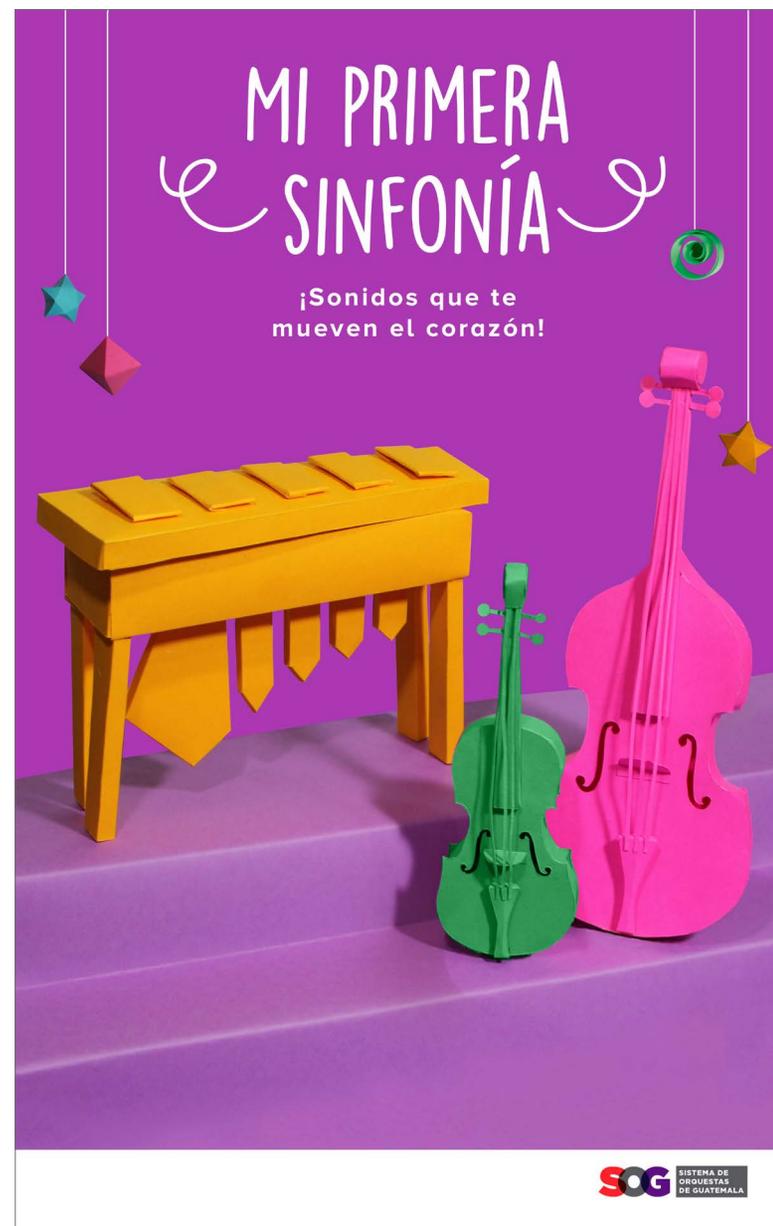
Se seleccionaron las siguientes frases, se buscó que el tono fuera amigable y connotara diversión

1. “Una aventura entre cuerdas”
2. Sonidos que te mueven el corazón. Esta fue validada con el cliente y se cambió a “Ritmos que te mueven el corazón”
3. 3. “Ayúdanos a seguir haciendo música” esta frase se cambió por “Sigamos haciendo música” debido a que la anterior podría tener un tono caritativo y es lo que no se está buscando comunicar, ya que SOG quiere promoverse como una organización en pro de los niños y juventud sin generar lástima o compasión.

COMPOSICIONES PRELIMINARES:

A partir de estas pruebas se generaron las composiciones preliminares del primer y segundo afiche de cartelera. Se consideró el espacio blanco de un cintillo para ubicar el logotipo de la organización así mismo de patrocinadores.

Estas frases fueron descartadas debido a las características del grupo objetivo secundario, se consideraron innecesarias. Se buscó a partir de las composiciones corresponder a una gráfica basada en ilustración llamativa e inusual por medio de una paleta de color fantásica y un manejo del formato basado en el balance entre texto y elementos gráficos como se menciona en la codificación del mensaje.





CAMBIOS PRELIMINARES: Se generaron cambios de luces y sombras de igual manera se eliminó el elemento del titular, considerando que le restaba limpieza al mismo y lo sobre saturaba. Se añadió por otro lado, sombra al titular para darle más peso y la tipografía aumentó de grosor. Las frases fueron eliminadas considerando que estas no son relevantes para el g.o secundario.



De esta forma, al liberar espacio en el titular permitió integrar más elementos colgantes, complementando así la gráfica.

Se consideró un tamaño estándar, 11x17 y opalina para la impresión.

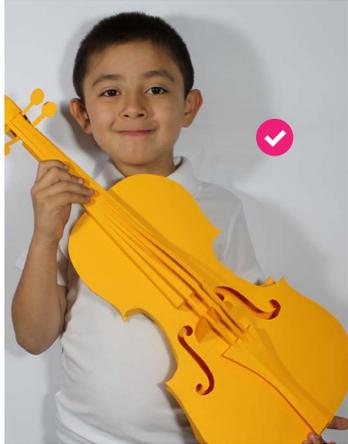


TERCER AFICHE: Se generó un violín a escala real 7x11 pulgadas para lo cual se aumentó la escala de uno de los troqueles de los violines para iniciar su armado.

Se generaron pruebas fotográficas previas para obtener una visualización. Se seleccionó la segunda opción debido a su expresión facial y posición 3/4. Se descartó la opción frontal debido a que no era favorecedora a la composición.

Fue importante tener en cuenta que expresión fuera amigable e invitara a los niños a participar y sentirse identificados. La identificación es un elemento importante para garantizar la eficacia del mensaje, además es un evento para niños dirigido por una orquesta infantil por lo que la presencia de un niño era indispensable. Se seleccionó un modelo de 7 años el cual que se encuentra en las edades del grupo objetivo secundario (7-10 años).

El instrumento sigue siendo de papel para corresponder al concepto además refuerza la idea de “aprender haciendo”, aspecto que se refuerza en la guía “Mi Primer Instrumento”.





A partir de lo anterior se llegó a una propuesta preliminar para su posterior edición:



Según lo anterior se llegó a una propuesta preliminar. Se determinó que hacía falta un elemento que lo relacionara con los niños músicos, por lo que se integró un corbatín. Se editó el color de la camisa para que contrastara más con el fondo y se añadió el cintillo de los patrocinadores. Se integró la frase “Ayúdanos a seguir haciendo música” para relacionarlo con SOG.



Se llevaron a cabo los cambios y pruebas, se integró el color verde a la camisa del niño para aportar más color a la propuesta. De igual manera se integró el cintillo del logotipo y de patrocinadores para seguir con la línea anterior.



CAMBIOS: De acuerdo a lo generado con anterioridad se dispuso cambiar cuestiones técnicas, las sombras fueron suavizadas, la tipografía fue engrosada, ya que carecía de peso visual al igual que los afiches anteriores. El color del violín fue igualado a la tonalidad de amarillo utilizado en los demás afiches. La frase fue eliminada debido a la misma razón de los afiches 1 y 2.

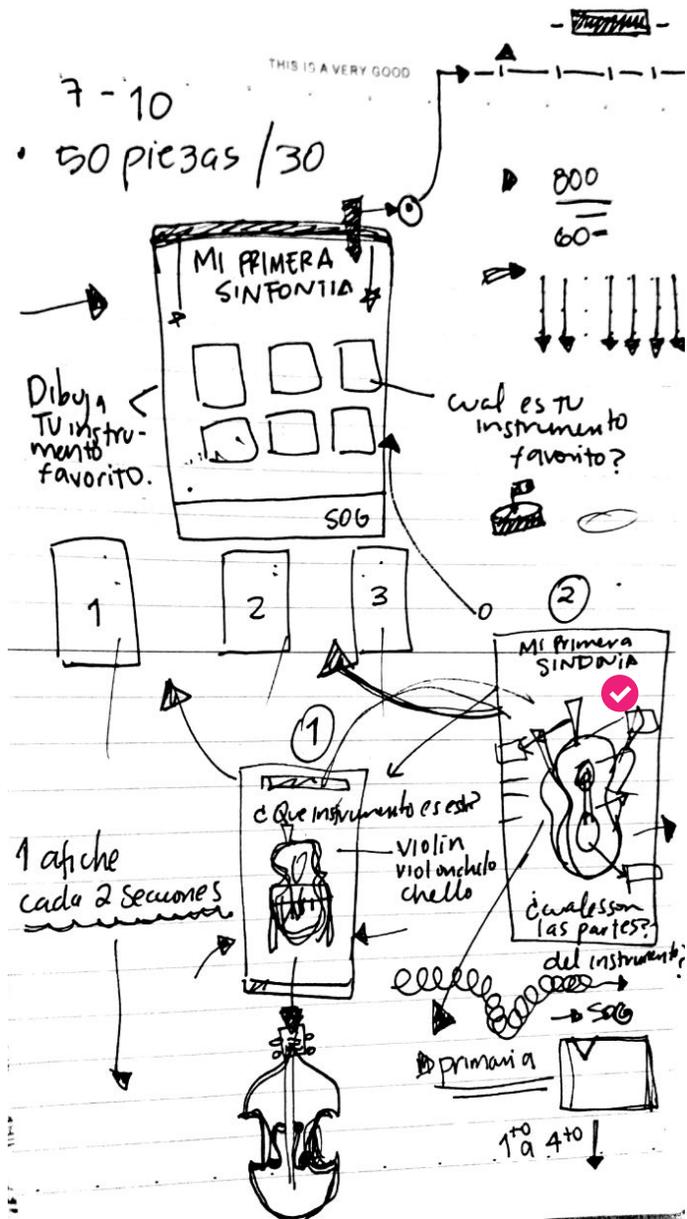


BOCETAJE MANUAL RECURSO PEDAGÓGICO

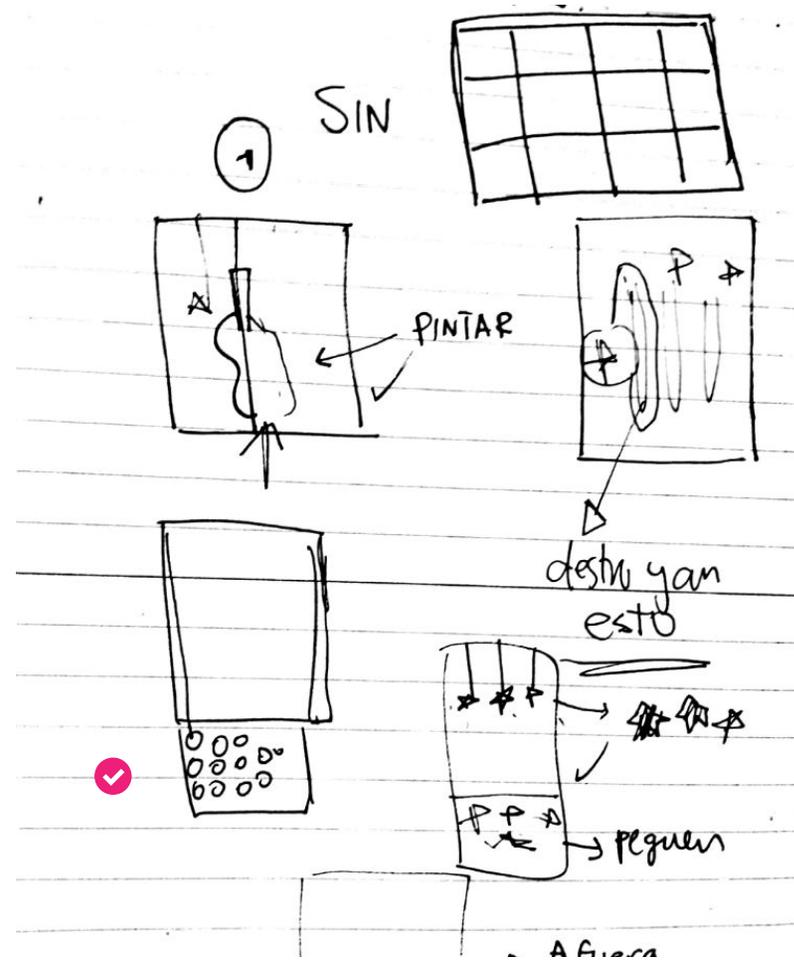
Seguidamente se dispuso a bocetar manualmente el recurso pedagógico a modo de “afiche” de cada grado siendo estos 1.º a 4.º primaria. De acuerdo al sujeto de estudio Ludwin Mancilla, es importante dirigirse a los niños, la interactividad es un factor importante para lograr una mayor motivación, asimismo, facilita el aprendizaje de forma lúdica. La expresión de esta pieza busca ser divertida e infantil de acuerdo al proceso de codificación del mensaje realizado. Esta pieza se relaciona directamente con la parte “divertida” del concepto al vincular la música, en una actividad lúdica basada al cien por ciento en la interacción y juego.

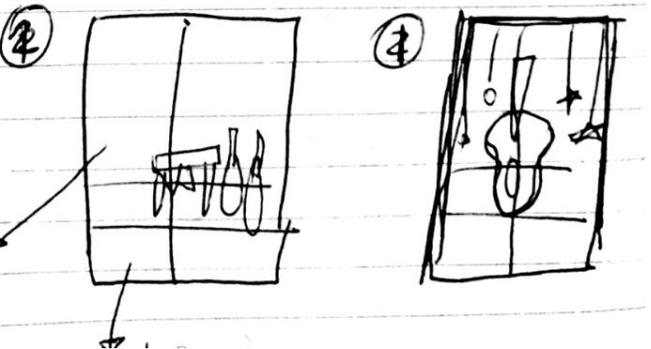
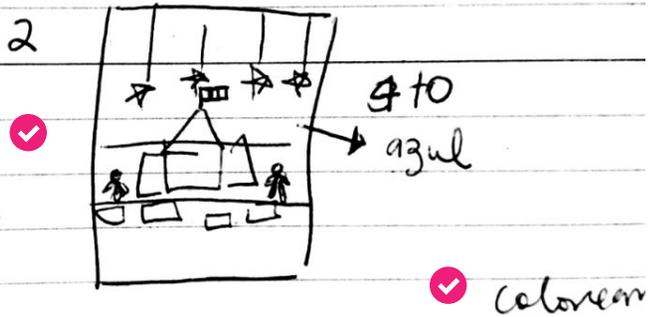
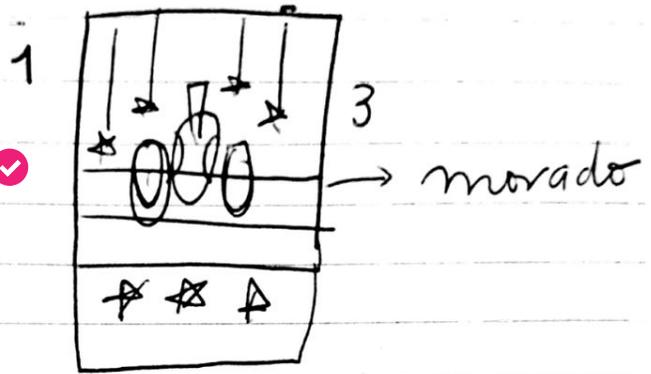
Se consideró el uso de stickers para 1.º y 2.º debido a que por la edad, (7-8 años) la manipulación del mismo se simplificaría. Previo a su boceto se llevó a cabo la distribución de los mismos en cuanto a color y uso.





Se consideró además de los stickers, que los afiches pudieran ser dibujados y completados por los niños, sin embargo, fue descartado debido a que la gráfica general se perdería. Por lo que se optó por la opción de rompecabezas y stickers.

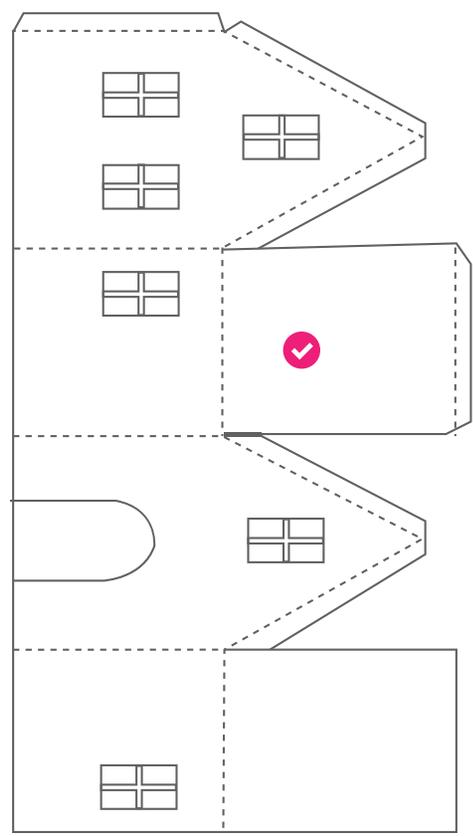


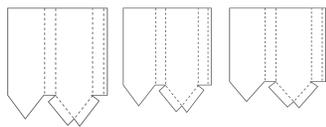
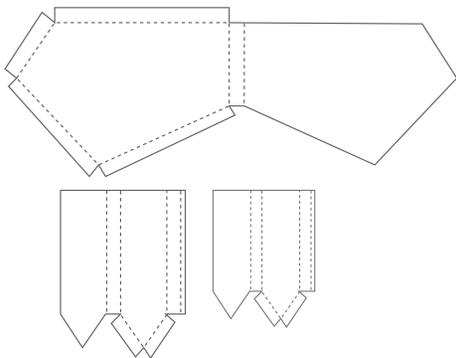
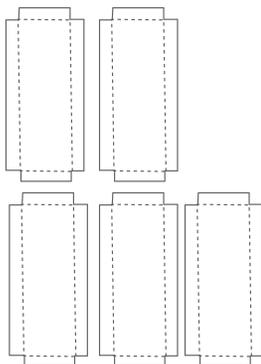
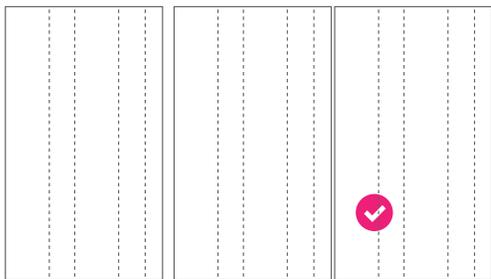
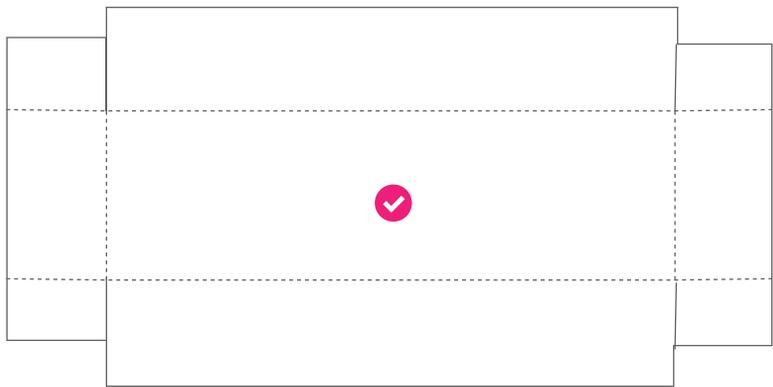


Se integró otro elemento a los considerados con anterioridad en los afiches de cartelera por lo que fue necesario elaborar el troquel de una casa, haciendo referencia al colegio, al cual, el concierto se trasladará.

BOCETAJE DIGITAL RECURSO PEDAGÓGICO

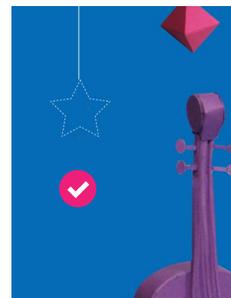
TROQUELES: Se elaboró el troquel de la casa, la bandera y el troquel de la marimba fue reducido para guardar concordancia con la proporción de los demás elementos.



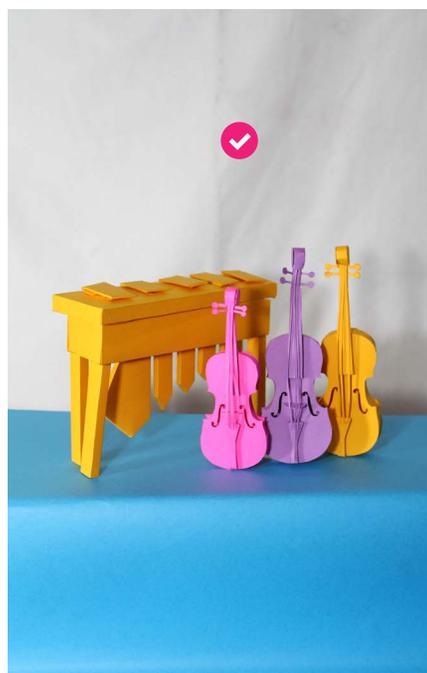
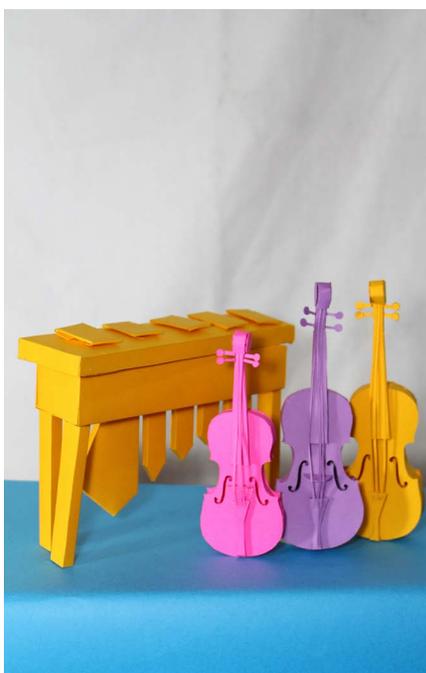


RECURSO PEDAGÓGICO 1.º PRIMARIA:

Teniendo en cuenta lo anterior y la línea gráfica elaborada, se dispuso a generar las fotografías y pruebas de composición. Se inició generando una visualización preliminar del estilo gráfico y el sistema que se aplicaría para que los stickers tuvieran su función. Se pensó en un espacio inferior en el cual estuvieran presentes los elementos para despegarse y así completar el afiche en los espacios de línea punteada.



PRUEBAS DE COMPOSICIÓN: Se realizaron pruebas de composición mediante la colocación de elementos para visualizarlos en el encuadre. Se siguió con la previsualización anterior y se seleccionó la composición con los instrumentos de viento y la marimba. Siendo este el último instrumento del concierto.



FOTOGRAFÍA PRELIMINAR: Teniendo en cuenta la selección anterior se dispuso mejorar la composición y tomar la fotografía de nuevo para mejorar detalles de sombras y saturación.



EDICIÓN: Se llegó a la propuesta preliminar, considerando lo indicado con anterioridad, se busca que el grupo objetivo logre interactuar con la pieza de manera directa y sin mucho esfuerzo. La fotografía seleccionada fue retocada para igualar la saturación en cuanto a color y sombras. Este proceso de colorido y sombras fue trabajado en comparación con la gráfica anterior para garantizar que las tonalidades fueran lo más parecidas posibles y no perder la unidad visual. Por medio de una “guía gráfica” que permitiera comparar e igualar tonalidades.



**GUÍA GRÁFICA:
AFICHE DE CARTELERA**



PROPUESTA PRELIMINAR



RECURSO PEDAGÓGICO 2.º PRIMARIA:

Se continuó con la misma lógica con el recurso pedagógico a manera de sticker para este grado. Llevando a cabo pruebas de encuadre y composición.



Se editó el violín morado a verde para que este no se perdiera en el fondo y tuviera un buen contraste.

EDICIÓN: La composición seleccionada fue editada según el color de la línea gráfica establecida. Siguiendo el mismo proceso del afiche anterior.



**GUÍA GRÁFICA:
AFICHE DE CARTELERA**



PROPUESTA PRELIMINAR



RECURSO PEDAGÓGICO 3.º PRIMARIA:

Se consideró para 3.º y 4.º llevar a cabo un recurso a manera de rompecabezas para lo cual se dispuso a generar pruebas de composición. Se buscó vincular el símbolo de la casa haciendo alusión al colegio dónde “llegará la orquesta”. Las piezas se pensaron a ser troqueladas de forma cuadrada para optimizar costos adicionalmente su manipulación se simplifica.



EDICIÓN: Se seleccionó la composición con un encuadre distinto siempre manteniendo consistencia con la línea gráfica establecida. La fotografía fue editada en relación al colorido de los afiches anteriores.



**GUÍA GRÁFICA:
AFICHE DE CARTELERA**



PROPUESTA PRELIMINAR



RECURSO PEDAGÓGICO 4.º PRIMARIA:

Se llevaron a cabo pruebas de composición y fotografía previamente a la selección de la fotografía a editar. La mecánica del cuarto afiche es de rompecabezas al igual que el de 3.º primaria considerando que los niños entre las edades de 9 a 10 años podrían resolverlo sin inconvenientes.

Se consideró una composición sobre la tarima azul, sin embargo, fue cambiado por la morada debido al contraste entre la casa y el piso.



EDICIÓN: Nuevamente la fotografía fue editada según la línea gráfica. Fue modificado el nivel de saturación en la propuesta para lograr el mismo colorido que el afiche principal de cartelera. La forma del compecabezas fue cuadrada tomando a consideración que el troquelado de la forma de rompecabezas estándar aumentaba el costo.

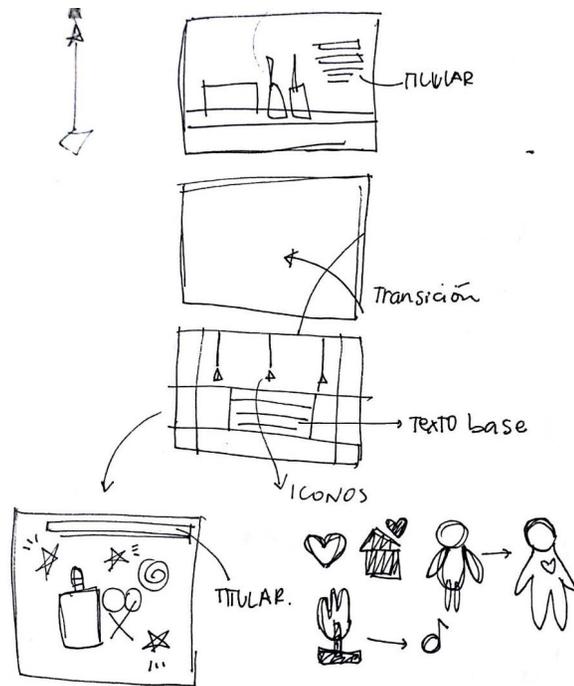


**GUÍA GRÁFICA:
AFICHE DE CARTELERA**

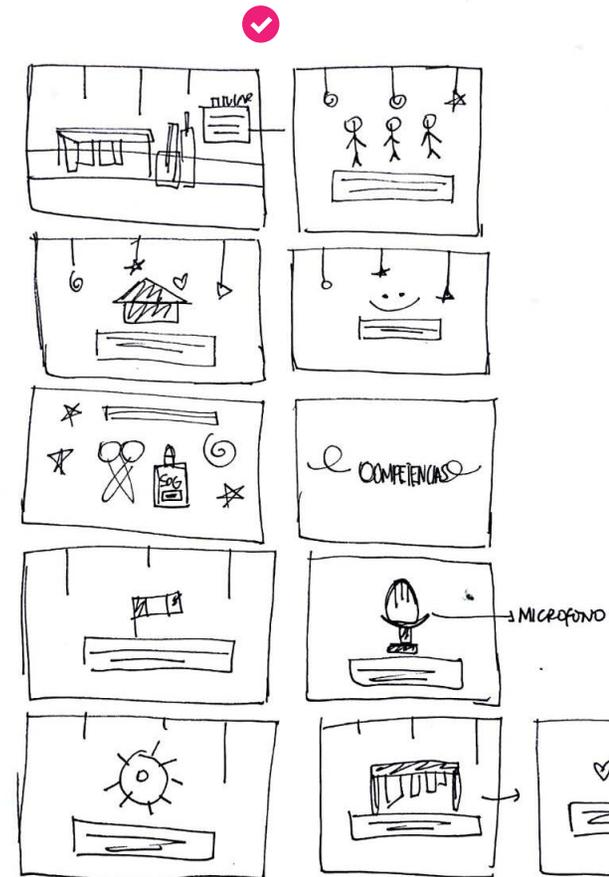
PROPUESTA PRELIMINAR



▶ **VIDEO:** Luego de terminar el diseño preliminar de los afiches de cartelera y los recursos pedagógicos se dispuso a generar el video. Se bocetaron ideas preliminares en cuanto a transiciones y disposición de íconos para ser utilizados.

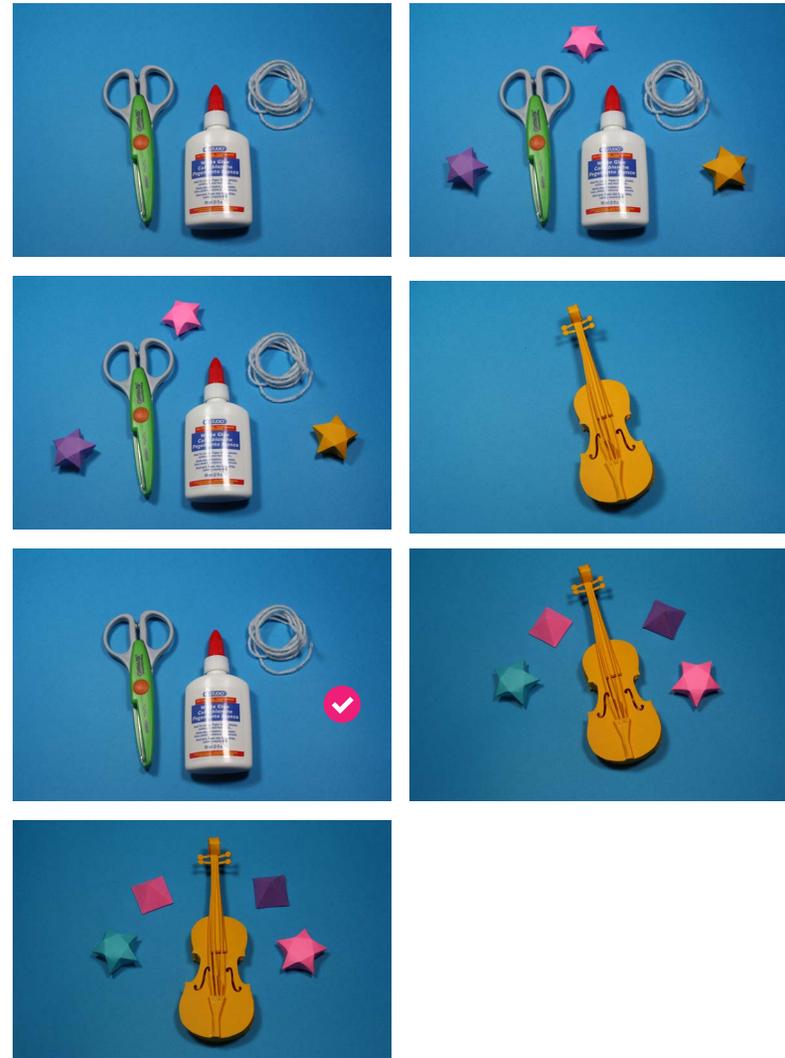
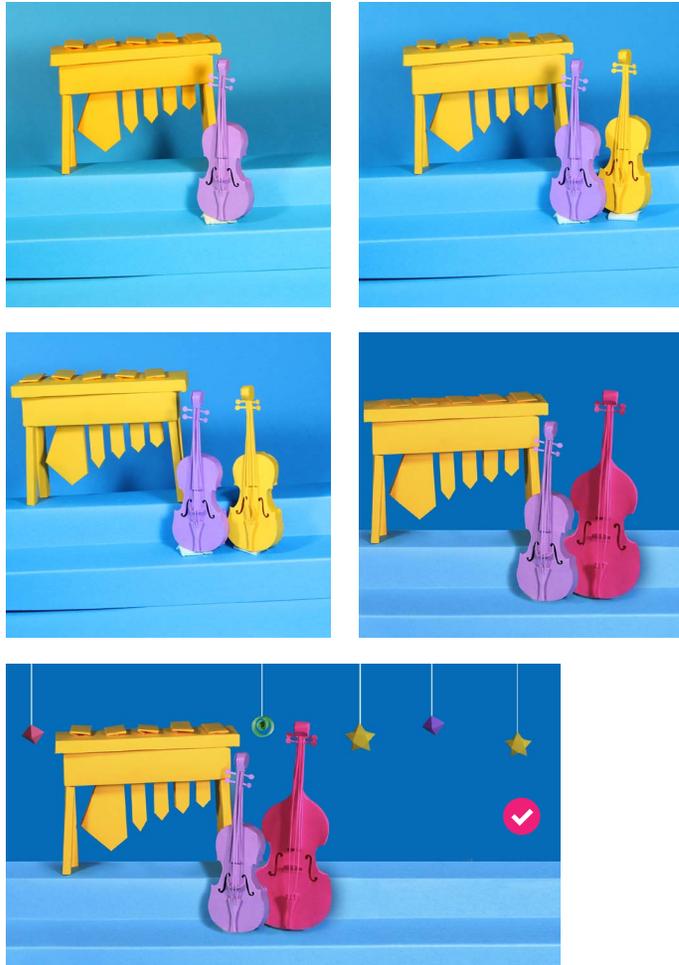


Se llevó a cabo cada thumbnail para poder tener una visualización clara de lo que se quería alcanzar.

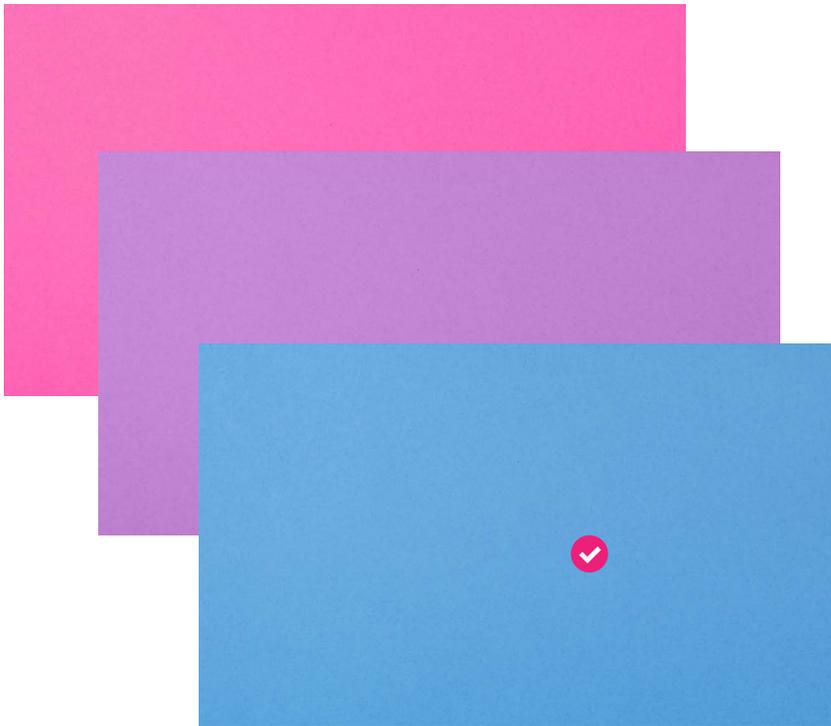


PRUEBAS DE FOTOGRAFÍA: Se generaron pruebas para dar lugar a los elementos considerados para la introducción

Se tomaron además fotografías para el explicar la guía del recurso pedagógico: “Mi primer instrumento”. Asimismo, se tomaron fotografías de textura de papel para que fueran de apoyo en el video.



Las texturas se consideraron de apoyo para los fondos, se consideró importante para no perder unidad con los demás elementos generados y además al ser texturas lisas no interfieren con la legibilidad del texto. Fue importante elegir texturas de papel para no perder el sentido del concepto: “Sonoros dobleces de diversión”. La parte de dobleces, se relaciona directamente con el uso del papel. Además se tomará en cuenta el manejo de transiciones a modo de “doblez” para corresponder en totalidad al concepto.



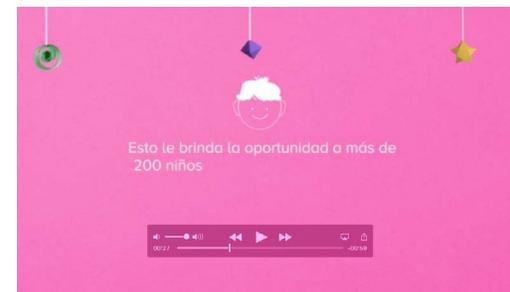
De esta manera se inició con el proceso de animar la propuesta tomando a consideración iconografía y elementos gráficos extra. Se integraron elementos vectoriales debido a que se consideró que se necesitaba de una propuesta más visual.



Se seleccionó la mejor fotografía y fue editada para tener relación con la organización se colocó una etiqueta con el logo.



De esta manera se generaron las demás pantallas del video. Se consideró el manejo de íconos y los elementos poliédricos para darle dinamismo. Se colocaron íconos con relleno blanco debido al contraste de estos con el fondo y así garantizar su legibilidad. Fue importante considerar la aplicación de los elementos poliédricos colgantes para que mediante la animación darle movimiento y corresponder a la codificación del mensaje, aportando movimiento a la propuesta. El movimiento se relaciona con la música es así como se vincula con el concepto.









Emite juicios sobre creaciones musicales y diferentes manifestaciones estético-sonoras

00:58 -00:28



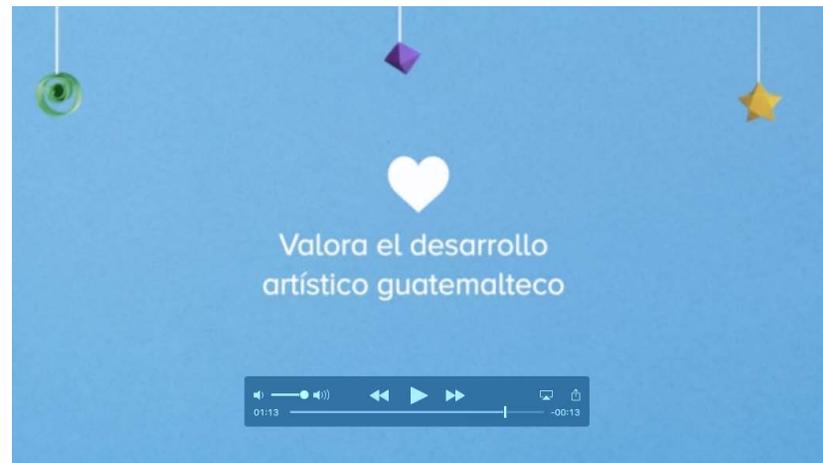
COMPETENCIAS COMPLEMENTARIAS

01:00 -00:26



Reconoce los instrumentos musicales y aprecia la función social del arte

01:09 -00:17



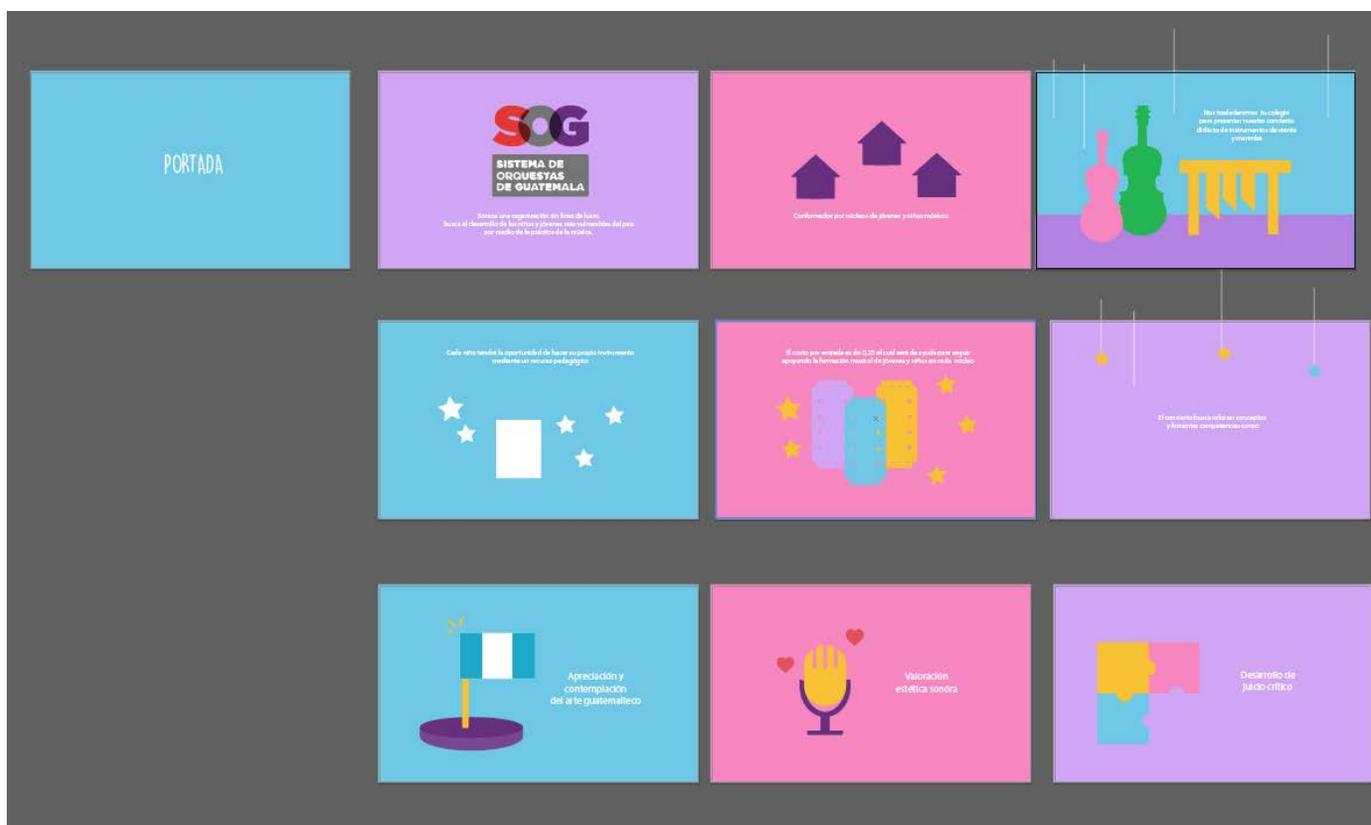
Valora el desarrollo artístico guatemalteco

01:13 -00:13

CAMBIOS PRELIMINARES: Se consideró que la propuesta preliminar anterior no se conectaba directamente con el concepto: “Sonoros dobleces de diversión” al carecer de elementos de papel por lo que se dispuso a generar elementos de apoyo bajo la misma técnica. Por lo que fue necesario generar un boceto de cada cuadro de video. Se buscó dar lugar a una propuesta más breve y concisa.

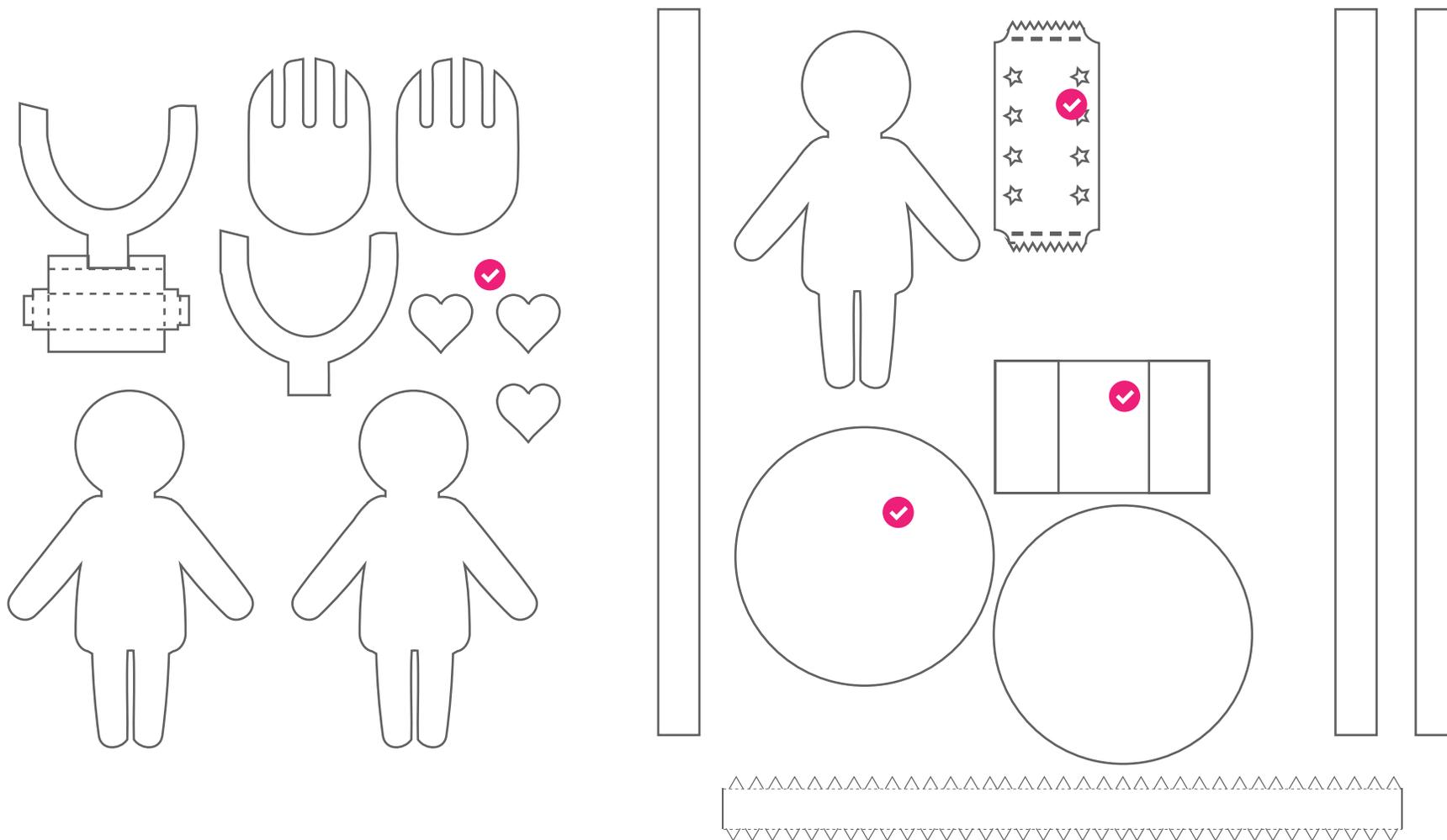
El siguiente boceto fue de ayuda para generar una guía visual de los elementos que serán colocados en cada composición.

Se omitió el cuadro de “contacto” debido a que la función del e-mailing a diseñar busca facilitar el contacto mediante un formulario e información puntual de la organización. Se busca con la siguiente propuesta, dar lugar a un video de corta duración que de a conocer los puntos clave del evento.

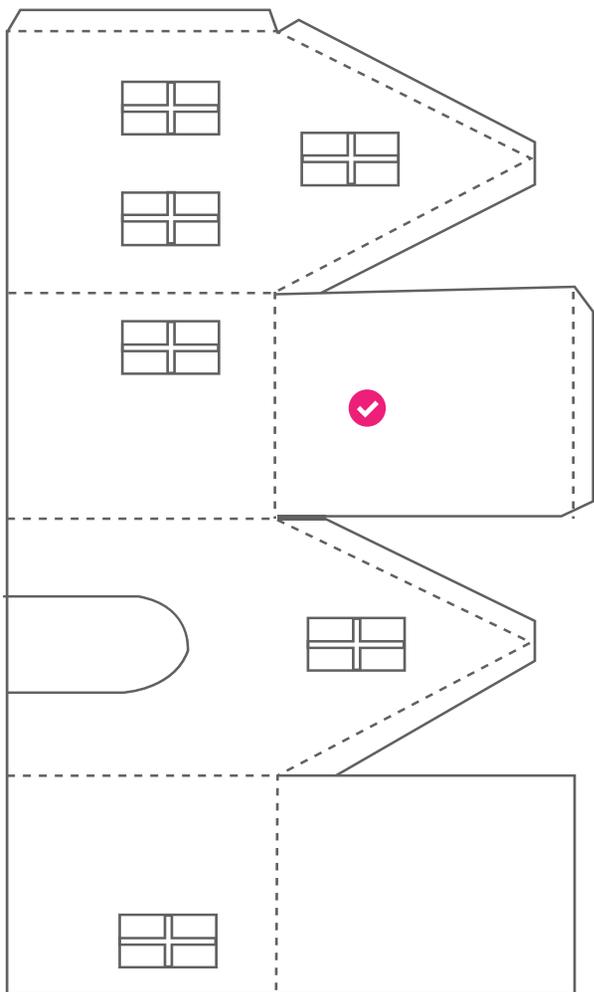


TROQUELES VIDEO: Al tomar en cuenta lo descrito con anterioridad fue necesario generar troqueles adicionales. Algunos de ellos fueron descartados al momento de la ejecución del video. El ícono del niño fue descartado de igual manera el micrófono debido a que no era relevante en la composición. Se busca que la ilustración a ser aplicada fuera llamativa y permitiera el movimiento, según la codificación del mensaje.

Fue integrado un ticket para hacer alusión cada entrada del concierto, la presencia de la bandera de Guatemala fue importante para puntualizar en las competencias a desarrollar. Las cuales giran en torno al arte guatemalteco.

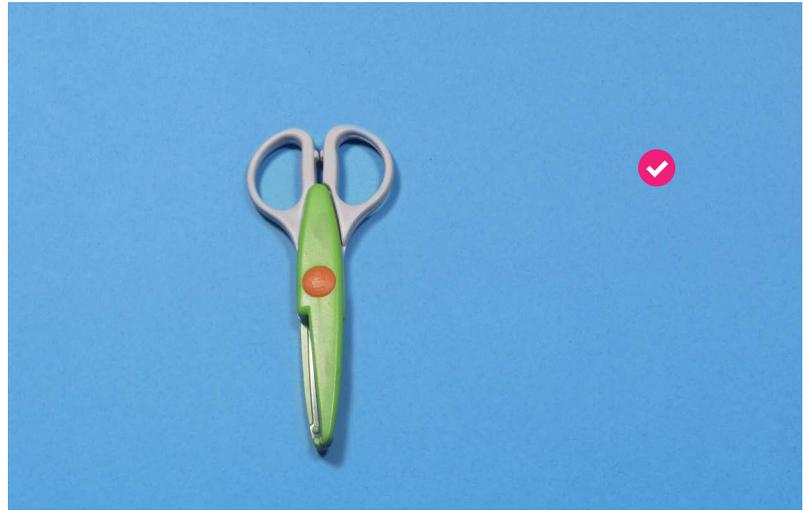


De igual manera se añadió la casa para representar a cada núcleo de la organización.



FOTOGRAFÍAS: Las fotografías fueron tomadas seguidamente del corte, pegado y armado de troqueles. Dando origen a cada escenario. Seguidamente se prosiguió a su edición. Se consideró el uso del papel para formar el logotipo de la organización y corresponder a la técnica utilizada.







ELEMENTOS EXTRA: Los elementos utilizados con anterioridad (elementos colgantes) fueron aplicados, sin embargo, se limitó su uso para evitar generar una gráfica repetitiva.



Se le aplicó un efecto de destello vectorial en la edición del video al elemento de las estrellas para generar movimiento. Y se aplicaron animaciones básicas a las figuras de papel. Estos destellos aportan un toque divertido a la imagen gráfica a partir de elemento inesperado que además corresponde al concepto.



La portada fue modificada, se generó una imagen más limpia y se evitó colocar los instrumentos para no caer en lo repetitivo. El tiempo fue reducido a 34:24 segundos para facilitar la atención. El contenido escrito fue reducido de igual manera.

PROPUESTA PRELIMINAR: Teniendo en cuenta lo anterior, se desarrolló la propuesta preliminar:

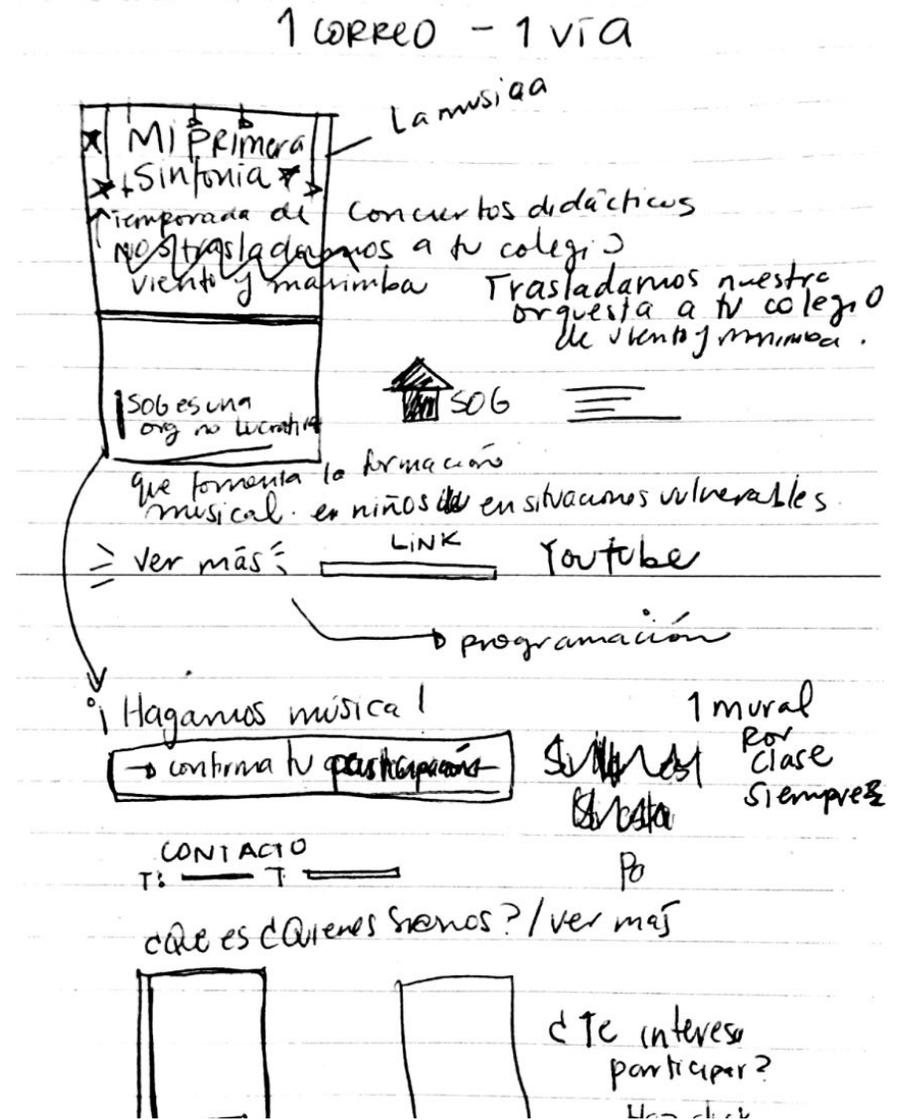
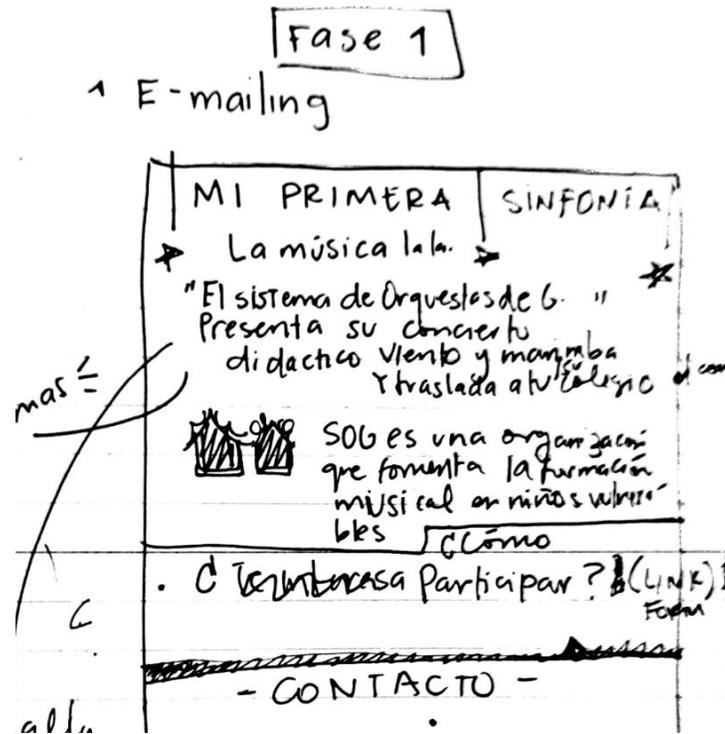




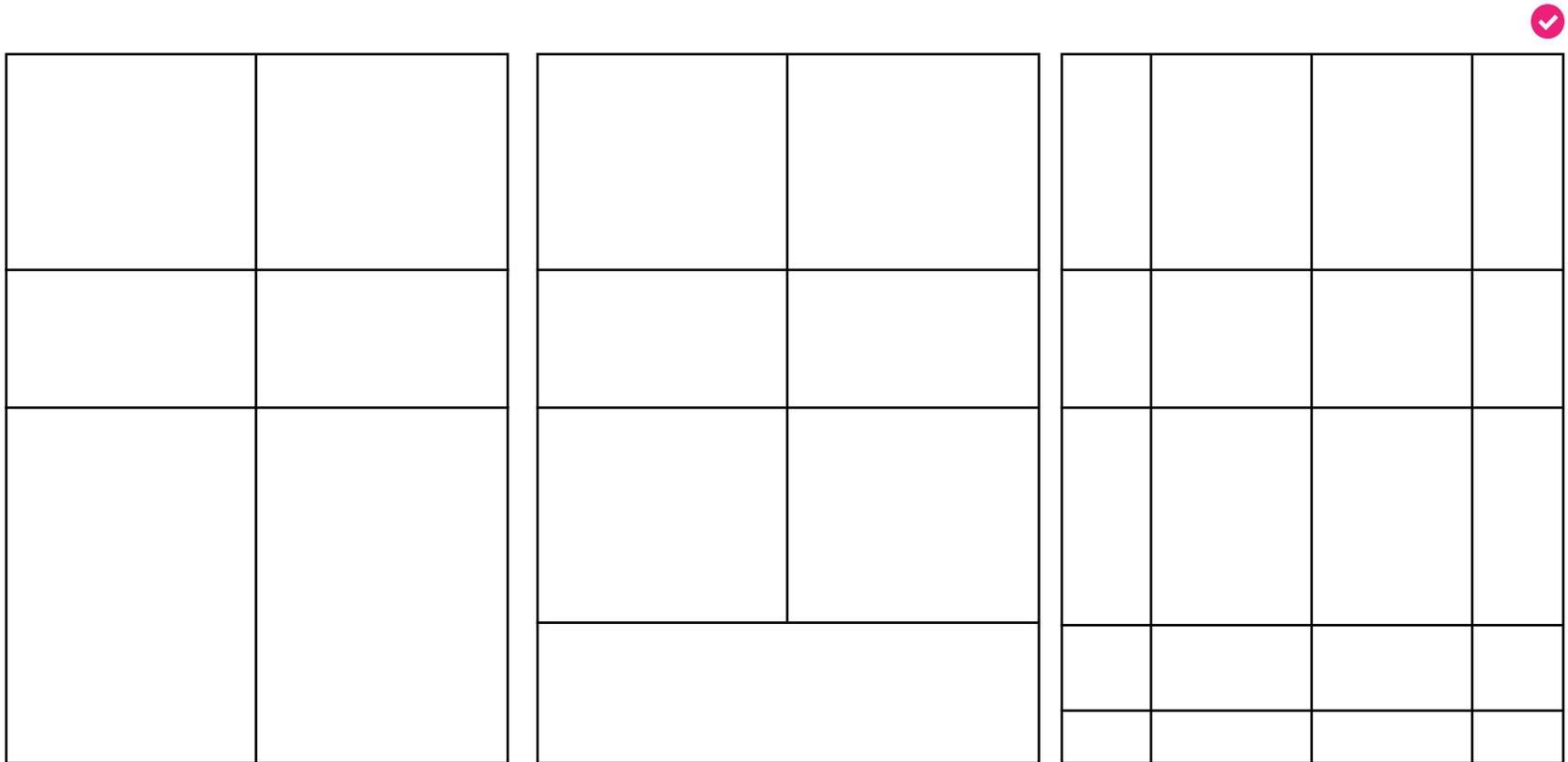
☑ **BOCETAJE MANUAL E - MAILING:** Es una pieza importante, siendo esta el primer contacto con el grupo objetivo primario. Se llevó a cabo un boceto donde fue detallado cada aspecto a considerar:

Debe ser corto, poco texto, llamativo, funcional y amigable al usuario. Se consideró el uso de mailchimp. El cual permite la presencia de links que permitan acceder a más información. En el caso del video, éste estará presente en el e-mailing No.1 para informar más sobre el evento.

La línea gráfica fue aplicada, se tomó en cuenta el uso de un gif para aportar movimiento a la propuesta.



RETICULA: Fue considerada una retícula jerárquica que permitiera agrupar la información en bloques de igual manera esto sería de apoyo para fragmentar el contenido en mailchimp.



Fue seleccionada la última opción considerando que debido a los márgenes era la más funcional para estructurar la información en un espacio reducido, los bloques permitirán dar lugar a puntos importantes en el formato como por ejemplo los espacios de formulario y contacto.

✉ **BOCETAJE DIGITAL E - MAILING:** Se continuó digitalizando la propuesta. Fue importante colocar una introducción breve sobre los beneficios de la música en la formación académica ya que, la organización posee interés en dar a conocer este aspecto. Se colocó un apartado para el video y el formulario de contacto.

MI PRIMERA SINFONÍA

La música posee diversos beneficios en la preparación académica así como el fomento del desarrollo de competencias.

- ✓ Potencializa la creatividad
- Mejora el estado de ánimo
- Fomenta el liderazgo

SOG
SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA

El sistema de Orquestas de Guatemala se trasladará a su colegio para presentar el concierto didáctico de instrumentos de viento y marimba.

[Ver más](#)

¿Le interesa participar?
Complete el formulario aquí

pierrri.sog@mail.com | 2333 3063 / 5206 9085

En el e-mailing de agradecimiento se colocó el botón de descarga para tener acceso a la guía de maestros.

Estas opciones fueron evaluadas y se llegó a la conclusión de que la tipografía necesitaba ser más grande y los íconos a línea se perdían.

MI PRIMERA SINFONÍA

¡Gracias por confirmar la participación en la temporada de conciertos didácticos!

Esto contribuye al desarrollo e inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país.

Para el desarrollo exitoso del evento fueron diseñadas actividades especiales detalladas en la guía para maestros adjunta.

[Descargar](#)

SOG SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA | pierrri.sog@mail.com | 2333 3063 / 5206 9085

PROPUESTA PRELIMINAR: Se modificó el tamaño de letra y se aplicó relleno a los íconos para mejorar su legibilidad. Fue importante integrar a modo de gif, movimiento en los elementos colgantes ya que, al igual que el video, esto aporta

movimiento a la propuesta y se incluye el ritmo que involucra el concepto a partir de la palabra “sonoro”.

MI PRIMERA SINFONÍA

La música posee diversos beneficios en la preparación académica así como el fomento del desarrollo de competencias.

- Potencializa la creatividad
- Mejora el estado de ánimo
- Fomenta el liderazgo

SOG
SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA

El Sistema de Orquestas de Guatemala se trasladará a su colegio para presentar el concierto didáctico de viento y marimba.

Ver más

**¿Le interesa participar?
Complete el formulario aquí**

pierrri.sog@mail.com | 2333 3063 / 5206 9085

MI PRIMERA SINFONÍA

¡Gracias por confirmar la participación en la temporada de conciertos didácticos!

Esto contribuye al desarrollo e inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país.

Para el desarrollo exitoso del evento fueron diseñadas actividades especiales detalladas en la guía para maestros adjunta.

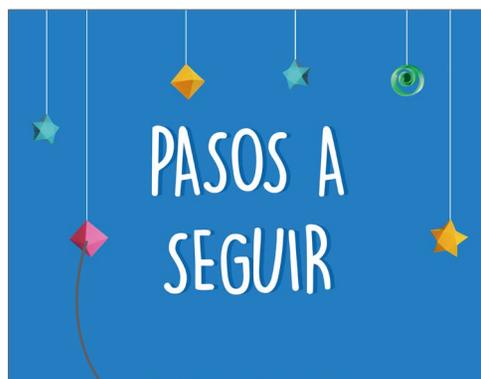
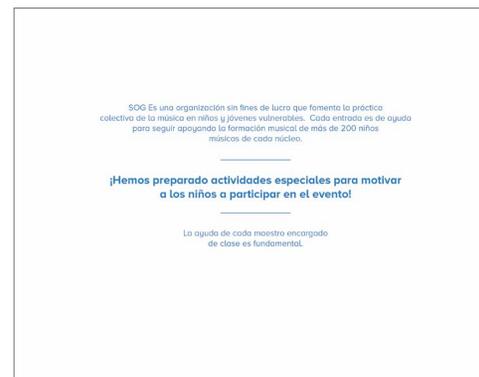
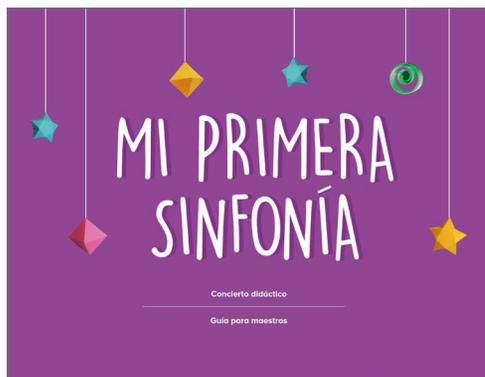
Descargar

SOG SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA | pierrri.sog@mail.com | 2333 3063 / 5206 9085

PDF

BOCETAJE DIGITAL GUÍA PARA MAESTROS: Se adaptó la línea gráfica a la guía de maestros, tomando en base la información del e-mailing tomando a consideración que es el único material con él que tendrá contacto el maestro.

iconografía



se adaptó línea gráfica

se detalló
el proceso

Afiches 1ero y 2do Primaria

Deberán ser pegados en un espacio del salón. Las instrucciones deberán ser indicadas por el maestro. Estos Afiches Interactivos poseen stickers incorporados. Los niños podrán completar la imagen según la línea punteada, despegando las figuras en la parte inferior.



1ero primaria 2do primaria

Afiches 3ero y 4to Primaria

Se brindará a cada sección un sobre blanco con un rompecabezas. Deberá ser armado por los niños en cada sección, en equipos de tres. Posteriormente se pegará en algún espacio del salón. Las instrucciones deberán ser indicadas por el maestro.



3ero primaria 4to primaria

Día miércoles: Semana antes del evento

Afiches Interactivos Debe seleccionarse a un encargado de los maestros de 1ero a 4to primaria, para pegar los tres afiches de cartelera.

MI PRIMERA SINFONÍA



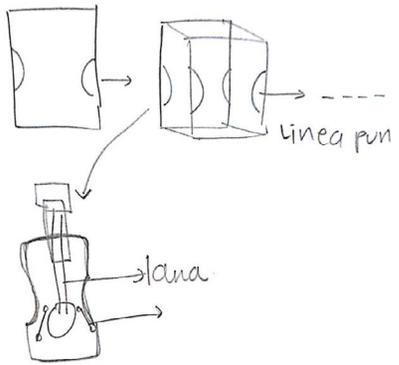
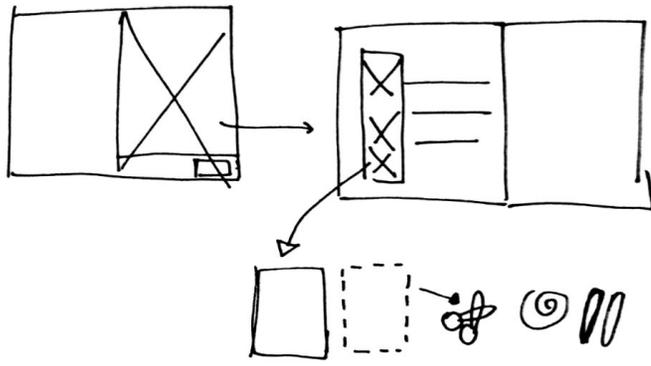
MI PRIMERA SINFONÍA MI PRIMERA SINFONÍA MI PRIMERA SINFONÍA

Día viernes: Semana antes del evento

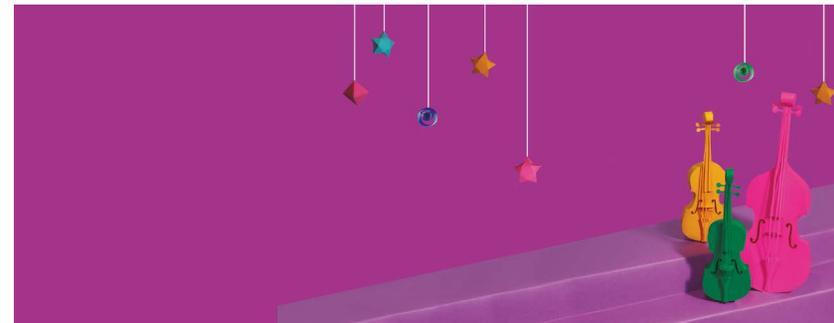
Guía Se envió la circular para informar a los padres sobre el evento. Adicional se envió la guía "Mi primer instrumento". Con la finalidad de que los niños realicen con ayuda de sus padres un violín y jueven su instrumento el día del concierto. Esto reforzará el sentido didáctico del evento.

RECURSO PEDAGÓGICO: La guía fue bocetada con base a la ergonomía y funcionalidad de la pieza. Se consideró un formato carta para favorecer a que las instrucciones tuvieran suficiente espacio para que estas fueran legibles.

Se consideró realizar un acordeón, sin embargo, se llegó a la conclusión que esto afectaría la funcionalidad de la pieza. El formato debe ser amigable y corresponder al grupo objetivo, aspecto que fue considerado al momento de codificar el mensaje.



PRUEBAS DE FOTOGRAFÍA: Se generaron pruebas de composición y fotografía.



<p>PROCESO</p> <p>Alimente al hacer la primer instrumentación según las instrucciones de esta guía, puede parecer simple y en realidad, ¡complejísimo!</p>	<p>PAISO 1: Corte los laterales de la caja de forma redondeada.</p> <p>PAISO 2: Corte los laterales de la segunda caja de forma redondeada.</p>	<p>PAISO 3: En la cara de la caja que contiene el tubo de la segunda caja.</p> <p>PAISO 4: Con el centro del tubo pegado a la parte superior de la primera caja.</p>	<p>PAISO 5: Arme los laterales de la primera caja.</p> <p>PAISO 6: Coloque la instrumentación como sigue la guiar.</p> <p>NOTICIA: Pruebe con el tubo de papel, déjelo en su lugar y luego el tubo de la caja.</p>
<p>PROCESO</p> <p>Alimente al hacer la primer instrumentación según las instrucciones de esta guía, puede parecer simple y en realidad, ¡complejísimo!</p>	<p>PAISO 1: Corte los laterales de la caja de forma redondeada.</p> <p>PAISO 2: Corte los laterales de la segunda caja de forma redondeada.</p>	<p>PAISO 3: En la cara de la caja que contiene el tubo de la segunda caja.</p> <p>PAISO 4: Con el centro del tubo pegado a la parte superior de la primera caja.</p>	<p>PAISO 5: Arme los laterales de la primera caja.</p> <p>PAISO 6: Coloque la instrumentación como sigue la guiar.</p> <p>NOTICIA: Pruebe con el tubo de papel, déjelo en su lugar y luego el tubo de la caja.</p>

Se desarrolló la portada preliminar siguiendo la misma línea gráfica, con el título de “Mi primer instrumento”.



ICONOGRAFÍA: Se generó una propuesta de iconografía e instrucciones para explicar el proceso. Se consideró en vector y línea contorno blanco par contrastar con los fondos. La tipografía se colocó en 11 puntos para garantizar la legibilidad de la misma en los niños y padres.

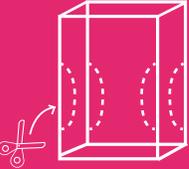
MATERIALES
Necesitas:

 +  + 
2 cajas de cereal Tijeras Goma

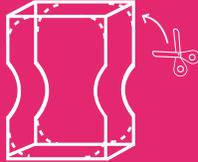
 +  + 
Lana 2 Paletas de madera ¡creatividad!
✓

PROCESO

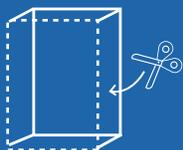
PASO 1: corta los laterales de la caja de forma semicircular:



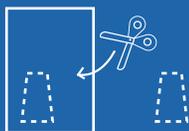
PASO 2: corta los extremos para darle una forma redondeada



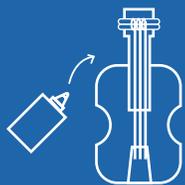
PASO 3: Corta una de las caras de la segunda caja



PASO 5: Con el cartón que sobra dibuja y corta la siguiente figura



PASO 6: Amarra la lana a las paletas y pegalas



PASO 4: En la cara de la caja que cortaste dibuja la siguiente figura y cortala



PASO 6: Pega las figuras que has recortado sobre la primera caja



PASO 7: ¡Decora tu instrumento como más te guste!



¡Usa tu creatividad y no olvides llevar tu instrumento el día del concierto!

CAMBIOS PRELIMINARES: La propuesta fue modificada. Se integró una portada más limpia y sin instrumentos para no sobresaturar la gráfica generada. Por otro lado el fondo fue modificado a blanco para generar contraste sin sobrecargar el texto. Se consideró que el color magenta era demasiado estridente a la vista. Además el troquel fue simplificado para garantizar que pueda ser dibujado y cortado con facilidad.

PROPUESTA PRELIMINAR: Se tomaron en cuenta los cambios mencionados con anterioridad. Siendo la siguiente la propuesta preliminar a ser impresa en papel bond tamaño carta.



Se aplicaron nombres técnicos a cada pieza para complementar el material con su sentido pedagógico. Esto será ampliado el día del concierto por medio de la intervención del director de orquesta cuando se expliquen las partes del instrumento.

La funcionalidad de esta pieza, consiste en ser de apoyo al aprendizaje lúdico, la música debe aprenderse a través del juego, para garantizar una mejor respuesta por parte del grupo objetivo. El proceso de elaboración fue pensado para ser una experiencia divertida tal como lo solicita el concepto.

La música potencializa la creatividad, mejora el estado de ánimo y fomenta el liderazgo. La orquesta Infantil del Sistema de Orquestas de Guatemala impartirá el concierto **MI Primera Sinfonía**.

Antes del concierto cada niño debe aprender a hacer su propio Instrumento. Siguiendo las Instrucciones de esta guía, podrá realizar un violín, la ayuda de los padres es fundamental. **¡Comencemos!**

MATERIALES
Necesitas:

Lápiz + 2 cajas de cereal + Tijeras + Goma + 1 moneda
 Regla + 1 tapadera redonda + Lana + 2 Paletas de madera + ¡Creatividad!

PROCESO

PASO 1: Desarma la primera caja, dibuja y recorta la forma circular, (como se muestra en el dibujo) al centro y los laterales. Usa la tapadera para trazarlos.

PASO 2: Arma la caja de nuevo en el lado que no tiene diseño, pegando las pestañas. Tendrás el cuerpo de tu violín.

PASO 3: Corta una de las caras de la segunda caja.

PASO 4: En la cara de la caja que cortaste dibuja, con la ayuda de la regla, la siguiente figura y cortala. Este será el diapasón.

PASO 5: Con el cartón sobrante, dibuja con la regla y corta las siguientes figuras. Usa la moneda para trazar los círculos Conformarán las volutas, el arco y afinador.

PASO 6: Pega las figuras que has recortado sobre la primera caja.

PASO 6: Sujeta la lana para hacer las cuerdas y pega las paletas, estas serán las clavijas. Pega también las volutas.

PASO 7: ¡Decora tu instrumento como más te guste!

¡Usa tu creatividad y no olvides llevar tu instrumento el día del concierto!

INCENTIVO: Se consideró de apoyo el manejo de botones para cerrar la fase del evento. Se aplicó la frase “Músico por un día”, sin embargo, fue importante aplicar una frase más motivacional como: ¡Soy un gran músico! que permitiera una respuesta emocional positiva por parte del grupo objetivo.



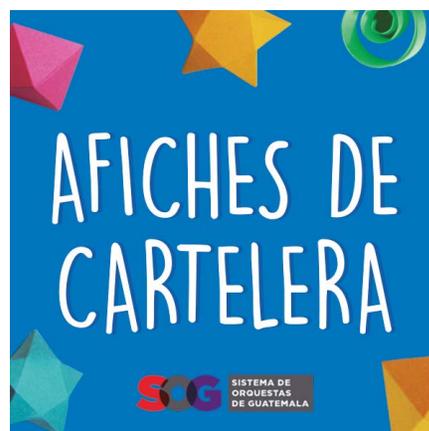
PROPUESTA PRELIMINAR: Se dispuso eliminar los instrumentos de la pieza para hacer énfasis en la frase del botón. De esta manera se hizo uso de los elementos colgantes como apoyo y para seguir con la unidad visual. Se consideró el tamaño de 3 x 3 pulgadas con un recubrimiento de acetato para mayor durabilidad.



La propuesta fue modificada, considerando que era posible generar un patrón a partir de las formas colgantes, se eliminó el botón azul debido a que la frase no era positiva, el botón busca incentivarlos, motivarlos con la frase, “soy un gran músico” permite lo anterior. Ya que los hace sentir especiales y premia el esfuerzo realizado en todo el evento.



STICKERS IDENTIFICADORES: La línea gráfica fue adaptada a unos stickers para identificar el material que será entregado a cada colegio. Estos tienen la función de facilitar el proceso e identificar con facilidad cada material.



PROPUESTA

PRELIMINAR

A continuación se presenta la propuesta preliminar para llevarla al proceso de validación. Se indicó el material y dimensiones finales de cada pieza:

E-mailings: Dimensión: 800 x 1091 / 800 x 919 / digital / 2 variaciones

MI PRIMERA SINFONÍA

La música posee diversos beneficios en la preparación académica así como el fomento del desarrollo de competencias.

- ✓ Potencializa la creatividad
- Mejora el estado de ánimo
- Fomenta el liderazgo

SOG
SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA

El sistema de Orquestas de Guatemala se trasladará a su colegio para presentar el concierto didáctico de instrumentos de viento y marimba.

Ver más

¿Le interesa participar?
Complete el formulario aquí

pierrri.sog@mail.com | 2333 3063 / 5206 9085

MI PRIMERA SINFONÍA

¡Gracias por confirmar la participación en la temporada de conciertos didácticos!

Esto contribuye al desarrollo e inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país.

Para el desarrollo exitoso del evento fueron diseñadas actividades especiales detalladas en la guía para maestros adjunta.

Descargar

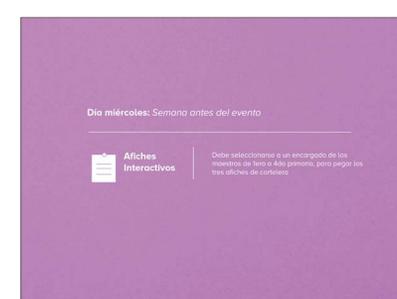
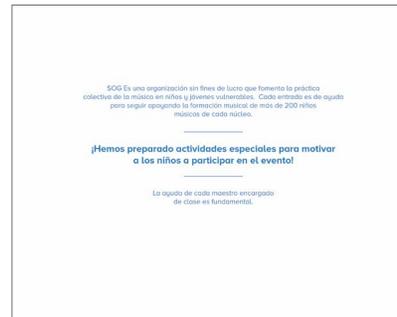
SOG SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA | pierrri.sog@mail.com | 2333 3063 / 5206 9085

Video: Dimensiones: H264 1280 × 720 / 35 segundos





Guía para maestros: Dimensiones: 8.5 x 11 pulgadas (carta) / digital / 11 páginas



Afiches de cartelera: Dimensiones: 11 x 17 pulgadas (tabloide) / opalina / 3 variaciones



Afiches interactivos: Dimensiones: 11 x 17 pulgadas (tabloide) / adhesivo blanco- semicorte / 2 variaciones



Afiches interactivos: Dimensiones: 11 x 17 pulgadas (tabloide) / opalina - corte según troquel (rompecabezas) 20 piezas.



Recurso pedagógico: Dimensiones: 11 x 8.5 pulgadas (carta) /
bond / tiro y retiro

La música potencializa la creatividad, mejora el estado de ánimo y fomenta el liderazgo. La orquesta infantil del Sistema de Orquestas de Guatemala impartirá el concierto **MI Primera Sinfonía**.

Antes del concierto cada niño debe aprender a tocar su propio instrumento. Siguiendo las instrucciones de esta guía, podrá realizar un violín, la ayuda de los padres es fundamental. ¡Comencemos!

MATERIALES
Necesitas:

Lápiz + 1 + 2 + Tijeras + Goma + 1 moneda
 2 cajas de cereal + Regla + 1 tapadera redonda + Lana + 2 Paletas de madera + ¡Creatividad!

PROCESO
PASO 1: Desarmamos la primera caja, dibujamos y recortamos la forma circular, como se muestra en el dibujo al centro y los laterales. Usamos la tapadera para trazarlos.
PASO 2: Arma la caja de nuevo en el lado que no tiene diseño, pegando las pestañas. Tendrás el cuerpo de tu violín.

PASO 3: Corta una de las caras de la segunda caja.
PASO 4: En la cara de la caja que cortaste dibuja, con la ayuda de la regla, la siguiente figura y córtala. Este será el diapasón.
PASO 5: Con el cartón sobrante, dibuja con la regla y corta las siguientes figuras. Usa la moneda para trazar los círculos. Conformarán las volutas, el arco y el afinador.
PASO 6: Pega las figuras que has recortado sobre la primera caja.
PASO 7: ¡Decora tu instrumento como más te guste!

¡Usa tu creatividad y no olvides llevar tu instrumento el día del concierto!

MI PRIMER INSTRUMENTO

SOG SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA

Botón: Dimensiones: 3x3 pulgadas /
bold con recubrimiento de acetato





13. VALIDACIÓN

GESTIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO

13.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE VALIDACIÓN

Para llevar a cabo el proceso de validación de las piezas preliminares se seleccionaron a personas para ser abordadas mediante una entrevista estructurada. Se seleccionó esta técnica debido a que por medio de esta es posible entablar un diálogo abierto, para enriquecer los resultados. En el caso del grupo objetivo secundario (niños 7- 10 años) fue importante llevar a cabo una observación para determinar aspectos relacionados con la percepción visual e interacción con las piezas.

El proceso se llevó a cabo desde el grupo objetivo primario (Anexo 10.1) y secundario (Anexo 11.1) Tres expertos en el tema, considerando al cliente y dos expertas en educación primaria y pedagogía (Anexo 12.1). Un experto en el área de mercadeo (Anexo 13.1). Adicional, tres diseñadores gráficos entre ellos: un diseñador gráfico en general (Anexo 14.1), una diseñadora experta en el área de diseño para niños y educación (Anexo 15.1) y dos ilustradores (Anexo 16.1). Finalmente se evaluó la proyección financiera con un experto en el área (Anexo 17.1).

CONCEPTO

El concepto fue evaluado, obteniendo respuestas positivas por parte de la totalidad de los diseñadores, “Sonoros dobleces de diversión” se evidencia a partir del manejo del color, elementos gráficos y la técnica del papercraft.

PRIMER CONTACTO

Todos los expertos en el tema coincidieron en que era efectivo. La docente de nivel primario, menciona que es efectiva la estructura

del e-mailing acompañado de un video, el cual es de apoyo para el contenido, recalca en la efectividad de la presencia del contacto y formulario. Algunos expertos recomendaron invertir la posición del logo para iniciar el proceso de comunicación desde quién es la organización. El mercadólogo recalcó que el e-mailing es llamativo concuerda con la docente, de invertir la posición del logotipo. Ambos expertos hicieron mención que el video tenía una buena duración, sin embargo, algunas diapositivas no permitían terminar de leer todo debido al tiempo destinado para cada una, el tamaño de la tipografía podría ser mayor. Por otro lado, recomendaron invertir la posición del logotipo. El diseñador gráfico indicó que la estructura del e-mailing era la adecuada. Enfatizó en el espacio de contacto donde se tienen dos posibilidades, contactar a partir de un formulario o directamente con la persona encargada de la organización. Mencionó que los botones del e-mailing son evidentes y legibles, la tipografía permite leer el contenido y es indicada para soporte digital.

En cuanto al video, el timing es el adecuado ya que no debería ser mayor a un minuto. Recomendó aumentar el tiempo en donde el contenido escrito es más extenso. La diseñadora con experiencia en material educativo, indicó que el material era el adecuado en cuanto a la manera de abordar la promoción del evento a los colegios y el tono en el que está redactado. Mencionó que el contenido al reafirmar los beneficios de la música, es de apoyo para enfatizar en el carácter didáctico del evento.

GUÍA PARA MAESTROS

La mayoría de expertos indicaron que es fácil de entender, es interactiva y posee la misma imagen que el material anterior. El mercadólogo y docente recalcaron que era importante considerar ambos formatos, digital e impreso dependiendo de las posibilidades de cada colegio. El experto en el área financiera

indicó que era necesario integrar el costo hora hombre en base al salario mínimo para poder establecer el costo real de esta pieza. Ya que es importante tener en consideración el salario de la persona encargada de enviar los correos a través de la plataforma de mailchimp.

RECURSO PEDAGÓGICO / Afiche interactivo

Los expertos en el tema coinciden que es un recurso, que puede motivarlos y los hace interactuar. Se encontró dificultad por parte de una experta debido a que el material no era suficiente, en el caso de tener más niños en una clase.

La docente mencionó que era una actividad especial fuera de lo común. El mercadólogo indicó que el proceso podría dificultarse debido a que no todos los niños podrían participar, mencionó que agregaría una hoja de trabajo para reforzar.

Con relación a la ilustración un experto indicó lo siguiente: “La paleta de color es adecuada y el uso del magenta y morado para hacer alusión a la mística y fantasía, es correcto.” Adicionalmente se indicó que el concepto se evidenciaba por medio de una paleta con alto contraste, llamativa, alegre. El concepto construye el mensaje, la gráfica representa el carácter lúdico de la música. Se generó un visual limpio, con ilustración alternativa que enriquece las piezas. La fotografía y el manejo de luces y sombras permite apreciar la técnica según los expertos.

La diseñadora educativa indicó que la actividad de stickers podría motivar más a los niños pequeños, podría integrarse un juego para dar la posibilidad de que todos participaran. Adicional darle cierre a esa fase.

La mayoría de padres indicaron que el material era adecuado para motivar a los niños. Adicionalmente se indicó que eventos como este son importantes para fomentar competencias y motivarlos a participar en actividades musicales. La paleta de color la asocian con los sueños, la creatividad y el juego.

Los niños mostraron interés en el recurso pedagógico, sin embargo, no todos pudieron participar o se mostraron igual de entusiasmados al momento de pegar stickers, caso contrario al afiche rompecabezas, por el cual se mostró mayor interés. Se encontró insuficiente un solo rompecabezas para más de 5 niños. Los niños presentaron reacciones faciales favorables ante este material, se mostraron impacientes al resolver el rompecabezas y mencionaron sobre los instrumentos. Los padres de familia indicaron que esta pieza era de apoyo para motivar a los niños y una forma divertida de plantearles un actividad especial. Los niños presentaron interés en asistir al concierto y tener su propio instrumento. Al momento de las preguntas abiertas, se les indicó: ¿Con qué relacionas el afiche? predominando las respuestas: “con Guatemala, la marimba y jugar”.

Con relación a los afiches de cartelera el mercadólogo indicó que agregaría frases cortas para complementar el sentido de cada uno, mencionó que haría falta integrar la imagen de una niña, ya que es fundamental pensar en las condiciones de cada colegio, si es de niños / niñas o mixto. La docente recalcó que el afiche de la niña no era necesario y que esto depende de la percepción de cada colegio. Mencionó que si se incluye, está bien, pero no es fundamental. Se le preguntó sobre el fomento de los estereotipos de género por color, al existir la posibilidad de un afiche morado con una niña, la experta refirió que esto no se fomenta, ya que los niños deben tener la capacidad de elegir libremente. Las expertas en el tema concuerdan en su totalidad con esta postura. Los padres indicaron nuevamente la necesidad de integrar a una niña.

RECURSO PEDAGÓGICO / Guía Mi Primer Instrumento

Las expertas en el tema coincidieron que es un material que puede funcionar como incentivo y favorable para la etapa de desarrollo de los niños. La docente de nivel primario indicó que el material complementa el propósito del concierto didáctico. Recalcó de la importancia de graficar todo lo escrito para facilitar la comprensión de los padres. Considerar la dirección de la lectura para no causar confusión. La experta propuso integrar otro material adicional para facilitar a los niños más pequeños fabricar su propio instrumento. Esto fue reafirmado mediante el proceso de validación del recurso pedagógico, para realizar el instrumento, encontrando dificultad para un niño de 7 años en su elaboración, siendo el padre el que tuvo mayor participación en el proceso.

Se planteó la posibilidad de integrar la marimba, considerando que es un concierto de marimba y cuerdas. El mercadólogo indicó que el material aporta al sentido didáctico del evento, sin embargo falta reforzar la marca, siendo el material que los padres probablemente guarden. Falta integrar el contacto y quién es la organización. Los diseñadores recalcaron que el material fomenta el aprendizaje lúdico. Los padres de familia comentaron que es fácil de entender y que los materiales son accesibles.

INCENTIVO / BOTÓN

Se encontró una respuesta positiva tanto de grupo objetivo como de expertos, la docente indicó que podría ser un sticker para reducir los costos, los niños se encontraron motivados por tener un botón. Un padre de familia indicó que el botón los hace sentir especiales y que son los mejores por medio de la frase: “Soy un gran músico”. Es de ayuda para darle cierre al evento y llevar un poco de él a casa.

De acuerdo al experto en el área financiera es un proyecto interesante que puede buscar más patrocinio y de esta manera diluir los costos. Es un proyecto viable para grandes empresas desde el punto de vista de responsabilidad social empresarial.

13.2 CAMBIOS DE VALIDACIÓN

A continuación se presentan los cambios de validación con base a la confrontación de resultados descrita, se detallan los cambios y el antes y el después de cada pieza.

E-MAILING

Fue considerada la recomendación de los expertos en cuanto a invertir la posición del logo para poder enfatizar la comunicación del evento y seguidamente informar sobre los beneficios de la música.

ANTES



DESPUÉS



La música posee diversos beneficios en la preparación académica así como el fomento del desarrollo de competencias.



Potencializa la creatividad



Mejora el estado de ánimo



Fomenta el liderazgo

CON EL APOYO DE:   

**¿Le interesa participar?
Complete el formulario aquí**

pierri.sog@mail.com | 2333 3063 / 5206 9085

No se aplicaron cambios en el e-mailing de agradecimiento.



MI PRIMERA SINFONÍA

¡Gracias por confirmar la participación en la temporada de conciertos didácticos!

Esto contribuye al desarrollo e inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país.



Para el desarrollo exitoso del evento fueron diseñadas actividades especiales detalladas en la guía para maestros adjunta.



Descargar

CON EL APOYO DE:   



SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA

pierri.sog@mail.com | 2333 3063 / 5206 9085

VIDEO

Los expertos y grupo objetivo hicieron énfasis en alargar el tiempo del video en las diapositivas con más texto. Por lo que el tiempo fue extendido para garantizar la legibilidad del contenido. Adicionalmente, se aumentó el tamaño de la tipografía por recomendación de los expertos.

ANTES



DESPUÉS



La introducción de 2 segundo fue ampliada a 4.

ANTES

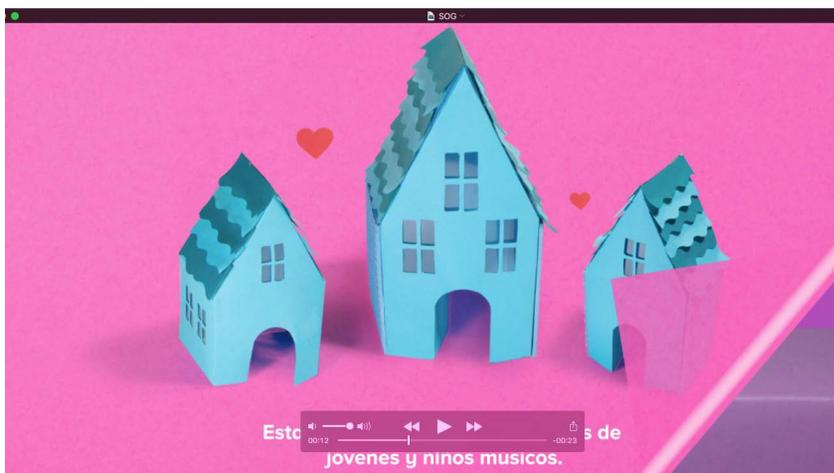


DESPUÉS



Anteriormente la diapositiva que indica a qué se dedica la organización poseía 3 segundos de duración. Fue ampliada a 7 segundos.

ANTES

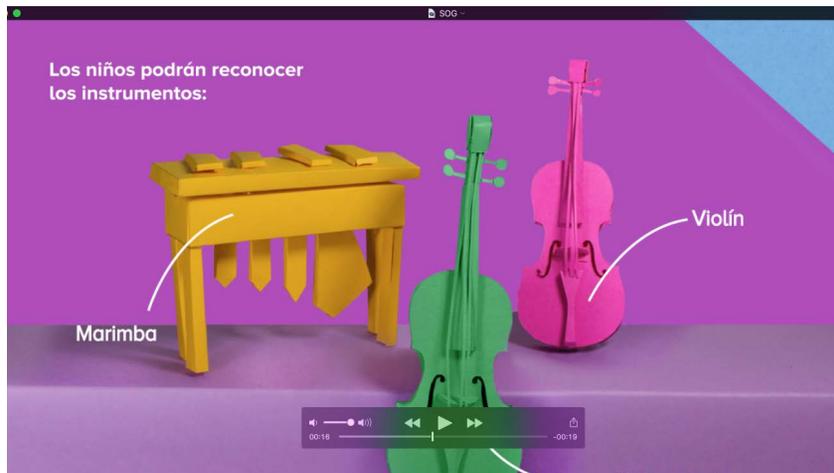


DESPUÉS



La diapositiva de los núcleos permaneció 5 segundos ya que la legibilidad no se encontró afectada.

ANTES



DESPUÉS



La pantalla que explica los instrumentos, fue extendida a 6 segundos. Anteriormente tenía una duración de 4 segundos.

ANTES



DESPUÉS



Esta diapositiva tuvo 4 segundos de duración respectivamente.

ANTES

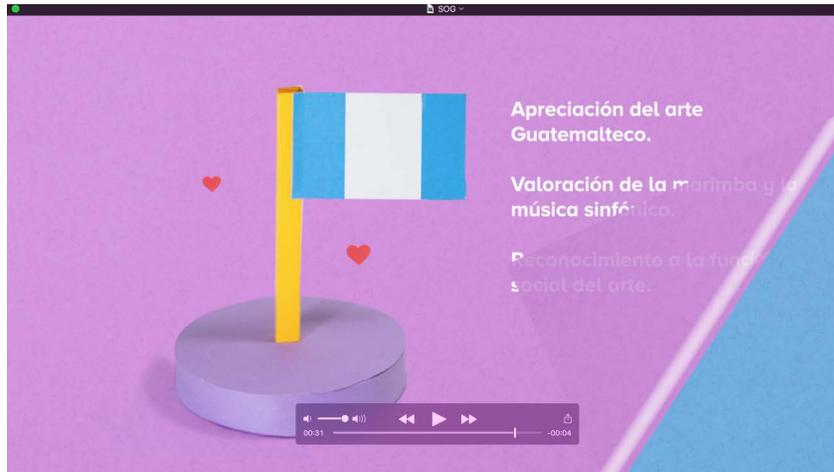


DESPUÉS



La duración de la diapositiva anterior fue modificado de 5 a 6 segundos de duración.

ANTES



DESPUÉS



La diapositiva que describe las competencias a desarrollar, es la más extensa por lo que fue necesario extender el tiempo de 5 segundos a 8.

ANTES



DESPUÉS

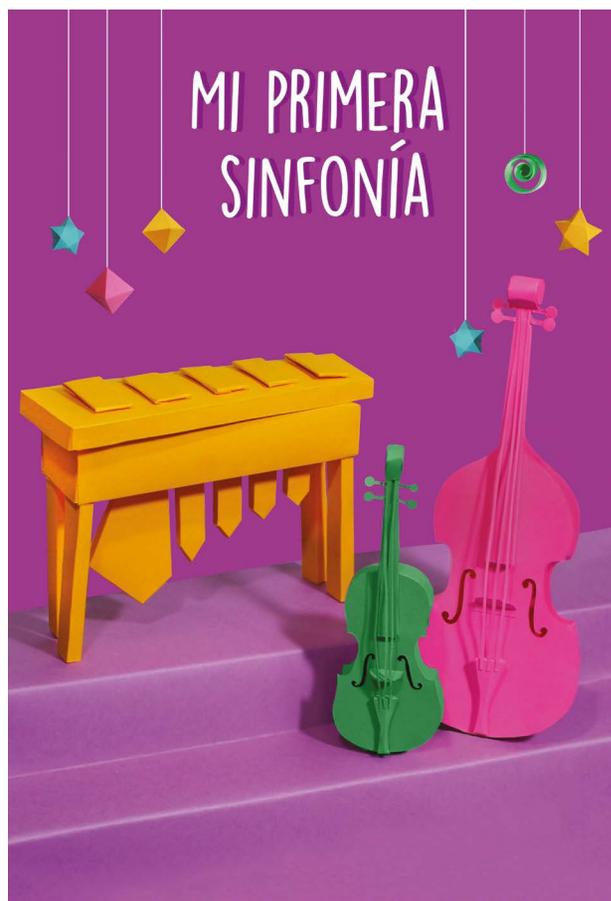


Los 35 segundos de duración total del video, fueron extendidos a 45 segundos para garantizar un tiempo prudencial para comprensión del contenido.

AFICHES DE CARTELERA

De acuerdo con los resultados obtenidos por parte de los expertos. Se incluyeron frases para complementar el sentido de cada afiche y dando lugar a la expectativa por el evento. Frases como: ¿Estás

ANTES



SOG SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA

listo?, ¡Prepárate! ¡Alista tus oídos! Próximamente en tu colegio. Esto es de ayuda para complementar el mensaje de cada pieza vinculándolo con su imagen. Se integró la información de los patrocinadores cuya presencia es importante. Se modificó el contraste de color del violonchelo para evitar que esté se perdiera con el fondo.

DESPUÉS



SOG SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA

ANTES



SOG SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA

DESPUÉS



SOG SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA

CON EL APOYO DE:

CEMACO

Uni Universidad Interdisciplinaria

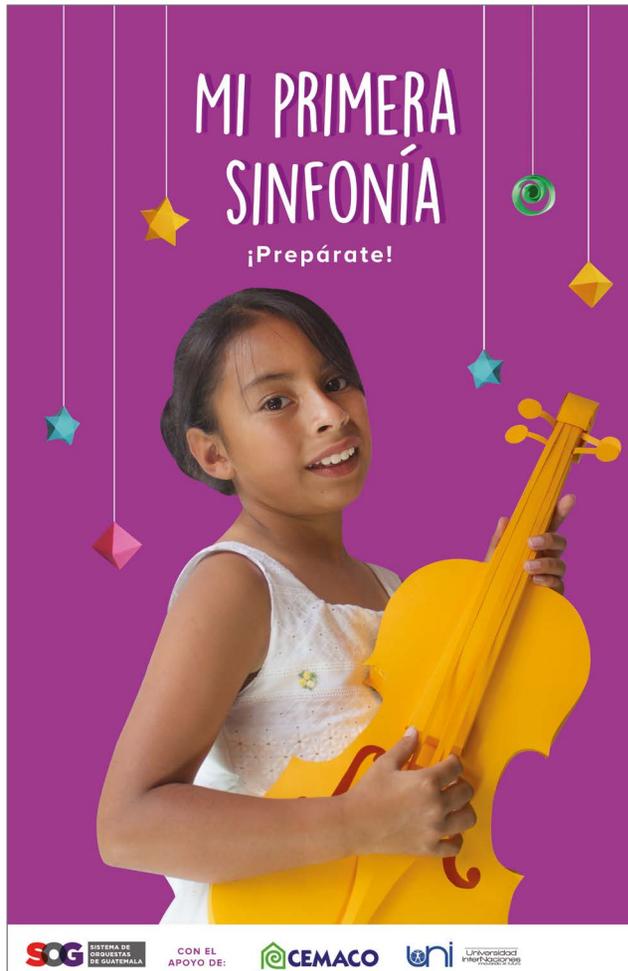
ANTES



DESPUÉS



Adicional, se incluyó el afiche de una niña, aspecto que fue mencionado por los expertos y grupo objetivo. Para garantizar la identificación por parte de las niñas y solventar la posible necesidad de la posibilidad de impartir el concierto tanto en colegios de niños / niñas o mixtos. (Anexo 18).



RECURSO PEDAGÓGICO

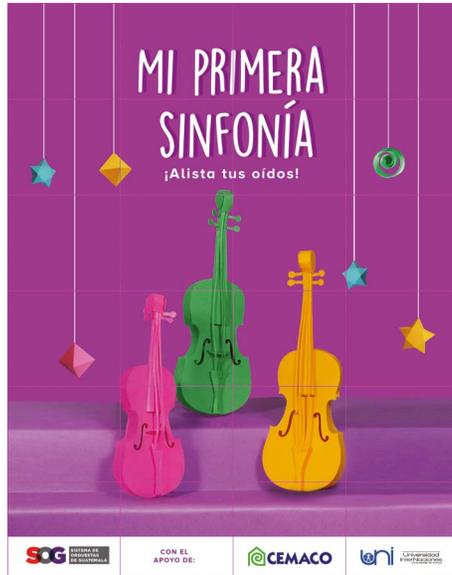
Se eliminaron los recursos pedagógicos a modo de afiches y fue adaptada su imagen con un recurso pedagógico que permitiera la participación de cada alumno por recomendación del grupo objetivo y expertos.

Esto fue cambiado a la modalidad de un rompecabezas para ser rotado en cada sección de 1.º a 4.º primaria. “La caja de la música” posee cuatro juegos de rompecabezas de 24 piezas para ser armado en equipos pequeños por sección. Las piezas son cuadradas debido a que el corte del troquelado en el pvc aumentaba los costos. Además no se encontró dificultad en los niños en su armado.

ANTES



DESPUÉS



Para ello se desarrolló un empaque de madera, considerando que debe ser resistente para permitir que otros niños tengan contacto con el sin que se deteriore. Se pensó en un juego de rompecabezas para cada colegio. Para ello fue diseñado un sticker para el empaque así como los interiores que contendrán los rompecabezas. Este material será compartido por los demás colegios para optimizar recursos. Se considerarán 3 rompecabezas a disposición de la organización, en el caso existan conciertos simultáneos o deterioro accidental del recurso. Dicho empaque será identificado por stickers exteriores e interiores. Proceso de bocetaje (Anexo 18).

EXTERIOR



INTERIOR

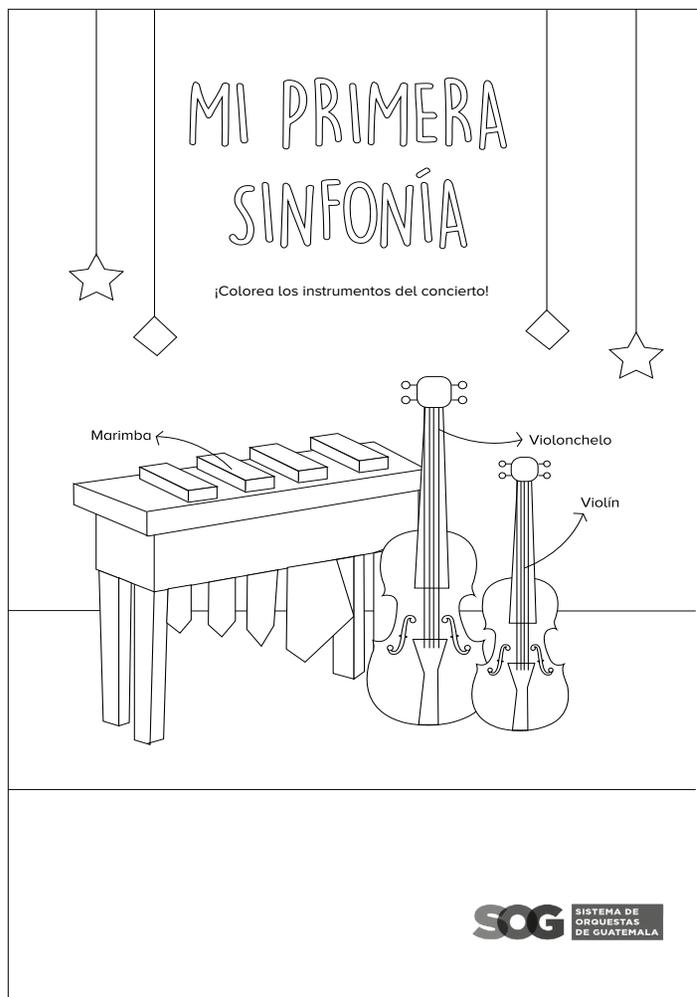


Se indicó el número de piezas para poder verificar con facilidad que cada juego esté completo al guardarlo.



Se integró un sticker de instrucciones en el interior del empaque.

Adicionalmente se diseñó una hoja de trabajo para apoyar el sentido didáctico y facilitar a los niños el reconocimiento de los instrumentos de viento y marimba, como recomendó el mercadólogo. Es una pieza fundamental para reforzar el proceso del recurso pedagógico y darle cierre.



RECURSO PEDAGÓGICO / GUÍA MI PRIMER INSTRUMENTO

Se adaptó información breve de la organización y se colocaron los beneficios de la música en la educación considerando que es la pieza con la que los padres tendrán contacto directo, de acuerdo a la recomendación del mercadólogo. Adicional se colocó el contacto de la organización con el mismo propósito de

facilitarle a los padres el medio para contactar si lo desean. Se tomaron en consideración las recomendaciones de la docente de nivel primario en cuanto a la lectura, eliminando el elemento central que dividía las columnas. Adicional, se añadió un texto que explica los beneficios de la música, siendo la única pieza que los padres podrán conservar se consideró importante corresponder a la necesidad planteada desde el inicio del proceso. De igual manera se adaptó la presencia de los patrocinadores.

ANTES



La música potencializa la creatividad, mejora el estado de ánimo y fomenta el liderazgo. La orquesta infantil del Sistema de Orquestas de Guatemala impartirá el concierto **MI Primera Sinfonía**.

Antes del concierto cada niño debe aprender a hacer su propio instrumento. Siguiendo las instrucciones de esta guía, podrá realizar un violín, la ayuda de los padres es fundamental.
¡Comencemos!

MATERIALES
Necesitas:

Lápiz + 1 + 2 + Tijeras + Goma + 1 moneda
Regla + 1 tapadera redonda + Lana + 2 Paletas de madera + ¡Creatividad!

PROCESO

PASO 1: Desarma la primera caja, dibuja y recorta la forma circular, (como se muestra en el dibujo) al centro y los laterales. Usa la tapadera para trazarlos.

PASO 2: Arma la caja de nuevo en el lado que no tiene diseño, pegando las pestañas. Tendrás el cuerpo de tu violín.

PASO 3: Corta una de las caras de la segunda caja.

PASO 4: En la cara de la caja que cortaste dibuja, con la ayuda de la regla, la siguiente figura y cortala. Este será el diapasón.

PASO 5: Con el cartón sobrante, dibuja con la regla y corta las siguientes figuras. Usa la moneda para trazar los círculos. Conformarán las volutas, el arco y afinador.

PASO 6: Pega las figuras que has recortado sobre la primera caja.

PASO 7: ¡Decora tu instrumento como más te guste!

PASO 8: Sujeta la lana para hacer las cuerdas y pega las paletas, estas serán las clavijas. Pega también las volutas.

PASO 9: ¡Decora tu instrumento como más te guste!

¡Usa tu creatividad y no olvides llevar tu instrumento el día del concierto!

Se añadió color morado a las segunda cara para poder hacer variaciones con el material adicional de la marimba e invertir el color.

Se eliminó la línea divisoria

DESPUÉS



Patrocinadores

La música potencializa la creatividad, mejora el estado de ánimo y fomenta el liderazgo. La orquesta infantil del Sistema de Orquestas de Guatemala impartirá el concierto **MI Primera Sinfonía**.

Antes del concierto cada niño debe aprender a hacer su propio instrumento. Siguiendo las instrucciones de esta guía, podrá realizar un violín, la ayuda de los padres es fundamental. ¡Comencemos!

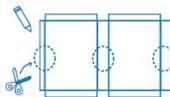
MATERIALES

Necesitas:



PROCESO

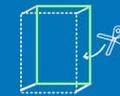
PASO 1: Desarma la primera caja, dibuja y recorta la forma circular, (como se muestra en el dibujo) al centro y los laterales. Usa la tapadera para trazarlos.



PASO 2: Arma la caja de nuevo en el lado que no tiene diseño, pegando las pestañas. Tendrás el cuerpo de tu violín.



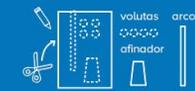
PASO 3: Corta una de las caras de la segunda caja.



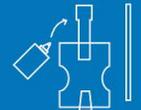
PASO 4: En la cara de la caja que cortaste dibuja, con la ayuda de la regla, la siguiente figura y cortala. Este será el diapasón.



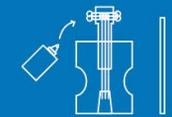
PASO 5: Con el cartón sobrante, dibuja con la regla y corta las siguientes figuras. Usa la moneda para trazar los círculos. Conformarán las volutas, el arco y afinador.



PASO 6: Pega las figuras que has recortado sobre la primera caja.



PASO 6: Sujeta la lana para hacer las cuerdas y pega las paletas, estas serán las clavijas. Pega también las volutas.



PASO 7: ¡Decora tu instrumento como más te guste!



¡Usa tu creatividad y no olvides llevar tu instrumento el día del concierto!

Por otro lado, se incluyó un material pedagógico simplificado para los niños de 1.º a 2.º primaria, en este caso se pensó en una marimba debido a que el proceso es más sencillo.

ANTES

Los fondos recaudados en el concierto serán destinados al desarrollo de los niños más vulnerables del país a través de la práctica colectiva de la música.

CON EL APOYO DE:

MI PRIMER INSTRUMENTO

1.º y 2.º primaria

f @SOG.GUATE | pierri.sog@mail.com | 2333 3063 / 5206 9085

SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA

DESPUÉS

La música potencializa la creatividad, mejora el estado de ánimo y fomenta el liderazgo. La orquesta infantil del Sistema de Orquestas de Guatemala impartirá el concierto **MI Primera Sinfonía**.

Antes del concierto cada niño debe aprender a hacer su propio instrumento. Siguiendo las instrucciones de esta guía, podrá realizar una marimba, la ayuda de los padres es fundamental. ¡Comencemos!

MATERIALES
Necesitas:

+ + +
Lápiz + 1 caja de zapatos con tapadera + Tijeras + Goma

+ +
Plasticina + Dos lápices sin punta + ¡Creatividad!

PROCESO

PASO 1: Destapa la caja de zapatos, la tapadera será la estructura de la marimba.

PASO 2: Moldea 4 bloques rectangulares de plasticina, estos serán las láminas de la marimba. Puedes usar varios colores.

PASO 3: Pega cada bloque de plasticina sobre la tapadera de la caja.

PASO 4: Moldea una esfera de plasticina para darle forma a las baquetas.

PASO 5: Inserta las esferas de plasticina en los lápices sin punta. ¡Tendrás tus baquetas listas!

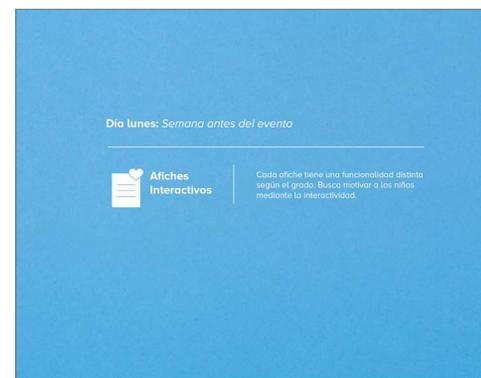
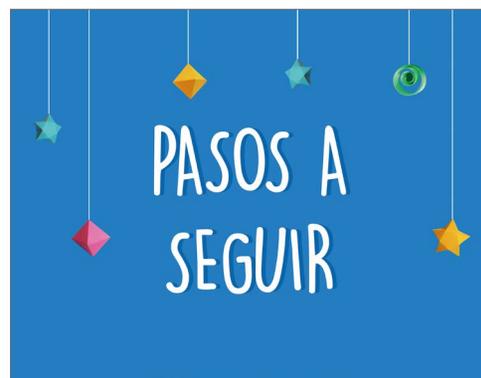
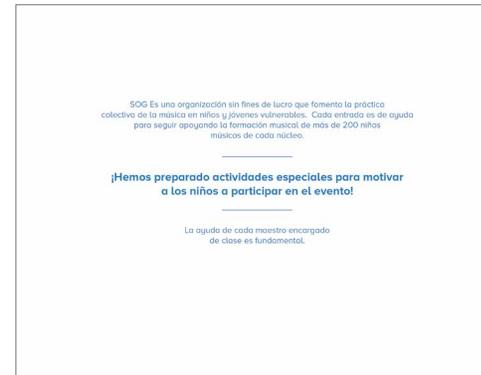
PASO 6: ¡Decora tu instrumento como más te guste!

¡Usa tu creatividad y no olvides llevar tu instrumento el día del concierto!

GUÍA PARA MAESTROS

Fue adaptada a la actividad del rompecabezas. No fue considerada la recomendación de expertos debido a que los colegios poseen la posibilidad de utilizar recursos digitales y esto aumentaría el costo. Además el recurso pedagógico del rompecabezas contendrá las instrucciones en su interior.

ANTES



Afiches 1ero y 2do Primaria

Deberán ser pegados en un espacio del salón. Las instrucciones deberán ser indicadas por el maestro. Estos Afiches interactivos poseen stickers incorporados. Los niños podrán completar la imagen según la línea punteada, despegando las figuras en la parte inferior.



1ero primaria



2do primaria

Afiches 3ero y 4to Primaria

Se brindará a cada sección un sobre blanco con un rompecabezas. Deberá ser armado por los niños de cada sección, en equipos de tres. Posteriormente se pegará en algún espacio del salón. Las instrucciones deberán ser indicadas por el maestro.



3ero primaria



4to primaria

Día miércoles: Semana antes del evento

Afiches Interactivos

Debe seleccionarse a un encargado de los maestros de 1ero a 4to primaria, para pegar los tres afiches de cartón.

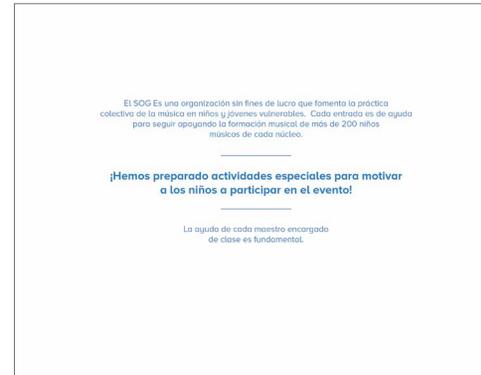


Día viernes: Semana antes del evento

Guía

Se enviará la circular para informar a los padres sobre el evento. Adicional se enviará la guía "Mi primer instrumento". Con la finalidad de que los niños realicen con ayuda de sus padres un violín y jueguen al instrumento el día del concierto. Esto reforzará el sentido didáctico del evento.

DESPUÉS



Juego de rompecabezas: La Caja de la Música

El rompecabezas busca la interactividad de los niños para reforzar el aprendizaje sobre las partes de los instrumentos a través de una hoja de trabajo.



4 juegos para los equipos

Hoja de trabajo



Afiches de cartelera

Los afiches buscan motivar a los niños y que se familiaricen con la imagen del evento.



Afiche 1

Afiche 2

Día viernes: Semana antes del evento



Guía

Se enviará la circular para informar a los padres sobre el evento. Adicional se enviará la guía 'Mi primer instrumento'. Con la finalidad de que los niños realicen, con ayuda de sus padres, una marimba (3.º y 2.º) y un violín (3.º y 4.º) y lleven su instrumento al día del concierto. Esto reforzará el sentido didáctico del evento.

Día miércoles: Semana antes del evento



Afiches de cartelera

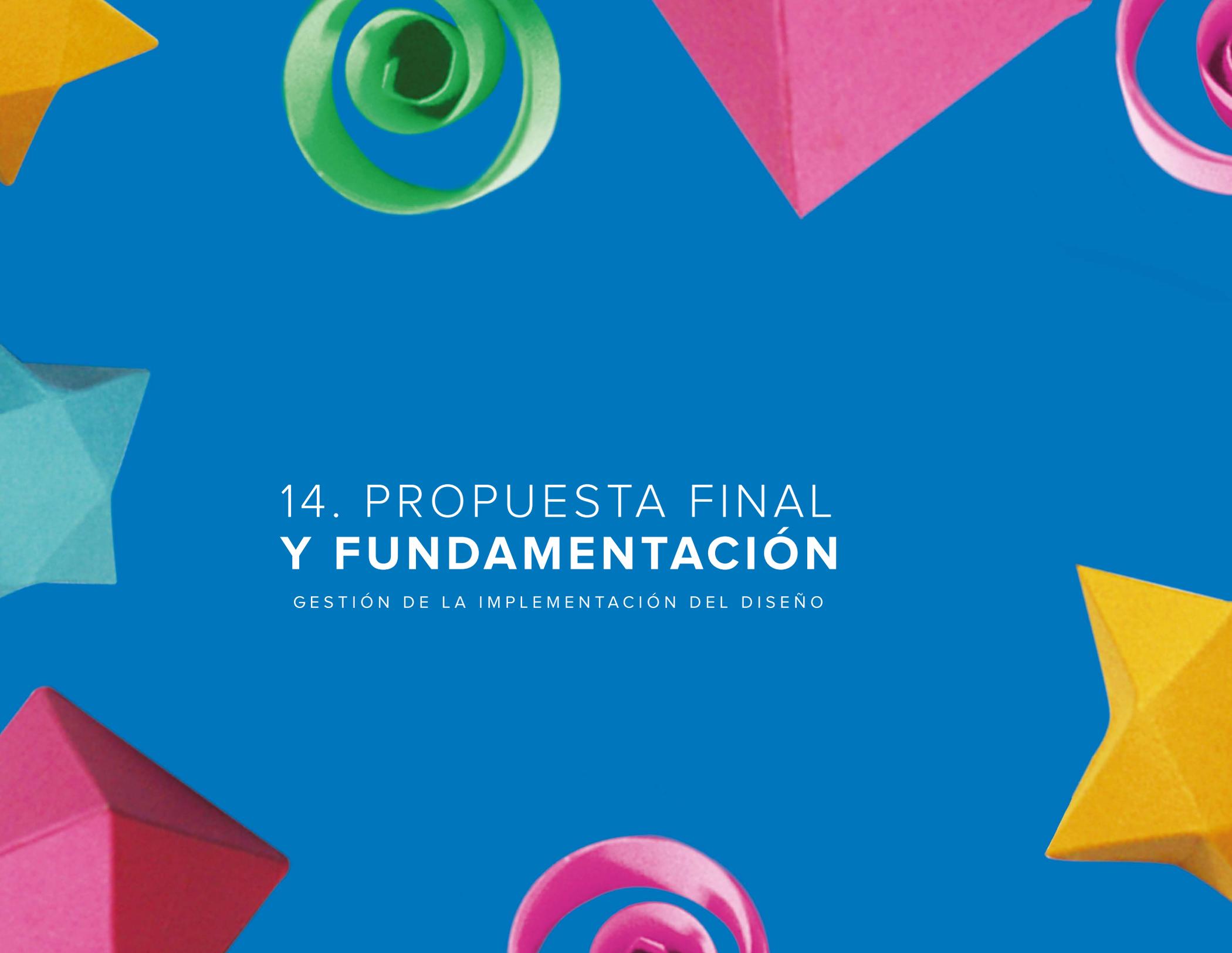
Elegir a un maestro encargado de guía para pegar el tercer y cuarto afiche en la cartelera de primaria.

Guía 1.º y 2.º primaria



Guía 3.º y 4.º primaria





14. PROPUESTA FINAL **Y FUNDAMENTACIÓN**

GESTIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL DISEÑO

14.1 PROPUESTA FINAL

✉ E-MAILING



MI PRIMERA SINFONÍA

Concierto didáctico para niños



SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA

SOG te invita a participar en el concierto didáctico dirigido a niños de 1.º a 4.º primaria.

Trasladaremos a su colegio la orquesta infantil de cuerdas y marimba.

 **Ver más**

La música posee diversos beneficios en la preparación académica así como el fomento del desarrollo de competencias.

-  Potencializa la creatividad
-  Mejora el estado de ánimo
-  Fomenta el liderazgo

CON EL APOYO DE:   

**¿Le interesa participar?
Complete el formulario aquí**

pierri.sog@mail.com | 2333 3063 / 5206 9085



MI PRIMERA SINFONÍA

¡Gracias por confirmar la participación en la temporada de conciertos didácticos!

Esto contribuye al desarrollo e inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país.

 Para el desarrollo exitoso del evento fueron diseñadas actividades especiales detalladas en la guía para maestros adjunta.

 **Descargar**

CON EL APOYO DE:   

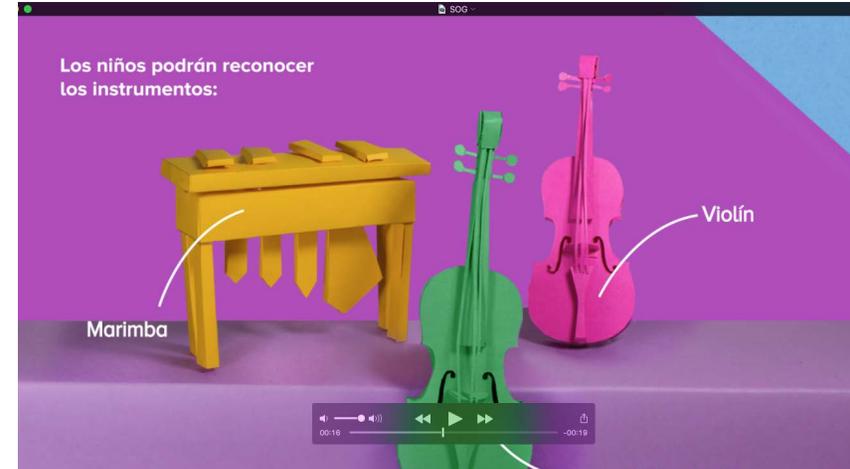
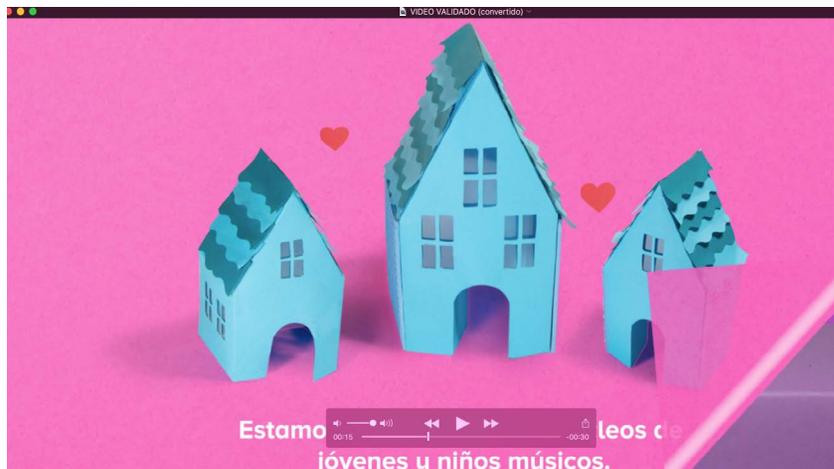
 **SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA** | pierri.sog@mail.com | 2333 3063 / 5206 9085



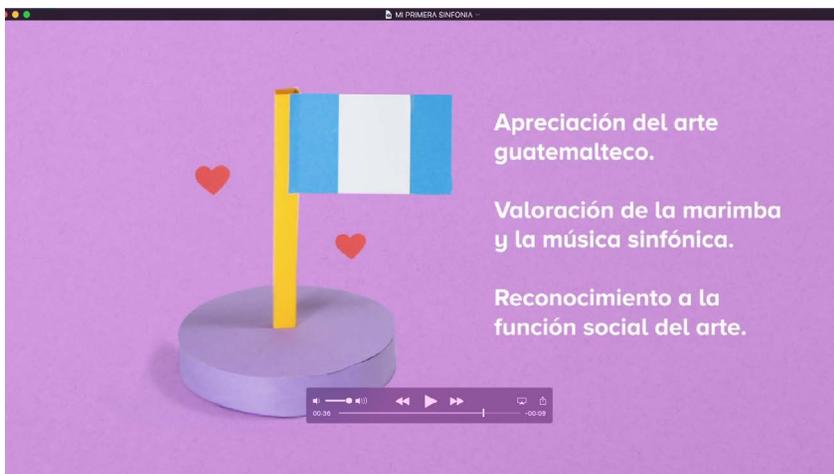
▶ VIDEO

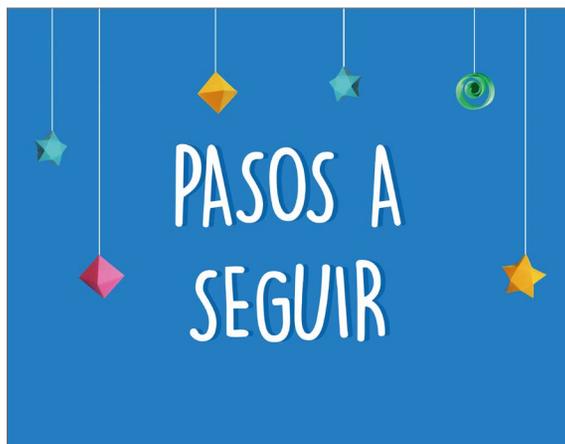
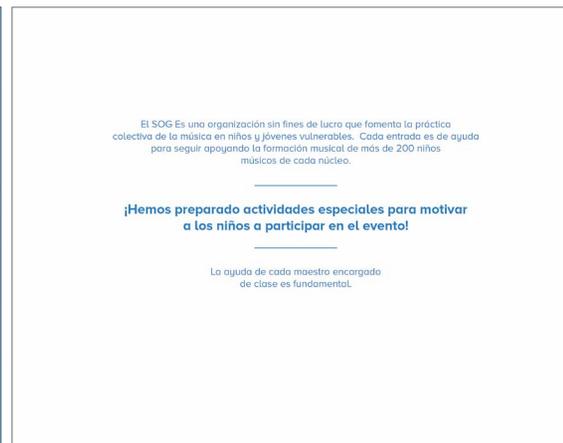
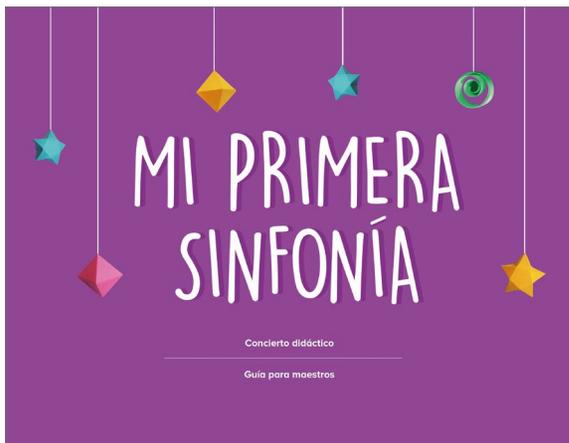
The image shows a screenshot of a YouTube video player. At the top, there is a navigation bar with the YouTube logo, a search bar containing the word "Buscar", and icons for video, grid, notifications, and the SOG logo. The video player itself has a blue background with the title "MI PRIMERA SINFONÍA" in large white letters, and "Concierto didáctico" below it. The video frame is decorated with colorful geometric shapes (stars and pyramids) hanging from the top. Below the video frame is a progress bar showing 0:01 / 0:45. Underneath the video, the title "MI PRIMERA SINFONÍA" is repeated, followed by "6 vistas" and interaction icons for likes (0), comments (0), and share (COMPARTIR). The channel name "SOG GUATEMALA" is displayed with the SOG logo and the publication date "Publicado el 24 abr. 2018". At the bottom, the category is "Personas y blogs" and the license is "Licencia estándar de YouTube".

LINK: <https://youtu.be/c441-4Pas08>



▶ VIDEO





Afiches de cartelera

Los afiches buscan motivar a los niños y que se familiaricen con la imagen del evento.



Afiche 1

Afiche 2

Semana antes del evento

Juego de rompecabezas

Se le dará un juego de rompecabezas: "La Caja de la Música". Posee 4 juegos distintos de 24 piezas a ser armado en equipos dependiendo de la cantidad de alumnos por sección. Se le dará una hoja de trabajo para colorear al equipo que termine primero y así sucesivamente a cada equipo. El juego rotará en los grados de 1ero a 4to según el cronograma adjunto en esta guía.

Cronograma

El rompecabezas deberá ser rotado durante la semana según lo siguiente:

<i>lunes</i>	Secciones de 1.ª primaria
<i>martes</i>	Secciones de 2.ª primaria
<i>miércoles</i>	Secciones de 3.ª primaria
<i>jueves</i>	Secciones de 4.ª primaria

Juego de rompecabezas: La Caja de la Música

El rompecabezas busca la interactividad de los niños para reforzar el aprendizaje sobre las partes de los instrumentos a través de una hoja de trabajo.



Hoja de trabajo



Día miércoles: Semana antes del evento

Afiches de cartelera

Elegir a un maestro encargado de aula para pegar el tercer y cuarto afiche en la cartelera de primaria.

Afiches de cartelera

Los afiches buscan motivar a los niños y que se familiaricen con la imagen del evento.



Afiche 1

Afiche 2

Día viernes: Semana antes del evento

Se enviará la circular para informar a los padres sobre el evento. Adicional se enviará la guía "Mi primer instrumento". Con la finalidad de que los niños realicen, con ayuda de sus padres, una marimba (3.º y 2.º) y un violín (3.º y 4.º) y lleven su instrumento el día del concierto. Esto reforzará el sentido didáctico del evento.

Guía 1.º y 2.º primaria**Guía 3.º y 4.º primaria**

 **PIEZA: AFICHES DE CARTELERA**



 **PIEZA: AFICHES DE CARTELERA**



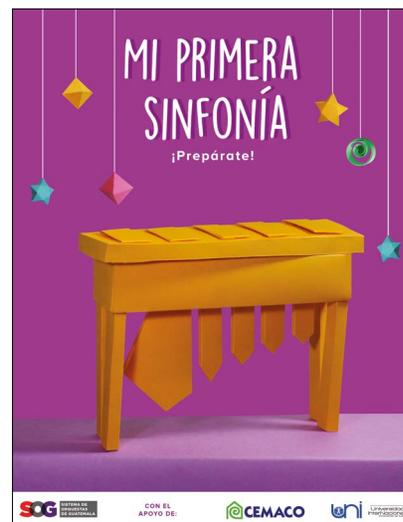
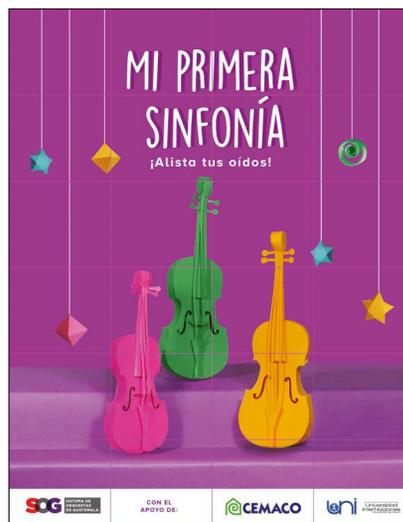
 **PIEZA: AFICHES DE CARTELERA**



 **PIEZA: RECURSO PEDAGÓGICO / ROMPECABEZAS**



 **PIEZA: RECURSO PEDAGÓGICO / ROMPECABEZAS**





PIEZA: HOJAS DE TRABAJO



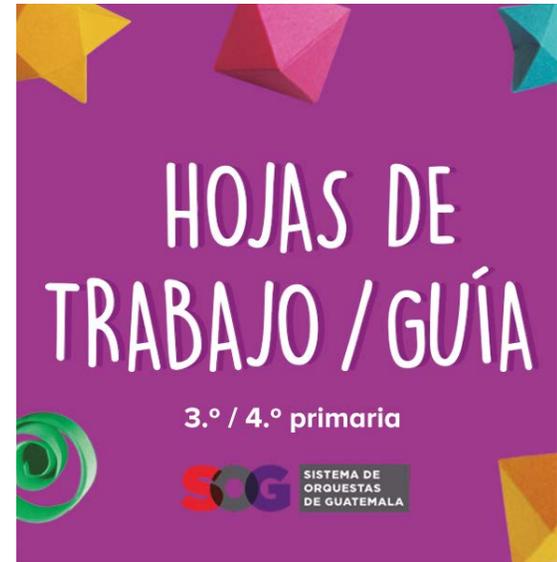
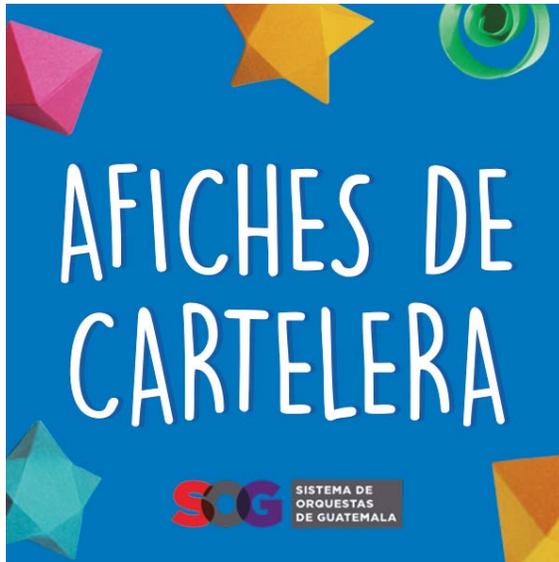


PIEZA: RECURSO PEDAGÓGICO: MI PRIMER INSTRUMENTO





PIEZA: STICKERS IDENTIFICADORES



14.2 FUNDAMENTACIÓN

El Sistema de Orquestas de Guatemala requiere un material publicitario para dar a conocer la temporada de conciertos didácticos dirigido a niños de nivel socioeconómico alto y medio alto. Adicional, fue importante desarrollar recursos pedagógicos que facilitara el aprendizaje lúdico para el grupo objetivo secundario (niños de 7 a 10 años).

Se llevó a cabo el diseño del concepto: “Sonoros dobleces de diversión”. A partir de este concepto surgieron elementos gráficos que construyeron la imagen gráfica.

Mi Primera Sinfonía, es el nombre del evento que pretende generar una experiencia memorable que le permita a los niños que asisten al concierto, aprender de forma lúdica sobre los instrumentos de cuerda y marimba y se le dé un reconocimiento a su aprendizaje.

PALETA DE COLOR: Está basada en tonalidades con un alto grado de saturación y principalmente se tomó en cuenta su semiótica de acuerdo a la clasificación de color, propuesta por Costa (2003). Está conformada por colores fantasiosos lo que permite atribuirle denotaciones referentes a lo imaginativo y divertido. Considerando que, la gráfica hace uso de elementos que se apegan a la realidad: instrumentos musicales. A partir de los colores fantasiosos se corresponde a la parte de “diversión” que requería el concepto.



El color es un elemento clave para llamar la atención de los niños. La música y el color se relacionan, a partir del estudio de grupo objetivo (Anexo 7.1) es notorio que la música evoca sensaciones, unas más estridentes y otras más serenas. Fue importante hacer alusión a un evento divertido, colorido que llamara la atención de los niños. El color, tiene la función de evocar esta sensación.

Añaños (2008), puntualiza en que el color tiene diferentes funciones, entre ellas la función psicológica la cual expresa una disposición de ánimo. A partir de una paleta limitada, colorida y vibrante se recalca en el carácter divertido del evento.

TÉCNICA: Gilderleeve (2014), menciona que el papercraft tomó auge en el diseño en los últimos años y es por medio de ella por la cual es posible desarrollar vínculos entre lo manual y digital. A través de esta técnica se corresponde directamente a la parte de “dobleces” que requería el concepto y además se le otorga un aspecto análogo a la imagen del evento. El cual al tener relación con las artes, por medio de una imagen apegada a crear con las manos. Gracias al apoyo de la fotografía fue posible generar escenas relacionadas con el concierto y conforman diferentes composiciones.

Parramón (2003), recomienda que la ilustración dirigida a niños debe otorgar una interpretación concreta y legible del argumento. Esto se evidencia en el estudio del grupo objetivo (Anexo 8.1), los niños no poseen una comprensión abstracta a estas edades

pero es posible tener un acercamiento a su mundo a partir de los elementos gráficos utilizados, acompañados de formas cotidianas que reconocen.

Por otro lado la experta en ilustración abordada en validación, Jen Tercero (Anexo 17.1) menciona que las técnicas alternativas que enriquecen las piezas. Kalle Medrano, sujeto de estudio **abordado** a partir del proceso de investigación (Anexo 4.1), indica de igual forma que el papercraft es una técnica que permite llamar la atención de los niños, esta puede favorecer al aprendizaje si se integra la interactividad a las piezas.

TIPOGRAFÍA: Corresponde al concepto mediante sus trazos y ejes irregulares lo que le otorga un sentido de movimiento y dinamismo. Además se consideró el manejo de un grosor adecuado para garantizar su legibilidad. Se utilizaron textos secundarios que permite generar jerarquías en la lectura, se tomó en cuenta el contraste del blanco sobre un fondo sólido lo que favorece a su legibilidad.



COMPOSICIÓN / IMAGEN GRÁFICA: Se hizo un manejo de la perspectiva para otorgarle movimiento a cada propuesta. A través de las líneas horizontales se representa de manera conceptual al pentagrama.

Los elementos extra conforman poliedros, figuras básicas a base de diferentes ángulos y vértices cuya geometría tiene una relación directa con la música y como a partir de la teoría de Pitágoras (s.f) citado por el autor Buhingas (2015,) quien mencionaba:

Buhingas (2015) indica que “Hay geometría en el murmullo de las cuerdas. Hay música en los espacios entre las esferas”. El autor indica que Pitágoras relacionó la geometría y la aritmética a la teoría de la música. Se puntualiza que la geometría y la música están altamente vinculadas. El teorema de Pitágoras se relaciona con las figuras como el cuadrado y el triángulo.

De esta manera todas las formas geométricas se relacionan con la música. Los elementos poliédricos representan a la música de manera conceptual. Adicional, se integraron formas como la estrella, la cual es conocida por el grupo objetivo secundario y tiene una connotación de felicidad y alegría. Estas expresiones se encuentran relacionadas con la diversión.

La representación gráfica de los elementos en la composición se centró en una gráfica clara y directa para que, de esta manera, comunicar fácilmente el mensaje a los niños. Serán colocados en la cartelera de primaria con el propósito de otorgarle expectativa sobre el evento para finalizar con los datos puntuales del mismo. Esto les permitirá posicionar la imagen del evento en sus mentes.

Fue importante incluir la imagen de niños para lograr la identificación y motivarlos a vivir la experiencia del evento. El manejo de frases secundarias complementan la imagen,

considerando que es importante hablarle directamente al grupo objetivo secundario, como menciona Ludwin Mancilla, sujeto de estudio abordado (Anexo 5.5), es importante tomar en cuenta la simplicidad, a los niños les interesa la experiencia que van a vivir. Al autor Alet (2007), hace énfasis en generar frases cortas para aumentar la lectura y comprensión y adaptar el lenguaje al público objetivo. Los niños conformados en las edades de 7 a 10 años poseen la habilidad lectora por lo que al ser frases cortas, el proceso de comunicación no se dificulta.

E-MAILING: La fase del primer contacto requería un material que presentara la información de manera clara y rápida. El uso de mailchimp para su envío es importante ya que al ser una plataforma gratuita, otorga una imagen atractiva, efectiva y funcional para la organización mediante el uso de links que facilitan la información. Adicionalmente, su uso es de beneficio para la organización al tener acceso a estadísticas de alcance. Se le otorgó movimiento a la propuesta por medio de la utilización de un gif que permitiera el movimiento de los elementos colgantes para aportarle ritmo y un tono divertido a la imagen del evento. Se puntualizó en los beneficios de la música a partir de iconografía para facilitar el reconocimiento de los mismos. La presencia del logotipo de la organización es importante pues es el primer contacto que tiene el grupo objetivo primario (directivos) con el material del evento. Para concretar esta fase, se integró un formulario así como el contacto directo de la organización para brindarle al grupo objetivo diferentes posibilidades y darle la oportunidad de elegir la que mejor le convenga.

Fue necesario implementar un segundo e-mailing para agradecer la participación e integrar una guía para el maestro digital, para informar a los maestros sobre las actividades especiales a llevar a cabo y el desarrollo del proceso. Esto contribuye a la construcción

de una misma línea de comunicación y adentrar a todas las personas involucradas, en el contexto del evento.

VIDEO: Para profundizar en la información del evento, fue necesario un enlace externo a un video, el cual a través de la técnica, se generaron backgrounds en relación a la temática. Las transiciones corresponden a la parte de dobles a partir de una un efecto de hoja de cuaderno, esto por otro lado, se vincula con la temática didáctica del evento. Column (2017), indica que la música es fundamental en un recurso animado, por lo que se eligió la que favoreciera a la narrativa y le otorgara un tono divertido a la historia.

RECURSO PEDAGÓGICO / ROMPECABEZAS: El aprendizaje a partir de la experiencia es importante para los niños, por lo que se desarrolló un material que se basará en la interactividad y el trabajo en equipo. Esta es una competencia que puede llegarse a desarrollar con la música.

El empaque es de madera, barnizada. Considerando que el recurso será rotado en los colegios, se pensó en tres juegos extra, para garantizar su uso adecuado en el caso de existir conciertos simultáneos o deterioro accidental del material. Los stickers del empaque externo e interno se encuentran laminados, tomando en consideración que el material debe ser lo más resistente posible.

A manera de cajas, se dispuso el material, teniendo en cuenta la ergonomía del grupo objetivo secundario, fue diseñada cada caja considerando el tamaño de las manos de un niño (de 7 a 10 años) y las de un adulto para garantizar que su manipulación no se encontrara afectada en el salón de clase. La simplicidad del empaque se basa en la importancia de facilitar su transporte.

Se determinó una pulgada de espacio alrededor de las cajas para garantizar que al introducir las manos no se dificulte su extracción. Cañas (2003), recalca la importancia del diseño cognitivo, este se centra en las posibilidades del aprendizaje por lo que los recursos pedagógicos deben adaptarse a las características cognitivas de las personas. Es por ello que se tomó en cuenta un tamaño adecuado para todos los elementos que conforman el rompecabezas, el tamaño de la caja y los espacios disponibles para asegurarse de que su uso se llevara a cabo de manera efectiva. Se integró una pieza para poder transportar el material de manera cómoda a modo de portafolio.

A partir del proceso de validación (Anexo 11.1) se concluyó que el rompecabezas es un juego que disfrutaban los niños conformados entre estas edades y es a través de este en donde se tendrá por primera vez contacto con los instrumentos del concierto: “Mi primera Sinfonía”.

El niño es el constructor de sus estructuras mentales, aprenden por sí mismos a partir del entorno, moverse en el espacio tridimensional y la manipulación de objetos, indica Cohen (1982). De esta manera el juego de rompecabezas motiva al niño por medio de una gráfica llamativa para reconocer los instrumentos, los cuales serán reforzados por medio de una hoja de trabajo para colorear. Es así como se concreta el objetivo didáctico del evento y se le da el cierre a esta fase, finalizando con el aprendizaje lúdico.

RECURSO PEDAGÓGICO / MI PRIMER INSTRUMENTO: A través de la guía “Mi primer instrumento” se responde al concepto “Sonoros dobleces de diversión” por medio de un recurso que le permite al grupo objetivo secundario experimentar con las manos y de esta manera dar lugar a una experiencia divertida que culmina en el aprendizaje el día del concierto. Es la pieza que fomenta también el aprendizaje lúdico.

El tono del contenido es amigable, dirigido a los padres a quienes se les solicita su ayuda para la elaboración. Fue importante enfatizar además en los beneficios de la música, quién es la organización y su contacto. Siendo este el único material con el que los padres tendrán contacto directo.

Según Cohen (1997), la abstracción en los años intermedios, no está totalmente desarrollada por lo que se hizo uso de íconografía para facilitar el proceso. De igual manera se pensó en un proceso sencillo e ilustrativo para garantizar una buena comprensión por parte de los padres, quienes apoyarán a los niños en su elaboración.



Cohen (1997), indica que el aprendizaje de los niños en esa etapa se vincula con el interés, la socialización y sentimientos por lo que el material busca estimular el aprendizaje por medio de crear su propio instrumento y que éste sea de apoyo el día del concierto para cumplir con el propósito didáctico.

El recurso será de apoyo para el director de orquesta quien podrá intervenir y explicar a los niños con su instrumento las partes del mismo. Para finalizar esta etapa con el incentivo del botón.

El recurso fue adaptado según las capacidades de cada niño a partir de su edad. Por lo que diseñar un material más simple fue fundamental para facilitar el proceso a los niños más pequeños, (7 y 8 años), quienes elaboraran una marimba. Se determinó que el violín por su complejidad, estuviera destinado a niños de (9 a 10 años).

Adicionalmente, el recurso se relaciona con el programa de educación musical generado por Puche (s.f). Quien propone una serie de instrumentos de papel con los cuales los niños y jóvenes pueden tener contacto con el instrumento y su estructura. La autora afirma que este método facilita el proceso de identificación con el instrumento. Tomando como base lo anterior, se adaptó este sistema para apoyar el aprendizaje de cada niño.

BOTÓN: Como menciona la autora Cohen (1982), las emociones son cruciales en el aprendizaje por lo que el promocional fue diseñado para propiciar recuerdos memorables y a modo de incentivo premiar el aprendizaje. El botón es la pieza que cierra el evento, se busca que tenga un tiempo de vida extenso que

podrán conservar después del concierto y por medio de la frase “Soy un gran músico”. Se les premie, motive y se les haga sentir especiales. Esto fomentará la memorabilidad.

Mi Primera Sinfonía además de promover un acercamiento a la música, siendo esta fundamental para el desarrollo de niños y jóvenes ya que, posee múltiples beneficios tanto en el aprendizaje, desarrollo de competencias, reforzamiento de valores y el trabajo en equipo. Por medio de este proyecto se le brinda la oportunidad a los niños de cada colegio a tener un acercamiento real con la música por medio de otros niños y jóvenes que la practican. Es un evento que permite apoyar un proyecto social que beneficia a niños y jóvenes en situaciones de riesgo. Dando lugar al desarrollo de mejores oportunidades profesionales a partir de la práctica de la música.

Cada entrada tendrá un costo de Q.25.00 posee un alto impacto en el apoyo económico de cada niño que conforman los núcleos de la organización. Con 30 conciertos se apadrinaría a todos los niños del SOG y se podría incrementar el número de beneficiados en un 25%. Por otro lado, al poseer una base de datos conformada por 60 colegios se tiene la oportunidad de obtener más fondos. Permitiendo apoyar la formación de 200 niños guatemaltecos en busca de mejores oportunidades.

Abre la posibilidad de unir las brechas de diferentes clases sociales por medio del aprendizaje, la apreciación del arte guatemalteco, valoración de la marimba, la música sinfónica y el reconocimiento de la función social del arte.



15. PRODUCCIÓN **Y REPRODUCCIÓN**

GESTIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL DISEÑO

15.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

PIEZA: AFICHES DE CARTELERA

DIMENSIONES: 11 x 17 PULGADAS

ARCHIVO PARA IMPRESIÓN: TIFF/ a 300 dpi

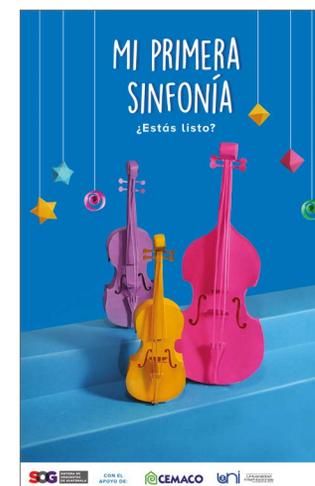
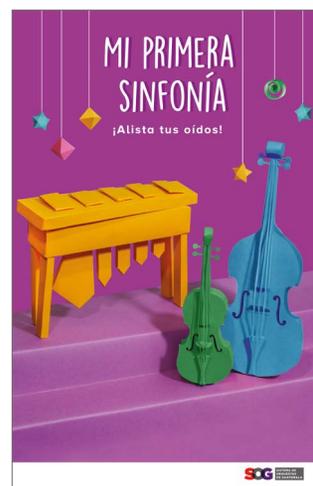
SISTEMA DE COLOR: CMYK

UNIDADES: 240

SISTEMA DE IMPRESIÓN: Digital

SUSTRATO A SER IMPRESO: Opalina

Acabados: Ninguno





PIEZA: ROMPECABEZAS



DIMENSIONES: 11 x 14 PULGADAS / tiro

ARCHIVO PARA IMPRESIÓN: TIFF/ a 300 dpi

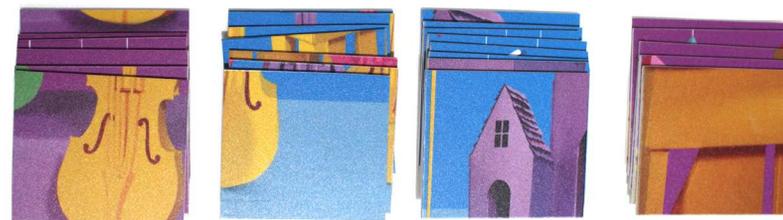
SISTEMA DE COLOR: CMYK

UNIDADES: 12

SISTEMA DE IMPRESIÓN: Digital

SUSTRATO A SER IMPRESO: Vinil adhesivo sobre pvc

ACABADOS: Laminado mate tiro y retiro



EMPAQUE DE ROMPECABEZAS

DIMENSIONES CAJA: 13 x 13 PULGADAS x 1.25 PULGADAS DE ALTO

DIMENSIONES TAPADERA: 13.5 x 13.5 PULGADAS

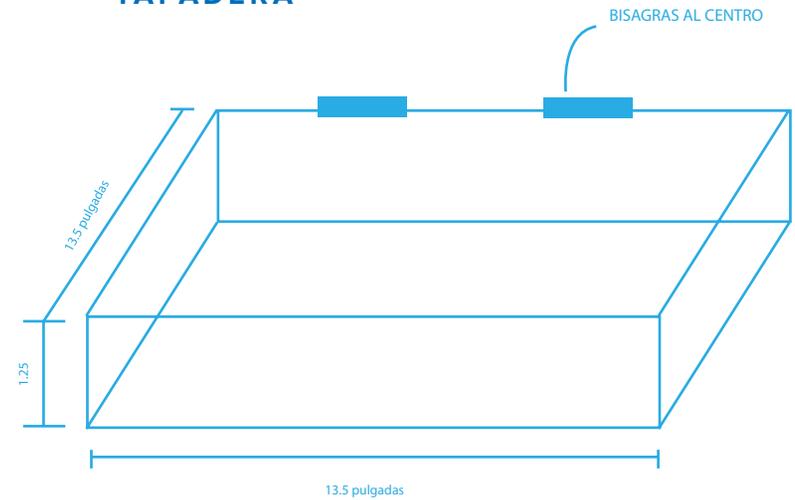
MATERIAL: MADERA / Caoba

UNIDADES: 3

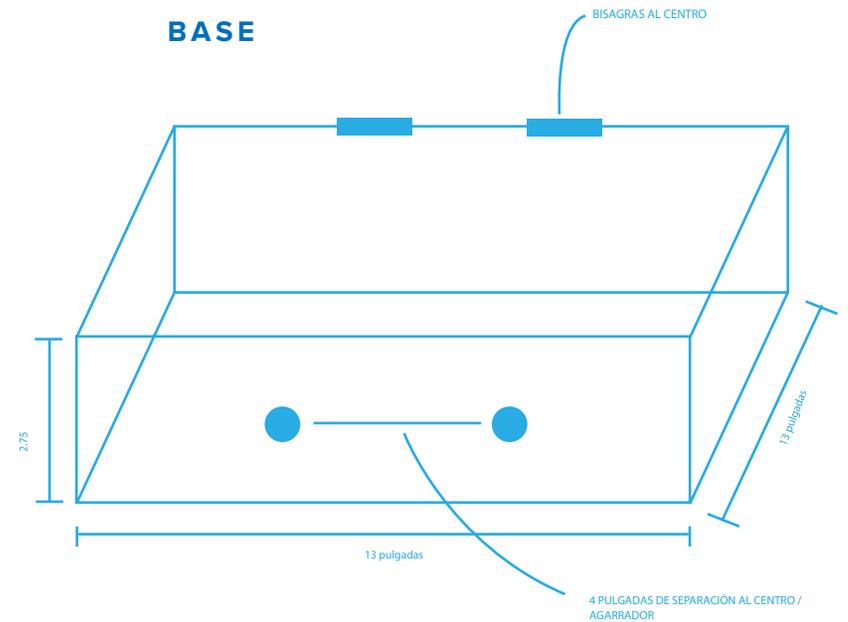
ACABADOS: Barnizado brillante

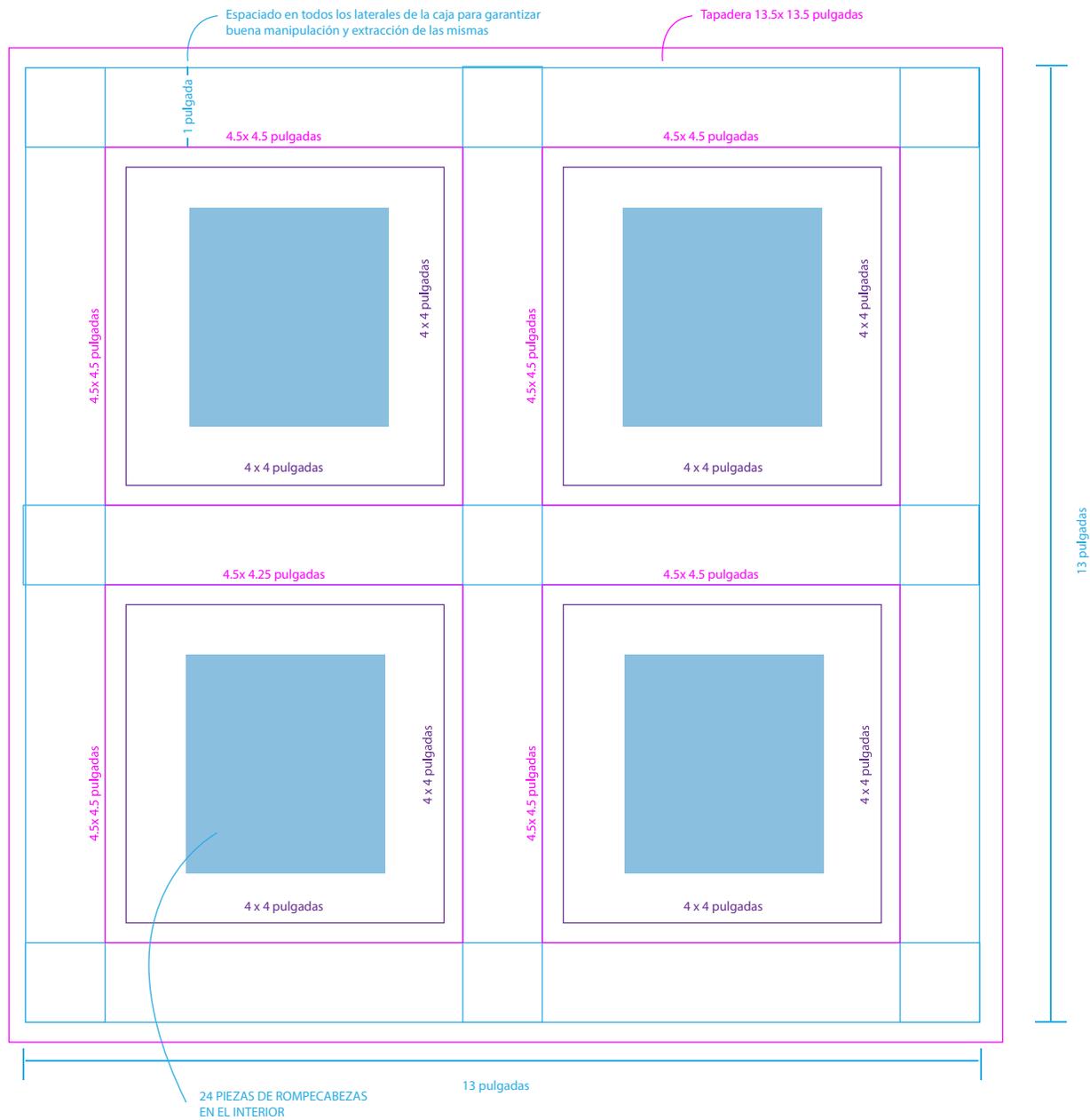


TAPADERA



BASE





CAJAS INTERNAS

DIMENSIONES CAJAS: 4.25 x 4.25 PULGADAS x 3.25 PULGADAS DE ALTO

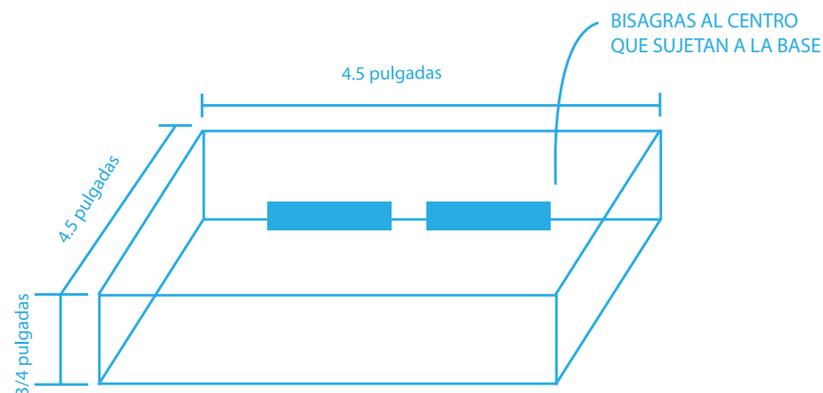
DIMENSIONES TAPADERA: 4.5X4.5 PULGADAS x 1.5 PULGADAS DE ALTO

MATERIAL: MADERA

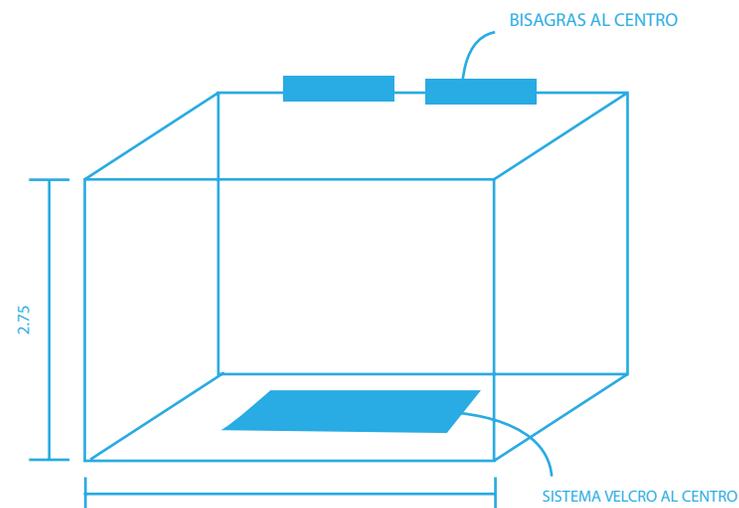
UNIDADES: 12

ACABADOS: Barnizado brillante / 1 pulgada de separación cada una. Ver plano anterior*. Velcro que sostiene la caja al tablero 1.75 x 2 pulgadas. Cara posterior

TAPADERA



BASE



○ **PIEZA: STICKER EXTERNO / EMPAQUE DE ROMPECABEZAS**

DIMENSIONES: 12 x 12 PULGADAS / tiro

ARCHIVO PARA IMPRESIÓN: TIFF/ a 300 dpi

SISTEMA DE COLOR: CMYK

UNIDADES: 3

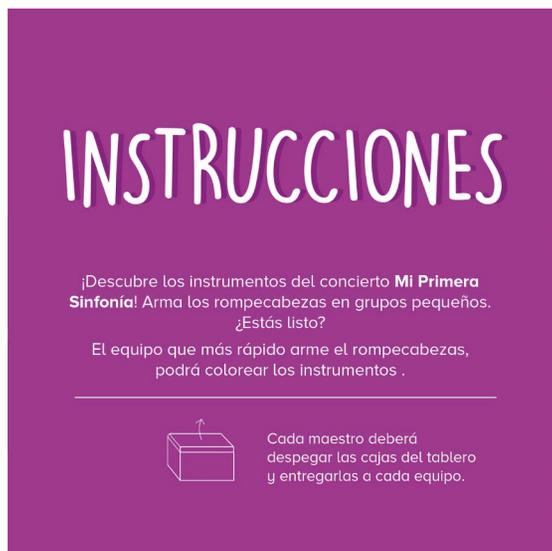
SISTEMA DE IMPRESIÓN: Digital

SUSTRATO A SER IMPRESO: Adhesivo blanco

ACABADOS: Laminado mate tiro / corte al tamaño



○ **PIEZA: STICKER INTERNO / EMPAQUE DE ROMPECABEZAS**



DIMENSIONES: 8 x 8 PULGADAS / tiro

ARCHIVO PARA IMPRESIÓN: TIFF/ a 300 dpi

SISTEMA DE COLOR: CMYK

UNIDADES: 3

SISTEMA DE IMPRESIÓN: Digital

SUSTRATO A SER IMPRESO: Adhesivo blanco

ACABADOS: Laminado mate tiro / corte al tamaño

○ **PIEZA: STICKER INTERNO / EMPAQUE DE ROMPECABEZAS**



DIMENSIONES: 4.25 x 4.25 PULGADAS / tiro

ARCHIVO PARA IMPRESIÓN: TIFF/ a 300 dpi

SISTEMA DE COLOR: CMYK

UNIDADES: 12

SISTEMA DE IMPRESIÓN: Digital

SUSTRATO A SER IMPRESO: Adhesivo blanco

ACABADOS: Laminado mate tiro



PIEZA: HOJAS DE TRABAJO

DIMENSIONES: 8.5 x 11 PULGADAS / tiro

ARCHIVO PARA IMPRESIÓN: PDF de archivo vectorial

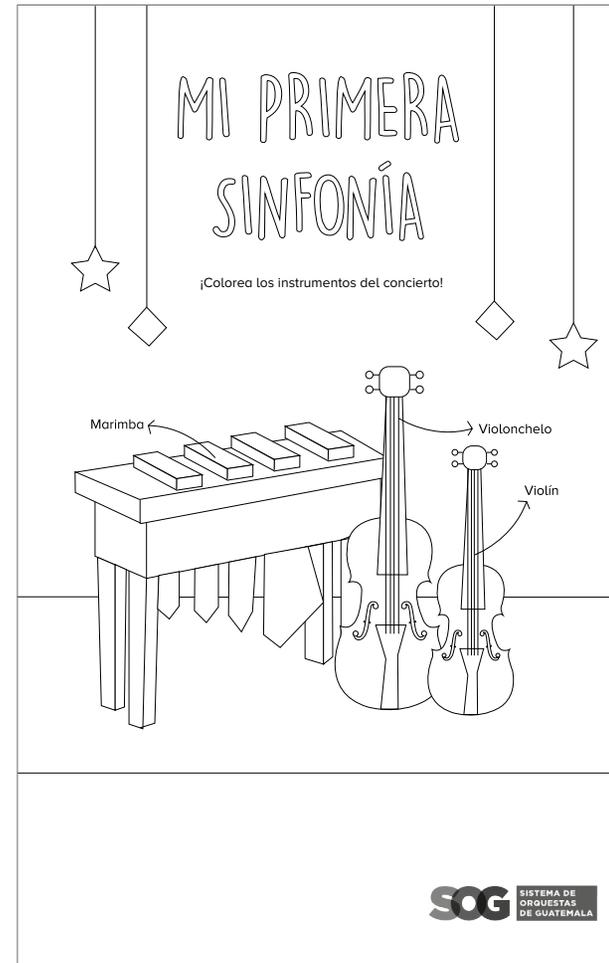
SISTEMA DE COLOR: Blanco y negro

UNIDADES: 14,400

SISTEMA DE IMPRESIÓN: Litográfica

SUSTRATO A SER IMPRESO: Bond 80 gm

ACABADOS: Ninguno





PIEZA: RECURSO PEDAGÓGICO: MI PRIMER INSTRUMENTO

DIMENSIONES: 8.5 x 11 PULGADAS / TIRO Y RETIRO

SISTEMA DE IMPRESIÓN: Litográfica

ARCHIVO PARA IMPRESIÓN: PDF a 300 dpi

SUSTRATO A SER IMPRESO: Bond 80 grs

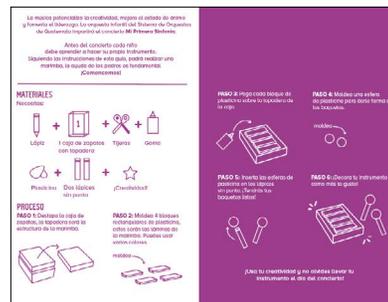
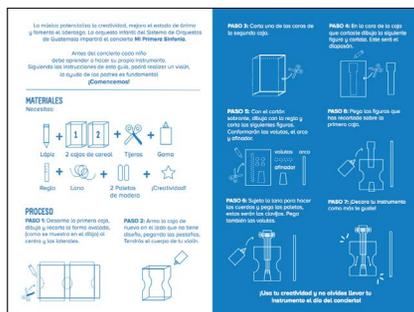
SISTEMA DE COLOR: CMYK

ACABADOS: Doble central / corte al tamaño

UNIDADES: 14,400 / 7,200 de opción 1 y 7,200 de opción 2

Opción 1: VIOLÍN

Opción 2: MARIMBA





PIEZA: BOTÓN

DIMENSIONES: 3 x 3 PULGADAS DE
DIÁMETRO / TIRO

ARCHIVO PARA IMPRESIÓN: JPG / 300 dpi

SISTEMA DE COLOR: CMYK

UNIDADES: 14,400

SISTEMA DE IMPRESIÓN: Litográfica

SUSTRATO A SER IMPRESO: Bond 80 grs

ACABADOS: Plastificado





PIEZA: STICKERS IDENTIFICADORES

DIMENSIONES: 2 x 2 PULGADAS / TIRO

ARCHIVO PARA IMPRESIÓN: JPG / 300 dpi

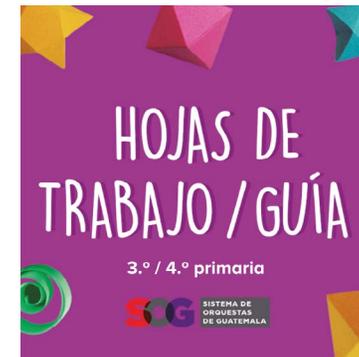
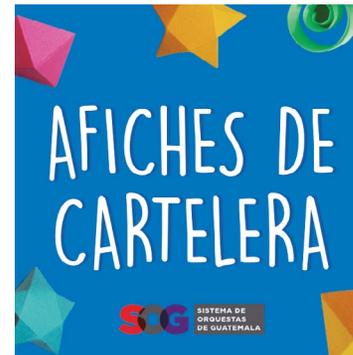
SISTEMA DE COLOR: CMYK

UNIDADES: 180/ 60 de cada valiación

SISTEMA DE IMPRESIÓN: Digital

SUSTRATO A SER IMPRESO: Adhesivo blanco

ACABADOS: Corte al tamaño



PIEZAS DIGITALES

No requieren impresión. Se utilizarán vía Mailchimp.

✉ **E-MAILING:** Software: Adobe Photoshop CC 2017

Carpeta: E-MAILING

E-mailing 01: 800 x 1091 px compuesto de la siguiente forma:

E_01.gif



E_02.png



E_03.png



E-mailing 02: 800 x 919 px compuesto de la siguiente forma:

EA_01.gif



▶ **VIDEO:** Software: Adobe After Effects CC 2017

Carpeta: VIDEO: H264 1280 x 720 / 45 segundos

MI PRIMERA SINFONÍA.mov

PDF **GUÍA PARA MAESTROS** Software: Adobe Indesign CC 2018

Carpeta: GUÍA / MAESTROS: 8.5 x 12 PULGADAS / PDF INTERACTIVO

GUÍA.pdf

*Acompaña al E-mailing 02

15.2 INFORME TÉCNICO

PIEZA: AFICHES DE CARTELERA

Por este medio me es grato brindarle el informe técnico de las piezas a imprimir:

1. ÁREA INFORMATIVA

Nombre del proyecto: Afiches de cartelera del evento “Mi primera Sinfonía” del Sistema de Orquestas de Guatemala.

Datos de contacto: Scarleth Amaya
correo: scarlethamaya@gmail.com
teléfono: 42128387

2. ÁREA DESCRIPTIVA

Presentación técnica de la pieza a imprimir:

Dimensiones: 11 x 17 pulgadas.

Impresión: Tiro.

3. PREIMPRESIÓN

Nombre del archivo:

Carpeta: AFICHES

AFICHE1.tiff

AFICHE2.tiff

AFICHE3.tiff

AFICHE4.tiff

Software utilizado: Adobe photoshop CC 2017.

4. PRODUCCIÓN

Sistema de impresión: Digital.

Sustrato: Opalina.

Sistema de color: CMYK.

Formato de archivo: TIFF a 300 dpi.

Número de reproducciones 240 afiches, 60 impresiones de cada una de sus variaciones.

Montaje adjunto.

5. POST IMPRESIÓN

Sin acabados especiales, corte al tamaño.





PIEZA: ROMPECABEZAS

Por este medio me es grato brindarle el informe técnico de las piezas a imprimir:

1. ÁREA INFORMATIVA

Nombre del proyecto: Rompecabezas para el evento “Mi primera Sinfonía” del Sistema de Orquestas de Guatemala.

Datos de contacto: Scarleth Amaya
Correo: scarlethamaya@gmail.com
Teléfono: 42128387

2. ÁREA DESCRIPTIVA

Presentación técnica de la pieza a imprimir:

Dimensiones: 11 x 14 pulgadas.

Impresión: Tiro.

3. PREIMPRESIÓN

Nombre del archivo:

Carpeta: ROMPECABEZAS

R_01.tff

R_02.tiff

R_03.tiff

R_04.tiff

Software utilizado: Adobe photoshop CC 2017.

4. PRODUCCIÓN

Sistema de impresión: Digital

Sustrato: Vinil adhesivo.

Sistema de color: CMYK.

Formato de archivo: TIFF a 300 dpi.

Número de reproducciones 12 impresiones de cada uno, 3 de cada variación.

Montaje adjunto.

5. POST IMPRESIÓN

Corte según troquel. Vinil sobre pvc. Laminado mate tiro y retiro.



PIEZA: STICKER EXTERNO / EMPAQUE DE ROMPECABEZAS

Por este medio me es grato brindarle el informe técnico de las piezas a imprimir:

1. ÁREA INFORMATIVA

Nombre del proyecto: Sticker exterior del rompecabezas para el evento “Mi primera Sinfonía” del Sistema de Orquestas de Guatemala.

Datos de contacto: Scarleth Amaya
Correo: scarlethamaya@gmail.com
Teléfono: 42128387

2. ÁREA DESCRIPTIVA

Presentación técnica de la pieza a imprimir:

Dimensiones: 12 x 12 pulgadas.

Impresión: Tiro.

3. PREIMPRESIÓN

Nombre del archivo:

Carpeta: ROMPECABEZAS / STICKER EXTERIOR

Sticker_exterior. tiff

Software utilizado: Adobe photoshop CC 2017.

4. PRODUCCIÓN

Sistema de impresión: Digital.

Sustrato: Adhesivo blanco.

Sistema de color: CMYK.

Formato de archivo: TIFF a 300 dpi.

Número de reproducciones: 3.

Montaje adjunto.

5. POST IMPRESIÓN

Laminado mate tiro / corte al tamaño.



PIEZA: STICKER INTERNO / EMPAQUE DE ROMPECABEZAS

Por este medio me es grato brindarle el informe técnico de las piezas a imprimir:

1. ÁREA INFORMATIVA

Nombre del proyecto: Sticker de instrucciones interno del rompecabezas para el evento “Mi primera Sinfonía” del Sistema de Orquestas de Guatemala, a ser colocado en la tapadera superior.

Datos de contacto: Scarleth Amaya
Correo: scarlethamaya@gmail.com
Teléfono: 42128387

2. ÁREA DESCRIPTIVA

Presentación técnica de la pieza a imprimir:

Dimensiones: 8 x 8 pulgadas.

Impresión: Tiro.

3. PREIMPRESIÓN

Nombre del archivo:

Carpeta: ROMPECABEZAS / STICKER INSTRUCCIONES

Sticker_instrucciones. tiff

Software utilizado: Adobe photoshop CC 2017.

4. PRODUCCIÓN

Sistema de impresión: Digital.

Sustrato: Adhesivo blanco.

Sistema de color: CMYK.

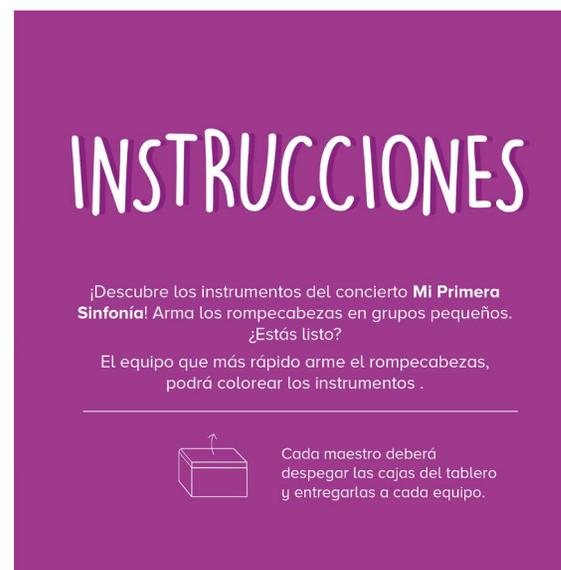
Formato de archivo: TIFF a 300 dpi.

Número de reproducciones 3

Montaje adjunto.

5. POST IMPRESIÓN

Laminado mate tiro / corte al tamaño.



PIEZA: STICKER INTERNO / EMPAQUE DE ROMPECABEZAS

Por este medio me es grato brindarle el informe técnico de las piezas a imprimir:

1. ÁREA INFORMATIVA

Nombre del proyecto: Sticker interno de cada caja que contiene el rompecabezas para el evento “Mi primera Sinfonía” del Sistema de Orquestas de Guatemala. El empaque posee 4 juegos de rompecabezas.

Datos de contacto: Scarleth Amaya
Correo: scarlethamaya@gmail.com
Teléfono: 42128387

2. ÁREA DESCRIPTIVA

Presentación técnica de la pieza a imprimir:

Dimensiones: 4.25 x 4.25 pulgadas.

Impresión: Tiro.

3. PREIMPRESIÓN

Nombre del archivo:

Carpeta: ROMPECABEZAS / STICKER INTERIOR

I_01. tiff

I_02. tiff

I_03. tiff

I_04. tiff

Software utilizado: Adobe photoshop CC 2017.

4. PRODUCCIÓN

Sistema de impresión: Digital

Sustrato: Adhesivo blanco.

Sistema de color: CMYK.

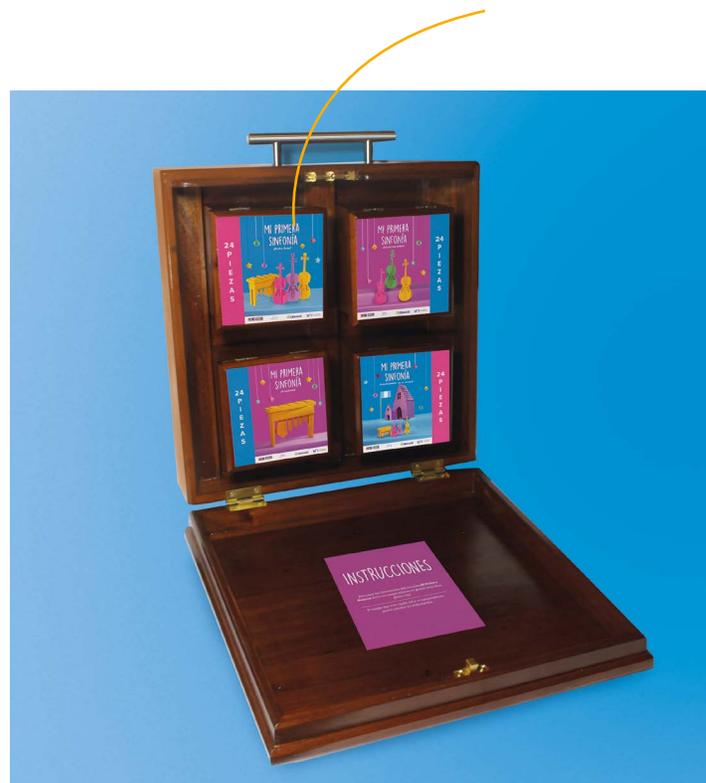
Formato de archivo: TIFF a 300 dpi.

Número de reproducciones 3 de cada variación.

Montaje adjunto.

5. POST IMPRESIÓN

Laminado mate tiro / corte al tamaño.





PIEZA: HOJAS DE TRABAJO

Por este medio me es grato brindarle el informe técnico de las piezas a imprimir:

1. ÁREA INFORMATIVA

Nombre del proyecto: Hoja de trabajo para el evento “Mi primera Sinfonía” del Sistema de Orquestas de Guatemala.

Datos de contacto: Scarleth Amaya
Correo: scarlethamaya@gmail.com
Teléfono: 42128387

2. ÁREA DESCRIPTIVA

Presentación técnica de la pieza a imprimir:

Dimensiones: 8.5 x 11 pulgadas.

Impresión: Tiro.

3. PREIMPRESIÓN

Nombre del archivo:

Carpeta: HOJA DE TRABAJO

Hoja.tiff

Software utilizado: Adobe Illustrator CC 2017.

4. PRODUCCIÓN

Sistema de impresión: Litográfica.

Sustrato: Bond 80 grs.

Sistema de color: Blanco y negro.

Formato de archivo: PDF de archivo vectorial.

Número de reproducciones 14,400.

Montaje adjunto.

5. POST IMPRESIÓN

Ningun acabado especial.





PIEZA: RECURSO PEDAGÓGICO: MI PRIMER INSTRUMENTO

Por este medio me es grato brindarle el informe técnico de las piezas a imprimir:

1. ÁREA INFORMATIVA

Nombre del proyecto: Folleto del evento “Mi primera Sinfonía” del Sistema de Orquestas de Guatemala.

Datos de contacto: Scarleth Amaya
Correo: scarlethamaya@gmail.com
Teléfono: 42128387

2. ÁREA DESCRIPTIVA

Presentación técnica de la pieza a imprimir:

Dimensiones: 11 x 8.5 pulgadas.

Impresión: Tiro y retiro.

3. PREIMPRESIÓN

Nombre del archivo:

Carpeta: RECURSO /GUÍA

VIOLIN.pdf

MARIMBA.pdf

Software utilizado: Adobe photoshop CC 2017.

4. PRODUCCIÓN

Sistema de impresión: Digital.

Sustrato: Bond 80 grs.

Sistema de color: CMYK

Formato de archivo: PDF a 300 dpi.

Número de reproducciones: 14,400 / 7,200 de cada variación.

Montaje adjunto.

5. POST IMPRESIÓN

Doble central / corte al tamaño.



PIEZA: BOTÓN

Por este medio me es grato brindarle el informe técnico de las piezas a imprimir:

1. ÁREA INFORMATIVA

Nombre del proyecto: Botón promocional será entregado a los niños el día del concierto “Mi primera Sinfonía” del Sistema de Orquestas de Guatemala.

Datos de contacto: Scarleth Amaya
correo: scarlethamaya@gmail.com
teléfono: 42128387

2. ÁREA DESCRIPTIVA

Presentación técnica de la pieza a imprimir:

Botón promocional

Dimensiones: 3 x 3 pulgadas.

Impresión: Tiro.

3. PREIMPRESIÓN

Nombre del archivo:

Carpeta: **BOTÓN**

BOTÓN.tiff

Software utilizado: Adobe photoshop CC 2017.

4. PRODUCCIÓN

Sistema de impresión: Litográfica.

Sustrato: Bond 80 grs.

Sistema de color: CMYK.

Formato de archivo: TIFF a 300 dpi.

Número de reproducciones 14,400 unidades.
Montaje adjunto.

5. POST IMPRESIÓN

Plastificado.



PIEZA: STICKER IDENTIFICADOR

Por este medio me es grato brindarle el informe técnico de las piezas a imprimir:

1. ÁREA INFORMATIVA

Nombre del proyecto: Stickers para identificar sobres donde será entregado el material del evento “Mi Primera Sinfonía” a cada colegio.

Datos de contacto: Scarleth Amaya
correo: scarlethamaya@gmail.com
teléfono: 42128387

2. ÁREA DESCRIPTIVA

Presentación técnica de la pieza a imprimir:

Botón promocional.

Dimensiones: 2 x 2 pulgadas.

Impresión: Tiro.

3. PREIMPRESIÓN

Nombre del archivo:

Carpeta: STICKERS IDENTIFICADORES

Sticker_01. tiff

Sticker_02.tiff

Sticker_03. tiff

Software utilizado: Adobe photoshop CC 2017.

4. PRODUCCIÓN

Sistema de impresión: Digital.

Sustrato: Adhesivo blanco.

Sistema de color: CMYK.

Formato de archivo: TIFF a 300 dpi.

Número de reproducciones 180 unidades.

60 de cada variación.

Montaje adjunto.

5. POST IMPRESIÓN

Corte al tamaño real.



15.3 PRESUPUESTO DE DISEÑO — Y REPRODUCCIÓN

REPRODUCCIÓN

Se llevó a cabo un estimado ideal de los colegios a alcanzar. SOG posee una base de datos conformada por 60 colegios. Por lo que la meta es llegar a todos ellos. De esta manera la impresión de los materiales se distribuyó de la siguiente manera:

240		AFICHES EN CATELERA	Q.1,920
3		JUEGOS DE ROMPECABEZAS	Q. 1,288
14,400		HOJA DE TRABAJO	Q. 3,920
14,400		RECURSO PEDAGÓGICO	Q. 1,568
14,400		BOTONES	Q. 36,000
		GASTOS EXTRAS	Q. 1,568

Costo aproximado al 100% de la base de datos

Q.46,264

Costo unitario por concierto:

Q.771

Se consultaron los siguientes proveedores: Last Minute y Mayaprin, considerando el número de unidades, el sistema de impresión seleccionado fue el digital. Se seleccionó a Last Minute como el proveedor. Mayaprin fue seleccionado para impresión litográfica (Anexo 19).

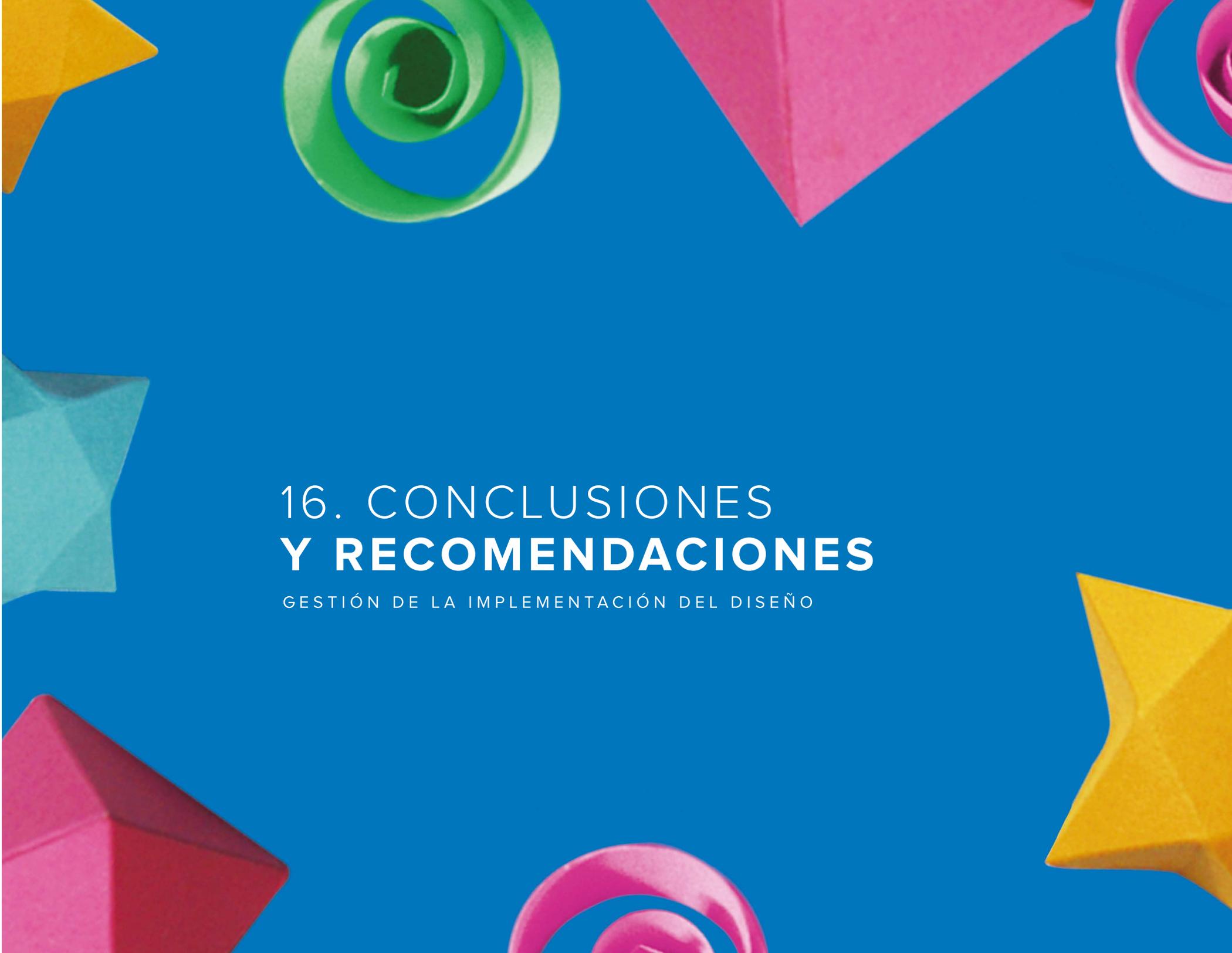
PRESUPUESTO DE DISEÑO

Se estableció el presupuesto de diseño considerando todo el proceso que se tomó en cuenta para generar la propuesta final.

Con base a: Cámara de diseñadores en comunicación visual. (2017). Adicional se tomó a consideración el tarifario de ikimedios (2017), en quetzales para hacer una estimación de los costos.

Se tomó en cuenta los precios del cliente tipo C para establecer los mismos de manera realista con forme a sus posibilidades.

PIEZA	COSTO UNITARIO
DISEÑO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Q. 4 948
DISEÑO DE IMAGEN DE EVENTO:	
<hr/>	
DISEÑO DE TROQUELES	Q. 350
ARMADO DE SETS	Q. 250
DISEÑO AFICHE 1	Q. 350
DISEÑO AFICHE 2	Q. 350
DISEÑO AFICHE 3	Q. 350
DISEÑO AFICHE 4	Q. 350
DISEÑO DE RECURSO PEDAGÓGICO/ ROMPECABEZAS	Q. 950
DISEÑO DE RECURSO PEDAGÓGICO/ GUÍA	Q. 450
DISEÑO, DIAGRAMACIÓN, ANIMACIÓN DE VIDEO	Q. 1500
E-MAILING	Q. 350
DIAGRAMACIÓN GUÍA MAESTROS	Q. 350
TOTAL: Q. 10,548	



16. CONCLUSIONES **Y RECOMENDACIONES**

GESTIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL DISEÑO

CONCLUSIONES

La propuesta desarrollada de material publicitario, da a conocer los beneficios de la música en la formación académica y a la organización. A través de él es posible incentivar a los directores y padres de familia, la asistencia de los alumnos en los conciertos didácticos que ofrece la orquesta infantil.

Los recursos pedagógicos desarrollados, generan una experiencia memorable y permite a los niños que asisten al concierto, aprender de forma lúdica sobre las partes de un instrumento de cuerda y marimba. Asimismo el reconocimiento a su aprendizaje fue posible por medio de un incentivo.

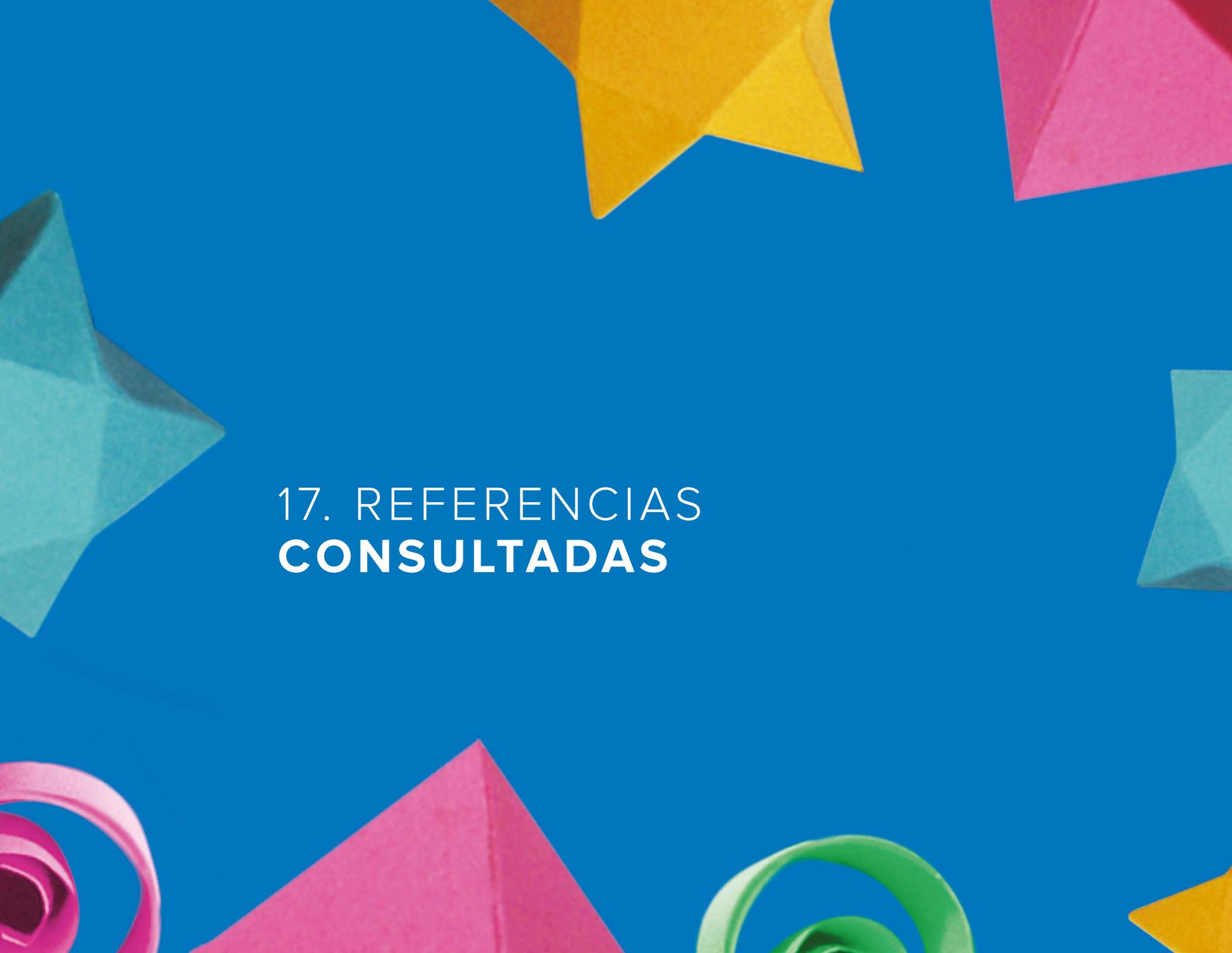
La aplicación del papercraft como una técnica de ilustración alternativa, generó una gráfica no convencional que facilitó llamar la atención de los niños.

RECOMENDACIONES

Se recomienda explorar las técnicas análogas y alternativas de ilustración para enriquecer las posibilidades a nivel gráfico.

Es necesario conocer en que etapa de desarrollo se encuentra el grupo objetivo especialmente si está conformado por niños. El perfil psicopedagógico debe ser considerado para garantizar un aprendizaje eficaz basado en sus capacidades.

Se recomienda el uso de recursos pedagógicos para abordar temáticas vinculadas con la educación, para facilitar el proceso de comprensión y aprendizaje. Tomando como base la experimentación, el juego y las experiencias.



17. REFERENCIAS
CONSULTADAS

A

1. ABC Familia. (2017). **Los beneficios de la educación musical** Extraído el 26 de agosto de 2017 de http://www.abc.es/familia/educacion/abci-beneficios-educacion-musical-201701290149_noticia.html
2. Adobe. (2016). Creative Connection. **El papercraft o el arte de construir con papel** Extraído el 2 de febrero de 2018 de <https://blogs.adobe.com/creative/es/el-papercraft-o-el-arte-de-construir-con-papel/>
3. AdTasher. (2017). **Betc And The Philharmonie De Paris Present: No Limits To Music Outdoor And Gif Campaign** Extraído el 9 de febrero de 2028 de <http://www.adstasher.com/2017/09/betc-and-philharmonie-de-paris-present.html>
4. Alet, J. (2007). **Marketing directo e interactivo. Campañas efectivas con sus clientes.** (2ª ed.) Pozuelo de Alarcón (Madrid): ESIC.
5. Alvarado, R. (2013). **La música y su rol en la formación del ser humano. Facultad de Ciencias Sociales.** Chile. Extraído el 26 de agosto de 2017 de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122098/La_musica_y_su_rol_en_la_formacion_del_ser_humano.pdf;sequence=1
6. Añaños, E. (2008). **Psicología y comunicación publicitaria. Universidad autónoma de Barcelona.** Barcelona: Servei de Publicatios, Balleterra.
7. Aparici, R. (2010). **Cómic y fotonovela en el aula.** Madrid, España: Ediciones de la Torre.
8. Arntson, E. (1988). **Graphic Design Basics.** University of Wisconsin: Wadsworth Cengage Learning.

B

9. Basat. (2013). **El libro rojo de la publicidad.** : DeBolsillo
10. Bastidas, A. & Ramirez, H. (2016). **DISEÑO SOCIAL Tendencia, Enfoque y Campo de Acción** (1st ed., pp. 91-97). Buenos Aires Argentina. Extraído el 8 de febrero de 2017 de <http://biblioteca.ucp.edu.co/OJS/index.php/arquetipo/article/view/3245>
11. Behance. (2014). **LaCoste LIVE Fragance.** Extraído el 9 de febrero de 208 de <https://www.behance.net/gallery/20127001/Lacoste-LVE-fragance?>
12. Benett, R. (1982). **Los instrumentos de la orquesta. Universidad de Cambridge.** Madrid España: Ediciones Akal.
13. Bensaya, P. (1986). **Instrumentos de papel: construcción y consejos para su aplicación en el aula.** Buenos Aires, Argentina: Ricordi.
14. Brands and Marketing. (2016). **Low cost marketing: ideas que valen más de lo que cuestan.** Extraído el 9 de septiembre de 2017 de <http://brandsmkt.com/low-cost-marketing-ideas-que-valen-mas-de-lo-que-cuestan/>
15. Bringué, X. (2001). **Publicidad infantil y estrategia persuasiva: un análisis de contenido.** ZER Revista de Estudios de Comunicación. Universidad de Navarra. Extraído el 2 de enero de <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/viewFile/6104/5786>

16. Buhingas, J. (2015, abril 29). **Pitágoras y la Música de las esferas**. Recuperado de 2017 de <https://www.youtube.com/watch?v=cvtVphx1AF8>

17. Burtenshaw, K. (2011). **Fundamentals of creative advertising**. Posters. Singapore: Ava Publishing

C

18. Cabrera, I. (2003). **Realitas. Revista de Ciencias Sociales, Humanas y Artes Corporación** Universitaria Reformada, Programa de Psicología, Barranquilla, Colombia. Volumen 1.

19. Cáceres, E. (2001). **Música e identidad**. La situación latinoamericana. Revista Musical Chilena. Cervera. (2008). **Comunicación total**. (5ª ed.). EISC.

20. Caivano, J. (1995). **Sistemas de orden del color** Buenos Aires: Secretaría de Investigaciones FADU-UBA, Serie Difusión N° 12).

21. Calderon, D. (2015). **Liderazgo y música: La figura del director**. Universidad de Barcelona: Deliége. Cámara de diseñadores en comunicación visual (2017). **Tarifario modelo**. Extraído el 23 de noviembre de http://www.cdcv.org.ar/files/TarifarioCDCVv7.2_2017JulDic.pdf

22. Canva. (2017). **Create a Buzz For Your Next Event**. Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://designschool.canva.com/blog/25-ways-to-design-an-awesome-poster-and-create-a-buzz-for-your-next-event/>

23. Cañas, J. (2003). **Ergonomía cognitiva: el estudio del sistema cognitivo conjunto**. Universidad de Granada.

Extraído el 9 de febrero de https://www.researchgate.net/publication/263003324_Ergonomia_Cognitiva_EL_estudio_del_Sistema_Cognitivo_Conjunto

24. CBNNews. (2017). **La música sin límites**. Extraído el 9 de febrero de 2028 de <http://www.cbnews.fr/hit-parade/la-musique-sans-limites--a1037902>

25. Cervera. (2008). **Comunicación total**. (5ª ed.). EISC.

26. Cohen, D. (1997). **¿Cómo aprenden los niños?** México: Fondo de Cultura Económica.

27. Cohen, R. (1982). **En defensa del aprendizaje precoz. Estrategias educativas para aprovechar las potencialidades humanas**. Barcelona, España: Editorial Planeta

28. Column (2017). **How to Create Compelling Motion Graphics in 4 Steps**. Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.columnfivemedia.com/how-to-create-engaging-motion-graphics-in-four-steps>

29. Costa, J (2003). **Diseñar para los ojos**. Bolivia: Grupo Editorial Design.

D

30. De Bono, E. (1989). **El Pensamiento Lateral**. Manual de Creatividad. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

31. Derek, Y. (2016). **De la publicidad al diseño de comunicación**. (trad. J. de Cos Pinto). Bloomsburry Publishing Plc.

32. Dickson. (2008). **Graphic Design for S.HS.** Adom Series.

33. Dupont (2004). **1001 Trucos Publicitarios.** México DF: Editoral Lectorum S.A de C.V

34. Durand, J (s.f). **Retórica e imagen publicitaria.** Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <http://files.cursosrafaelvargas.webnode.com/200000046-169f317994/Retorica%20e%20imagen%20publicitaria.pdf>

E

35. Étapes. (2014). **Lacoste: le nouveau parfum présenté en pop-up.** Extraído el 9 de febrero de <http://etapes.com/lacoste-le-nouveau-parfum-presente-en-pop-up>

F

36. Fubini, E. (2001). **Música y lenguaje en la estética contemporánea.** Madrid: Alianza Música.

G

37. Galluci. (s.f.) **Las Figuras Retóricas como técnicas de creación publicitaria y su aplicación en el campo de la comunicación visual.** Universidad Abierta Interamericana. Trabajo Proyectual Guiado 8-12 pp. Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC067915.pdf>

38. Gándara, N. Prensa Libre (2018). **Reforma escolar genera dudas sobre continuidad de educación musical** Extraído el 2 de febrero de 2017 de <http://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/mineduc-publico-acuerdo-que-elimina-curso-de-educacion-musical-y-desata-polemica>

39. García P. (2004). **Formas y colores: la ilustración infantil en España.** (2ª edición). Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

40. Grapheine. (2017). **Printemps de Pérouges 2017.** Extraído el 2 de septiembre de 2018 de <https://www.grapheine.com/portfolio/printemps-de-perouges-2017>

41. Gereda, M (2018). **Sonidos de Esperanza.** Extraído el 21 de junio de 2018 de <https://elperiodico.com.gt/opinion/2017/12/18/sonidos-de-esperanza/>

42. Gestalten. (2009, junio 22) **Papercraft. Design and art with paper.** Recuperado de <https://news.gestalten.com/motion/papercraft-design-and-art-paper>

43. Gestalten. (2011). **PaperCraft2. Design and art with paper.** (PaperCraft 2 Diseño y arte con papel) 4 pp.

44. Gestalten. (2012). **High Touche. Tactile Design and visual Explorations.** (Hight Touche. Diseño táctil y exploración visual) Gestalten.

45. Gildersleeve, O. (2014). **Paper Cut: An Exploration Into the Contemporary World of Papercraft Art and ilustration.** (2014). United States: Rockapaperink.

46. Giordanelli R. (2011). Música y cerebro. **La música en la educación, herramienta fundamental para la fomación integral.**

47. González, L. y Prieto, D. (2009). **Manual de Publicidad.** Madrid: EISC

48. Gutiérrez, F y Prieto, D. (1999). **La mediación pedagógica**. Buenos Aires: Circus - La Crujilla.

H

49. Hagen, M. (1986). **Varieties of Realism**. (Variedades y realismo) United States of America: Cambridge University Press. 1-9pp.

50. Heilbert, H. (2013). **Playing with Paper: Illuminating, Engineering, and Reimagining Paper**. (Jugando con papel: Iluminación, ingeniería y reimaginando papel) Quarry Books. pp. 10-30.

51. Himpe, T. (2007). **¡Larga vida la publicidad! La publicidad ha muerto**. Londres: Blume. 14-219pp.

52. Hormigos, R. (2008). **Música y sociedad. Análisis sociológico de la cultura musical de la posmodernidad. RIPS**. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas <http://www.redalyc.org/pdf/380/38070211.pdf>

I

53. Ikimeditos. (2016). **Tarifario**. Extraído el 23 de noviembre de <http://ikimeditos.com/tarifario/>

54. Isol (2005). **La otra lectura La ilustración en los libros para niños**. Entrevista.

J

55. Juslin, P. N. (2011). **Music and emotion: Seven questions, seven answers**. (Música y emoción: siete preguntas, siete respuestas) In: I. Deliége & J. Davidson (Eds.). Music and the mind: Essays in honour of John Sloboda. New York: Oxford University Press.

L

56. La Hora (2017). **Orquesta Sinfónica ofrece conciertos didácticos a estudiantes**. Extraído el 21 de junio de 2018 de <http://lahora.gt/orquesta-sinfonica-ofrece-conciertos-didacticos-estudiantes/>

57. Lake, R. (2002) Enhancing Acquisition through Music. **The Journal of the Imagination in Language Learning and Teaching**. (El diario de la imaginación en el aprendizaje del lenguaje y la educación.), Volume VII– 2002–03.

58. Laurel, T. (2009). **The primal role of the vestibular system in determining musical rhythm**. (El rol primario del sistema vestibular en la determinación del ritmo musical). Cortex Journal. pp. 35-43.

59. Leyva, V (2015). **El diseño gráfico de materiales educativos**. Foro Alfa. Extraído el 9 de febrero de <https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-grafico-de-materiales-educativos>

60. León F. (2015). ¿Qué es un copy? **Tips para escribir uno de éxito**. Revista Digital Merca 2.0. Extraído el 10 de febrero de 2017 de <https://www.merca20.com/que-es-un-copy-tips-para-escribir-uno-de-exito/>

61. LimariTelevisión. (2017, junio 26). **Orquestas de papel, transición a una orquesta real.** Recuperado de 2017 de <https://vimeo.com/223221381>
62. López, R. (2016). **Temáticas para los ejes del diseño gráfico. Proceso estratégico creativo comentado.** (3a edición). Guatemala: Cara Parens.
63. Lozanov, G. (1979). **Aprendizaje Acelerado y potencial individual.** Perspectivas: revista trimestral de educación. pp. 9 (4), 414-25.
64. Lunn (2017). **10 Ten reasons why Motion Graphics are a fantastic advertising medium.** <https://www.linkedin.com/pulse/10-ten-reasons-why-motion-graphics-fantastic-advertising-andy-lunn>
- M** _____
65. Male, A. (2007). **Illustration: A Theoretical and Contextual Perspective.** (Ilustración: Una teoría y contextual perspectiva). New York: AVA Publishing. Lausanne.
66. Manzini, E. (2015). **Servicios Colaborativos. Diseño e innovación social para la sostenibilidad.** Extraído el 3 de septiembre de 2017 de <http://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/servicios-participativos-disenoinnovacion-social-sostenible/> Margolin, V. (2006).
67. Martín, A y Rubio, R. (2015). **Jóvenes y Generación 2020. Revista de Estudios de Juventud.** España: Lerko Print S.A.
68. Massslen. (2001). **The copywritting sourcebook.** United Kindom: Marshall Cavendish.
69. McQuarrie, E. (1996). **Figures of Rhetoric in Advertising Language.** (Las figuras de la retórica en el lenguaje publicitario) Journal of Consumer Research, Volume 22
70. Medya. Agencia de Publicidad. (2017). **Motion Graphics en Madrid: Anuncio de publicidad a precio de video** Extraído el 3 de septiembre de 2017 de <http://agenciadepubli.com/motion-graphics-en-madrid-anuncio-de-publicidad-a-precio-de-video/>
71. Meneses, A. (2014). **Lineamientos para el diseño e ilustraciones de materiales educativos que promuevan la diversidad cultural guatemalteca. Constitución Política de la República de Guatemala, versión ilustrada para niños** (Tesis inédita de Licenciatura). Universidad Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Extraído el 3 de septiembre de 2017 de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/03/05/Meneses-Ana.pdf> 48-52pp
72. Menza, A. (2016). **La ilustración: dilucidación y el proceso creativo.** Bogotá Colombia. Revista Kepes. 269-293 pp. Extraído el 2 de febrero de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=cff0f8b7-0675-4f14-941b-fa5c410089fc%40sessionmgr4006>
73. Morán, C. (2009). **Psicología y Música: inteligencia musical y desarrollo estético.** Revista Digital Universitaria. UNAM. Extraído el 26 de agosto de 2017 de <http://www.revista.unam.mx/vol.10/num11/art73/art73.pdf>
74. Moreno, C. (2007). **La responsabilidad social y el diseño gráfico. Facultad de diseño y comunicación.** Universidad de Palermo. Extraído el 27 de Enero de 2018 de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=11&id_articulo=5505

75. Moreno, C. (2002). **El diseño gráfico en materiales didácticos.** Bélgica, Bruselas: Centre D'Etudes Sociales Sur Amérique Latine (CESAL).
76. Moreno, I. (2010). **El diseño gráfico para la creación de personajes para la publicidad.** (Tesis inédita). Universidad San Carlos de Guatemala http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_2567.pdf 42-60pp.
77. Morris, C. (1994). **Fundamentos de la teoría de los signos.** Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós Ibérica.
78. Mullen Lowe. (2018). Extraído el 9 de febrero de <http://singapore.mullenlowe.com/our-work/signal-sensitive/>
79. Muni Guate. (2010). **Escuela Municipal de música.** Extraído el 21 de junio de 2018 de <http://cultura.muniguate.com/index.php/component/content/article/20>

N

80. Neuronilla. (2018). **Técnicas de creatividad para la innovación.** Extraído el 9 de marzo de 2018 de <https://www.neuronilla.com/desarrolla-creatividad/tecnicas-creatividad/>

O

81. Ogilvy, D. (1983). **Ogilvy & publicidad.** London: Carlton Publishin Group
82. O'Guinn, T., Allen, C. and Semenik, R. (2013). **Publicidad y comunicación integral de marca.** Australia: Cengage Learning.
83. Olguín, O. (2011). **Presentaciones exitosas.** Resource It. Extraído el 9 de febrero de <https://orlandoolguin.files.wordpress.com/2009/02/presentaciones-exitosas.pdf>
84. Ontalba, R. (2007). **Gestión de publicidad.** España: Netbiblo.
85. Open Adds. (2013). **DDB, Helsinki, Finland.** Extraído el 3 de septiembre de 2017 de <http://www.openads.es/macdonalds-apuesta-a-la-ilustracion-en-su-ultima-campana-de-publicidad/>

86. Osborn, A. (1953). **Applied Imagination: Principles and Procedures of Creative Problem-Solving.** (Imaginación aplicada: Principios y procedimientos de la solución creativa de problemas (imaginación aplicada). (3ª ed.). Paperback

P

87. Palomo, C y Sierras, G. (2002). **Diseño de Medios y Recursos Didácticos.** Malaga: INNOVA.
88. Papalia, D. (2010). **Desarrollo humano.** (11a Edición). México, D. F.: McGraw-Hill/ interamericana.

89. Papier Machine. (2018). **Kickstarter**. Extraído el 9 de febrero de <https://www.papiermachine.io/>
90. Parramón. (2003). **Todo sobre la técnica de la ilustración. Manual imprescindible para el artista**. Barcelona: Parramón.
91. Prodatos. (2016). **Nosotros los Guatemaltecos**. Guatemala: Prodatos.
92. Punto y Línea. (2015, abril - junio). **La Creatividad en empaque**. Revista, pp. 2-5

Q

93. Quero, M. (2011). **Inclusión social a través de la música: comunidades de aprendizaje**. España: Revista digital. Extraído el 26 de agosto de 2017 de <http://recursostic.educacion.es/artes/rem/web/index.php/ca/musica-educacion-y-tic/item/310-inclusi%C3%B3n-social-a-trav%C3%A9s-de-la->

R

94. Real Academia Española. (2017). Extraído el 2 de octubre de 2017 de <http://www.rae.es/>
95. Redondo, M. (2009). **Ilustración digital**. Epub. Ministerio de Educación.
96. Riquelme, I. (2009). **Bloque compilatorio para la licenciatura de Diseño Gráfico. Diseño de Carteles**. México: Universidad de Londres. Licenciatura en Diseño Gráfico.

98. Rodríguez, O. (2013). **Los conceptos ilustrados de Francesco Bongiorno**. Extraído el 9 de septiembre de 2017 de <http://blogs.elpais.com/ilustrados/2013/11/los-conceptosilustrados-de-francesco-bongiorni.html>
99. Rojas, T. (2005). **Metáforas Visuales**. Maestría. Extraído el 9 de septiembre de 2017 de <http://www.humanas.unal.edu.co/iedu/files/4812/7065/7782/Metfora%20Visual.pdf>
100. Ruda, P. (2016). **Low cost marketing: ideas que valen más de lo que cuestan**. Entrevista en línea.
101. Rumiche, E. (2014). **Ilustración moderna basada en el Diseño Gráfico**. Extraído el 11 de febrero de 2017 de https://issuu.com/erickrumiche/docs/ilustracion_moderna_basada_en_el_di

S

102. Salsas Etnográficas. (2014). **Técnicas de Investigación para el diseñador gráfico**. Guatemala: Cara Parens.
103. Sánchez, G. (2013). **Cómo enviar original a imprenta**. Chile: Hikari H.H Ltda.
104. Schritter, I. (2005). **La otra lectura: la ilustración en los libros para niños**. Universidad Nacional del Litoral. Lugar Editorial
105. Schwarz, A. y Schweppe, R. (2002). **Cúrate con la música**. Barcelona: RobinBook
106. Sistema de Orquestas de Guatemala. (s.f). **¿Quiénes Somos?** Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <http://soggt.weebly.com/quieacutenes-somos.html>

107. Sistema de Orquestas de Guatemala. (s.f). **Página de Facebook.** Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.facebook.com/SOG.GUATE/>

108. Sparrow, B (2011). **Google effects on memory: Cognitive consequences of having information at our fingertips.** (Efectos de Google en la memoria: consecuencias cognitivas de tener la información en la punta de los dedos).

T

109. Timothy, S. (2002). **Diseñar con y sin retícula.** Barcelona: Editorial Gustavo Gill. pp. 21-30

V

110. 27 VintiSet. (2017). **36 Diseños en espacio negativo para inspiración.** Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <http://vinti7.com/36-disenos-en-espacio-negativo/>

111. Voelker, J(2012). **10 tips to photograph your own work.** Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.creativebloq.com/computer-arts/10-tips-photographing-your-own-work-8127885>

W

112. Willems, E. (2002). **El valor humano de la educación musical.** Paidós Ibérica, Ediciones.

Y

113. Young, B. (1990). **Television advertising and children.** (Publicidad televisiva y niños). Oxford : Oxford University Pres.

Z

114. Zacipa, I. (2002). **Juventud la subjetividad de la marca.** Coombia: Talleres Editorials de la Universidad Central.

115. Zim & Zou (2014). **Creative Factory.** Extraído el 9 de febrero de <http://zimandzou.fr/creative-factory>



18.ANEXOS

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1	327
INSTRUMENTO DE ENTREVISTA DE FAMILIARIZACIÓN	

ANEXO 1.1	329
ENTREVISTA DE FAMILIARIZACIÓN	

ANEXO 2	333
GUÍA DE OBSERVACIÓN ANTECEDENTES Y COMPETENCIA	

ANEXO 2.1	334
ANÁLISIS GRÁFICO / ANTECEDENTES	

ANEXO 2.2	346
ANÁLISIS GRÁFICO / CASOS ANÁLOGOS: COMPETENCIA	

ANEXO 3	350
INSTRUMENTO DE ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA / MARCO DE REFERENCIA	

ANEXO 3.1	351
ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA: PROFESOR MUSICAL	

ANEXO 3.2	354
ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA: DIRECTORA DE FORMACIÓN ARTÍSTICA	

ANEXO 3.3	356
ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA: MÚSICO Y PEDAGOGA	

ANEXO 4	358
INSTRUMENTO DE ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA: ILUSTRADOR / MARCO TEÓRICO DE DISEÑO	

ANEXO 4.1	359
ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA: ILUSTRADOR	

ANEXO 5	362
INSTRUMENTO DE ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA: DISEÑADOR PUBLICITARIO / MARCO TEÓRICO DE DISEÑO	

ANEXO 5.1	363
ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA: DISEÑADOR PUBLICITARIO	

ANEXO 6	367
INSTRUMENTO GUÍA DE OBSERVACIÓN / OBJETOS DE ESTUDIO	
ANEXO 6.1	368
ANÁLISIS GRÁFICO / OBJETOS DE ESTUDIO	
ANEXO 7	376
INSTRUMENTO DE ENTREVISTA / GRUPO OBJETIVO PRIMARIO	
ANEXO 7.1	379
ANÁLISIS DE RESULTADOS ENTREVISTA / GRUPO OBJETIVO PRIMARIO	
ANEXO 7.2	384
ANÁLISIS DE RESULTADOS ENTREVISTA / GRUPO OBJETIVO PRIMARIO	
ANEXO 8	391
INSTRUMENTO DE CUESTIONARIO / GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO	
ANEXO 8.1	392
ANÁLISIS DE RESULTADOS CUESTIONARIO / GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO	

ANEXO 9	395
INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN / G.O PRIMARIO / DIRECTIVOS / MAESTRO	
ANEXO 9.1	397
RESULTADOS / G.O PRIMARIO / DIRECTIVOS / MAESTROS	
ANEXO 10	400
INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN / G.O PRIMARIO / PADRES	
ANEXO 10.1	402
RESULTADOS DE VALIDACIÓN / G.O PRIMARIO / PADRES	
ANEXO 11	404
INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN / G.O SECUNDARIO / NIÑOS	
ANEXO 11.1	405
RESULTADOS / VALIDACIÓN G.O SECUNDARIO	

ANEXO 12 411
**INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN /
EXPERTOS EN EL TEMA**

ANEXO 12.1 413
**RESULTADOS DE VALIDACIÓN /
EXPERTOS EN EL TEMA**

ANEXO 13 416
**INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN /
EXPERTO: MERCADÓLOGO**

ANEXO 13.1 419
**RESULTADOS DE VALIDACIÓN /
EXPERTO: MERCADÓLOGO**

ANEXO 14 421
**INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN /
DISEÑADOR GRÁFICO**

ANEXO 14.1 423
**RESULTADOS DE VALIDACIÓN /
DISEÑADOR GRÁFICO**

ANEXO 15 426
**INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN /
DISEÑADOR GRÁFICO EDUCATIVO**

ANEXO 15.1 428
**RESULTADOS DE VALIDACIÓN /
DISEÑADOR GRÁFICO EDUCATIVO**

ANEXO 16 431
**INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN /
DISEÑADOR GRÁFICO ILUSTRADOR**

ANEXO 16.1 432
**RESULTADOS DE VALIDACIÓN /
DISEÑADOR GRÁFICO ILUSTRADOR**

ANEXO 17 434
**INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN /
ADMINISTRADOR**

ANEXO 17.1 439
**RESULTADOS DE VALIDACIÓN /
ADMINISTRADOR**

ANEXO 18 440
BOCETAJE DE VALIDACIÓN

ANEXO 19 447
COTIZACIONES

ANEXO 1

INTRUMENTO DE ENTREVISTA / FAMILIARIZACIÓN

Instrumento para ser aplicado a la directora de desarrollo institucional: Rossana Pierri 20 de Agosto de 2017

DATOS DE LA EMPRESA

Visión:

Misión:

Posee tres núcleos ubicados en:

INFORMACIÓN DEL PROYECTO

Quién será el responsable del proyecto:

Quién toma las decisiones sobre el proyecto:

¿Cuál es su potencial en el sector musical?

¿Qué quiere reflejar sobre la organización?

¿Qué necesitan o solicitan realizar? /Piezas

¿Por qué quieren realizar este tipo de proyecto?

¿Qué tipo de impacto o resultado espera del proyecto?.

¿Cuál es el Grupo objetivo primario o principal, es decir, a quién quiere que se conecte el mensaje?

¿Considera tener un Grupo objetivo secundario al cual también quisiera que llegará el mensaje? ¿Podría ampliarse el grupo objetivo a padres de familia? y promoverlo también en universidades?

¿Cuáles son las características básicas del GO? Las que más considera que Impacte en el proyecto.

¿Cuenta con accesos para poder contactar al GO?

¿Qué piezas esperaría que se desarrollen?

¿Cuándo desea implementar el proyecto?

¿En dónde desea implementar el proyecto?

¿Qué tipo de instrumentos formarán parte del concierto?

¿Cómo es la actividad, cuánto duran los conciertos que tipo de piezas son ejecutadas en el mismo?

Tienen varias agrupaciones, trío de cuerdas, cuarteto de cuerdas, quinteto de cuerdas, marimba, coro de cámara, orquesta de cuerdas de cámara, coro y orquesta. ¿Qué agrupación lleva a cabo el concierto?

¿Cuántas veces se ha llevado a cabo el proyecto?

¿De los lugares en donde dieron a conocer el evento, cuántos asistieron?

¿Qué colegios han asistido a los conciertos?

¿Tiene algunos espacios predeterminados para utilizar el material?

¿Tiene un espacio específico para desarrollar el proyecto?

*¿Tienen una muestra de material utilizado en años anteriores?
¿Considera que ha sido efectivo?*

¿Se brinda algún material de apoyo a los niños que asisten a los conciertos?

DIFICULTADES

¿Qué empresas, instituciones u organizaciones considera como su competencia?

¿Cuenta con un presupuesto para el desarrollo del proyecto?

¿Cuáles son las formas para obtener dinero? (Apadrinamiento, donaciones) y en que rubro de estos dos aplica el dinero obtenido en el concierto?

¿Porqué el material que han utilizado anteriormente no ha generado el impacto que se quisiera?

ANEXO 1.1

ENTREVISTA / FAMILIARIZACIÓN

*Entrevista llevada a cabo a la Directora de Desarrollo Institucional:
Rossana Pierri 20 de Agosto de 2017*

DATOS DE LA EMPRESA

El Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG), es una organización sin fines de lucro que busca el desarrollo, el fomento de valores, la prevención de violencia y la inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país por medio de la práctica colectiva de la música.

Visión:

“Ser una plataforma de desarrollo para cultivar en niños y jóvenes guatemaltecos valores necesarios para su crecimiento académico, intelectual, profesional, espiritual, social y personal. Buscando un crecimiento integral que impacte a sus familias y comunidades.”

Misión:

“Nuestro programa busca desarrollar autoestima, reducir el tiempo de ocio, implementar el uso de los valores morales en la vida cotidiana, fomentar la cultura de la música en las comunidades, proporcionar herramientas para que los jóvenes sueñen y realicen sus metas, impactar de forma positiva en resultados académicos de los jóvenes, formar líderes positivos, promover el trabajo en equipo e incidir en el comportamiento general.”

Posee tres núcleos ubicados en:

Ciudad de Guatemala zona 13 (Núcleo zona 13) , Sacatepéquez (Núcleo San Juan del Obispo) y Chimaltenago (Núcleo Santa Cruz Balanyá)

En la ciudad de Guatemala se ubican en la siguiente dirección:

11 calle 4-64 Edificio Passarelli zona 1, 01001 Ciudad de Guatemala, Guatemala.

La empresa manifiesta que practica los valores de la tolerancia, disciplina, humildad, lealtad, respeto, laboriosidad y generosidad para dar origen a músicos de alta calidad profesional y humana. Actualmente brinda diversos servicios, conciertos privados eventos diplomáticos encaminados a la recaudación de fondos. Los Precios varían desde Q. 3,000.00 a Q. 20, 000.00.

INFORMACIÓN DEL PROYECTO

Quién será el responsable del proyecto: Rossana Pierri Directora de Desarrollo Institucional

Quién toma las decisiones sobre el proyecto: Rossana Pierri y Junta Directiva.

¿Cuál es su potencial en el sector musical?

Somos una organización libre que con una metodología innovadora y diferente ante las demás ofrecemos el enfoque social de la música como una área de oportunidad de desarrollo para los niños y niñas guatemaltecos que se encuentran en desventaja.

¿Qué quiere reflejar sobre la organización?

El sentido social, la inclusión y la motivación por mejorar cada día. Somos una organización que cree firmemente en la música como un medio de crecimiento intelectual y espiritual que busca formar a excelentes profesionales y ciudadanos.

¿Qué necesitan o solicitan realizar? /Piezas

Material publicitario para presentar a los colegios y padres de familia (si el colegio lo permite), Presentación ppt, vídeo corto animado sobre SOG , flyer, material didáctico para a los niños que asistan al concierto con el fin de motivarlos a adentrarse en la música.

¿Por qué quieren realizar este tipo de proyecto?

Para recaudar fondos, llamar la atención de las personas y dar a conocer al Sistema de Orquestas de Guatemala a la población estudiantil . Por otro lado también se busca sensibilizar el objetivo social de la música

¿Qué tipo de impacto o resultado espera del proyecto?

Que pueda ser replicada anualmente con nuevos grados y posteriormente en universidades. Se busca que garantice meses

de sostenibilidad y generar reacciones positivas en los estudiantes quienes compartan con sus familias la experiencia.

¿Cuál es el Grupo objetivo primario o principal, es decir, a quién quiere que se conecte el mensaje?

La idea principal es convencer a los directivos de los colegios y a su vez a los padres de familia que por el nivel socio-económico, buscan los beneficios de las actividades enfocándose en las competencias que podrán desarrollar sus hijos. En algunos colegios tienen fondos destinados (directores y junta directiva) pero los papás deciden en otras ocasiones. Sin embargo muchas veces son los directores quienes tienen la decisión.

¿Considera tener un Grupo objetivo secundario o al cual también quisiera que llegará el mensaje? ¿Podría ampliarse el grupo objetivo a padres de familia? y promoverlo también en universidades?

En este caso sería a los padres pero esto depende de los protocolos de cada institución. Sí, se tiene pensado ampliar a quienes va dirigido el concierto sin embargo los costos de traslado no son rentables en este momento. Se tomó la decisión de trasladar los conciertos en el caso de colegios debido a que muchos directivos y especialmente los padres lo consideran peligroso. El propósito de la próxima temporada será trasladar el concierto lo que implica tener un medio de transporte para los instrumentos y niños que conforman la orquesta.

¿Cuáles son las características básica del GO? Las que más considera que impacte en el proyecto.

Nivel socio-económico medio alto y alto, exigentes en cuanto a recursos académicos les interesa qué competencias desarrollan

sus hijos. Son selectivos y buscan la excelencia. No están dispuestos a pagar si el evento no es de calidad.

¿Cuenta con accesos para poder contactar al GO?

Sí, se cuenta con una base de datos.

¿Qué piezas esperarías que se desarrollen?

Afiches, un video y material para presentación.

¿Cuándo desea implementar el proyecto?

Marzo abril 2018, Octubre-Noviembre Enero algunos colegios.

¿En dónde desea implementar el proyecto?

Americano, Metropolitano, Liceo Javier, Colegio Waldorf, Bilingüe Vista Hermosa.

¿Qué tipo de instrumentos formarán parte del concierto?

Viento (volines y violonchelo). La parte didáctica busca enseñarles también las partes de los instrumentos. En el caso de los instrumentos de viento son las mismas. También se tiene pensado la marimba.

¿Cómo es la actividad, cuánto duran los conciertos que tipo de piezas son ejecutadas en el mismo?

La actividad generalmente dura una hora y media. Los conciertos son llevados a cabo por medio de temáticas. Se tiene pensado música de películas (las películas de Disney y Marvel) que todo

niño conoce. Debido a que esto motivará a los niños y podrán incluso reconocer las piezas. No hay mucha interacción con los niños. Podría hacerse más actividades interactivas. Se proyecta imágenes relacionadas con las piezas para motivar a los niños y que la actividad sea más entretenida. Para el año 2018 se planea trasladar la orquesta a los colegios para evitar inconvenientes en la movilización de alumnos. Este ha sido un factor que ha afectado, no todos están de acuerdo con trasladar a los niños por temas de seguridad.

Tienen varias agrupaciones, trío de cuerdas, cuarteto de cuerdas, quinteto de cuerdas, marimba, coro de cámara, orquesta de cuerdas de cámara, coro y orquesta. ¿Qué agrupación lleva a cabo el concierto?

Podrían hacerse varios formatos, la idea es que participen todas las agrupaciones. Aunque es más costoso. Tres opciones con distintos pueden llevarse a cabo. Q. VIP 75.00 (orquesta completa) otro de Q. 50.00 (Cuerdas) y coro Q. 25.00. En este caso se tiene pensado en Q.25.00 marimba y cuerda.

¿Cuántas veces se ha llevado a cabo el proyecto?

6 veces a partir del año 2011

¿De los lugares en donde dieron a conocer el evento, ¿cuántos asistieron?

4 asistieron de 60 correos de la base de datos. De estos correos únicamente 40 personas mostraron interés. Sin embargo, se negoció con 8-10 colegios pero solo asistieron 4. El tiempo y seguridad es un problema.

¿Qué colegios han asistido a los conciertos?

Monte María, Guatemala de la Asunción, Montano, Suizo Americano.

¿Tiene algunos espacios predeterminados para utilizar el material?

Carteleras colegios.

¿Tiene un espacio específico para desarrollar el proyecto?

Ir a los colegios, ese es el propósito actual de esta manera se garantiza la seguridad de los niños al no tener que transportarlos a otro lugar. Se llevaría a cabo en los auditorios de cada colegio. En ocasiones anteriores se llevaron a cabo en el IGA.

¿Tienen una muestra de material utilizado en años anteriores? ¿Considera que ha sido efectivo?

Sí se cuenta con el material. Sin embargo, se carece de un equipo que genera ideas o estrategias que hagan del concierto una actividad llamativa y sobre todo que se de a conocer la importancia de la música en la formación de los niños y jóvenes.

¿Se brinda algún material de apoyo a los niños que asisten a los conciertos?

Material didáctico con alguna actividad relacionada con el concierto.

DIFICULTADES

¿Qué empresas, instituciones u organizaciones considera como su competencia?

La competencia en este caso, está conformada por otras instituciones no relacionadas con la música precisamente que se han abierto un espacio en los colegios y tienen un espacio garantizado en las actividades escolares. Competencia directa en el área en relación al proyecto no se tiene en general. Se compite con las agrupaciones del Conservatorio Nacional de música o la Orquesta Sinfónica. A pesar de esto nos diferenciamos por ser una organización enfocada en los niños.

¿Cuenta con un presupuesto para el desarrollo del proyecto?

No hay presupuesto, este se formaría a partir de la asistencia de los niños a los conciertos. Para material impreso Cemaco es el donador directo y la Universidad Internaciones.

¿Cuáles son las formas para obtener dinero? (Apadrinamiento, donaciones) y en que rubro de estos dos aplica el dinero obtenido en el concierto?

Como donación / apadrinamiento. Hay un mínimo de Q.50 por persona.

¿Porqué el material que han utilizado anteriormente no ha generado el impacto que se quisiera?

El enfoque con el que se vende la idea no es el idóneo. Se debe recalcar más sobre las competencias que los niños pueden adquirir a través de la música, sus beneficios e importancia en la formación. El material por otro lado necesita ser atractivo.

ANEXO 2

GUÍA DE OBSERVACIÓN ANTECEDENTES Y COMPETENCIA

Acerca de la pieza: Propósito de uso, cuál es el contexto

Aspectos a analizar:

1. *Color:* colores corporativos, semiótica, función, expresión
2. *Formato:* Dimensiones en digital / impreso
3. *Soporte:* Digital / impreso
4. *Tipografía:* Serif / San serif / Caligráfica / Combinación / Función / Expresión
5. *Ejes y retículas:* Sin retícula específica / Manuscrito / Modular / jerárquica. Ejes horizontales o verticales
6. *Elementos gráficos extra:* Ilustración / fotografía / íconografía / presencia de logotipos
7. *Función comunicativa:* Informar / persuadir / didáctica / recreativa
8. *Copy o slogan:* Presencia de este o no / importancia

ANEXO 2.1

ANÁLISIS GRÁFICO / ANTECEDENTES

CASO 1 *Conciertos de solistas*

Según la página de Facebook de la organización. Ha llevado a cabo distintos conciertos. En este caso corresponde a la temporada de conciertos de solistas extranjeros llevado a cabo en el año 2016.



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2017)

Extraído el 26 de Agosto del 2017 de <https://www.facebook.com/SOG.GUATE/photos/a.628311667225246.1073741830.18166439556644/1245847775471629/?type=3&theater>

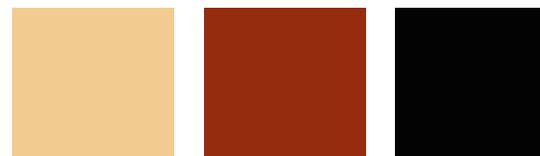


Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2017)

Extraído el 26 de Agosto del 2017 de <https://www.facebook.com/SOG.GUATE/photos/a.191036660952751.57742.18166439556644/1242256592497414/?type=3&theater>

Manejo del color: No se hizo uso de colores corporativos, lo que puede relacionarse con el hecho de que el evento es impartido por extranjeros ajenos a SOG. Predominan colores cálidos y negro.

Semiótica: De acuerdo a la autora Añaños (2008), el manejo del color en los materiales es de tipo realista, hay una presencia de imágenes que se apegan a la realidad, en el caso de la presencia de ilustraciones de violines. No son elementos bidimensionales.



Se apegan a una gráfica realista. La función del color parece corresponder al contexto de los instrumentos, en este caso el violín. Posee una gráfica sofria debido al manejo del color.

Formato: Cuadrado con unas dimensiones de: 960 x 960 píxeles. Dimensiones utilizadas para posts en Facebook

Soporte: Digital

Tipografía: Caligráfica, combinación con san serif y decorativa. No posee unidad visual en cuanto a este aspecto. Uso de diferentes tipografías, carece de unidad visual. En este caso se hace uso de tipografía caligráfica e itálica lo que connota movimiento.

Función: Favorecer a la legibilidad para informar, Sin embargo, la cantidad de texto es excesiva.

Expresión: El movimiento se vincula con la temática del evento al ser una actividad musical.

Ejes y retículas: Presenta ejes rectos. Con una retícula jerárquica según Timothy (2002). La cual según la autora tiene el propósito de unificar elementos dispares. Es posible identificar los bloques donde se dispone de la información. La disposición de la retícula permite jerarquías en niveles de importancia en relación a la información. Existe una pleca negra dispuesta en el titular por lo que se enfatiza en esta área.



Elementos gráficos extra: Presencia de fotografía e imágenes referentes a instrumentos. Logotipo presente en sus variaciones. No hay unidad en el uso de este elemento, puede variar según material. La fotografía del músico es utilizada dos veces para las piezas. No hay variedad.

Función comunicativa: Ambas imágenes tienen la función de informar sobre el concierto de solistas y un taller impartido por un músico extranjero.

No hay presencia de slogan o copy únicamente el titular descriptivo del evento.

CASO 2 *Concierto final de seminario*

Según la página de Facebook de la organización. SOG ha realizado conciertos impartidos por maestros extranjeros. La pieza corresponde a un post de Facebook para el concierto del 24 de junio de 2016.



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2017) Extraído el 26 de Agosto del 2017 de https://www.facebook.com/pg/sistema.guatemala/photos/?ref=page_internal

Manejo del color: La organización ha realizado un esfuerzo por utilizar sus colores corporativos. Los colores tienen una función de reafirmación de identidad de marca mientras que su expresión es corporativa.



Formato: El formato es cuadrado con unas dimensiones de: 960 x 960 píxeles. Formato utilizado para Facebook.

Soporte: Digital

Tipografía: Hace uso de una tipografía decorativa. Posee la función de informar sobre el concierto de final de seminario, mediante su legibilidad. Además enfatizar por medio de titulares y jerarquías. Con una expresión dinámica.

Ejes y retículas: Presenta ejes rectos. Con una retícula jerárquica según Timothy (2002), y manuscrita. La retícula manuscrita se hace evidente en la parte central del arte con información presente en forma de bloque. No posee suficientes márgenes externos por lo que el contenido escrito se encuentra muy cercano a los bloques de color.

Elementos gráficos extra: Elementos vectoriales ilustrativos. El logotipo se encuentra presente en una de las variaciones más utilizadas por la organización.

Función comunicativa: Informar sobre el concierto y su asistencia gratuita. Carece del uso de un copy o slogan.

CASO 3 *Apadrinamiento*

Según la página de Facebook de la organización. SOG ha llevado a cabo conciertos impartidos por maestros extranjeros. La pieza corresponde a un post de Facebook para el concierto llevado a cabo el 24 de junio de 2016.



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2017) Extraído el 26 de Agosto del 2017 de https://www.facebook.com/pg/sistema.guatemala/photos/?ref=page_internal

Manejo del color: Nuevamente se hace uso de los colores corporativos. Su uso reafirmación de identidad de marca mediante una expresión corporativa



Formato: El formato es cuadrado con unas dimensiones de: 960 x 960 píxeles. Ideal para el uso en Facebook.

Tipografía: Hace uso de combinaciones con tipografía caligráfica, san serif. Hace uso de diferentes grosores y tamaños para lograr jerarquías en cuanto al contenido.

Función: Informar mediante jerarquías por el uso de distintas tipografías.

Ejes y retículas: Presenta ejes rectos. Con una retícula jerárquica según Timothy (2002). La disposición a modo de bloques horizontales permite enfatizar información importante, como el cintillo morado el cual posee información de contacto.



Elementos gráficos extra: Presencia de fotografía. La fotografía hace referente a la imagen de un niño músico que pertenece a la organización. Logotipo presente. Carece de elementos iconográficos extra.

Función comunicativa: Ambas imágenes tienen la función de informar sobre el programa de apadrinamiento y cual es el monto. Brinda datos de contacto con el propósito de informar a las personas interesadas en participar.

No posee copy o slogan.

CASO 3 *Campaña de apadrinamiento*

La organización ha realizado campañas para dar a conocer a sus alumnos con el propósito de motivar a las personas a apoyar en donaciones y apadrinamiento. Llevada a cabo en octubre de 2015 según la página de Facebook de SOG.



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2015) Extraído el 26 de Agosto del 2017 de https://www.facebook.com/pg/sistema.guatemala/photos/?ref=page_internal

Manejo del color: En esta campaña específica se utilizó una paleta de color distinta a la que acostumbra. La función del color es persuadir por medio de una gráfica llamativa. Expresión dinámica, infantil, juvenil.



Semiótica: Colores vibrantes. Según Costa (2003), se hace uso de colores fantásticos los cuales se caracterizan por ser imaginativos y arbitrarios. No tienen porque corresponder a la realidad.

Formato: El formato es rectangular con unas dimensiones de: 731 x 960 píxeles. Ideal para post en Facebook.

Soporte: Digital.

Tipografía: Hace uso de combinaciones con tipografía sanserif en bold y regular. Lo que permite visualizar jerarquías. Informa mediante el texto sobre los programas de apadrinamiento. Se expresa de manera clara y concisa.

Ejes y retículas: No presenta una retícula específica la disposición de elementos en cada imagen es libre e irregular. Se hace presente un eje vertical en el cual se ubican los elementos a partir del centro. Algunos elementos vectoriales se presentan en los laterales.



Elementos gráficos extra: Uso de fotografía y elementos vectoriales de manera ilustrativa. Se acompaña de elementos vectoriales como violines en la paleta de color descrita.

Función comunicativa: Dar a conocer a los niños músicos de la organización, su nombre, edad y una frase específica como: ¿Quién es tu músico favorito? lo que permite dar a conocer los intereses y gustos personales de cada uno.

Carece de copy pero utiliza frases relacionadas con cada niño como se mencionó con anterioridad.

CASO 5 *Concierto didáctico 2017*

El Sistema de Orquestas de Guatemala ha llevado a cabo con anterioridad la temporada de conciertos didácticos. En este caso la temática era música de película y corresponde al año 2017 según información proporcionada de Rossana Pierri Directora de Desarrollo Institucional.

Afiche en redes:



Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2015)
Extraído el 26 de Agosto del 2017 de https://www.facebook.com/sistema.guatemala/photos/a.191036660952751.57742.181664398556644/909959232393820/?type=3&theater_photos/?ref=page_internal

Afiche en cartelera:

A poster for a concert titled "Sinfonía de PELÍCULA" (Movie Symphony). It features a violin and a film strip. The text includes "SOG SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA" and "Santa Cruz Balanyá Orquesta Sinfónica". A donation of "DONACIÓN: Q75.00" is mentioned with the "todoticket" logo. The concert is a "Fusión de orquestas nacionales interpretando los principales temas de la música de películas" (Fusion of national orchestras performing the main themes of movie music). It lists the participating studios: "MARVEL - DISNEY - UNIVERSAL - DREAMWORKS - PIXAR". The dates are "FEBRERO" (February): "JUEVES 23 7:30 p.m.", "VIERNES 24 7:30 p.m.", "SÁBADO 25 6:00 p.m.", and "DOMINGO 26 3:00 p.m.". The location is "9 ave 0-31 zona 4 TEATRO IGA, parqueo TEC-Q25.00". Logos for "CULTURALES IGA" and "Patrocina INFINITA fm100 elPeriódico" are also present.

Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2016) Proporcionado por Rossana Pierri, Directora de Desarrollo institucional. 25 de agosto de 2017

Banner:

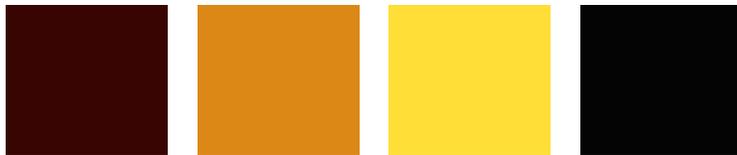


Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2017) Extraído el 26 de Agosto del 2017 de https://www.facebook.com/pg/sistema.guatemala/photos/?ref=page_internal

Manejo del color: *Semiótica:* se hace uso de colores no corporativos, presencia de colores sobrios y poco llamativos. Los colores se apegan a la realidad al utilizar tonos cálidos y oscuros dentro de la gama de los cafés para hacer alusión al instrumento de viento-madera. Colores realistas

Función: Contextualizar con la temática del evento, se apega a lo realista. Como se menciona anteriormente.

Expresión : Sobriedad



Formato: Afiche en redes: 701x960 Afiche de cartelera: 11x17 pulgadas Banner: 828 x 313.

Soporte: Digital / Facebook.

Tipografía: El afiche en redes maneja un titular san serif. Existe un

uso de combinaciones con tipografía caligráfica, san serif en el caso del afiche en cartelera. Se hace uso del color amarillo sobre fondos oscuros, sin embargo, también se utiliza en fondos blancos. La tipografía caligráfica podría connotar movimiento y dinamismo.

Función: Llamar la atención al titular principalmente, informar sobre el evento.

Expresión: Dinamismo a través del uso tipográfico caligráfico, el manejo del color en la palabra "Película" enfatiza y posee mayor peso visual siendo amarillo sobre fondo oscuro.

Ejes y retículas: Presenta ejes rectos. Con retícula jerárquica de acuerdo a Timothy (2002). Se hace presentes ejes horizontales para la posición de información adicional del evento.



se presenta múltiples secciones de información a manera de módulos que contienen datos específicos. Carecen de alineación algunos elementos.

Elementos gráficos extra: Presencia de ilustraciones referentes al concierto (violín) y una tira de película para corresponder al concepto del concierto el cual refería a “música de películas”. Manejo de logotipos de patrocinadores.

Función comunicativa: Dar a conocer el evento, informar sobre los patrocinadores y los días del mismo.

Copy / slogan: Hizo uso de la frase “Sinfonía de película” para de esta manera conectar con ambas temáticas (la música y las películas) no es consistente en las piezas, el titular cambia en el afiche con la imagen de Darth Vader.

Material proyectable: Para el concierto didáctico 2017 se realizó material impreso dirigido a padres de familia y a directivos. Siguiendo la línea gráfica anterior.



Fusión de Orquestas Nacionales interpretando música de películas

ORQUESTA - MARIMBA
MARCHING BAND - CORO

El Sistema de Orquestas de Guatemala presentará una temporada especial de temas de películas en la que interpretarán música de Marvel, Disney, Universal, Dreamworks y Pixar con instrumentos sinfónicos. En el espectáculo participarán en fusión varios proyectos infantiles y juveniles que están desarrollando Guatemala por medio del arte:

- Orquesta Sinfónica de Santa Cruz Balanyá (Chimaltenango)
- Marching Band Búhos (Col. La Florida zona 19)
- Marimba La Brisa (Núcleo San Juan del Obispo-SOG)
- Coro de cámara (Núcleo zona 13-SOG)
- Orquesta de cámara (Núcleo zona 13-SOG)



Son **6 conciertos** para que todos los alumnos tengan la oportunidad de participar en esta temporada única:



Lugar:
Teatro IGA, 9 ave. 0-31 zona 4

Días:
Miércoles 22, jueves 23 y viernes 24 de febrero

Horarios:
Cada día se presentarán dos funciones

10:00-11:30 a.m.
3:00-4:30p.m.

La entrada por alumno tiene un valor de Q50 como donación al Sistema de Orquestas de Guatemala*. Los cuales incluyen material didáctico que se entregará a los alumnos el día del concierto como apoyo a las competencias a desarrollar.

*La donación será destinada a la continuidad y desarrollo del Sistema de Orquestas de Guatemala, el cual atiende diariamente de forma gratuita a más de 350 niños y jóvenes que son parte de orquestas, coros, marimbas y ensambles pre-infantiles. Y que busca la transformación social por medio de la música.



Los conciertos didácticos se llevarán a cabo con el objetivo de fortalecer las siguientes competencias del área de expresión artística:



Competencias del CNB:

- Manifiesta aprecio por el arte y los Artistas guatemaltecos valorando su desempeño en el tiempo y en el espacio.
- Valora las manifestaciones estético-sonoras de distintos ámbitos y épocas por su función social, su forma de estructuración y su interpretación.
- Emite juicios sobre creaciones musicales y diferentes manifestaciones estético-sonoras.



Formato: Carta 11x 8.5 pulgadas.

Soporte: Impreso y digital.

Tipografía: Hace uso de tipografía caligráfica y san serif para el contenido. Sin embargo, el color amarillo como menciona el autor Dupont (2004), esto no recomienda sobre materiales o superficies blancas.

Función: Procurar la legibilidad y claridad al ser un documento pensado para la lectura y comprensión

Expresión : Sobriedad, saturación.

Ejes y retículas: La portada contiene una retícula modular la cual a partir de cada módulo se ubica información importante del evento, patrocinadores, hora y fecha. La información se presenta a modo de módulos de bloques rectangulares:

<p><i>Sinfonía</i> PELÍCULA</p> <p>Fusión de Orquestas Nacionales interpretando música de películas -MARVEL - DISNEY - UNIVERSAL - DREAMWORKS - PIXAR</p>					
Conciertos Didácticos	Días: Miércoles 22 Jueves 23 Viernes 24	Horarios: 10:00 a 11:30 a.m. 3:00 a 4:30 p.m.	Teatro IGA Buzo 0-31 zona 4	Donación Q50 	

Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2016) Proporcionado por Rossana Pierri. Directora de Desarrollo institucional. 25 de agosto de 2017

Las retículas en relación al contenido es jerárquica, hace uso de placas negras en las cuales se hace presente información específica del evento y la organización.

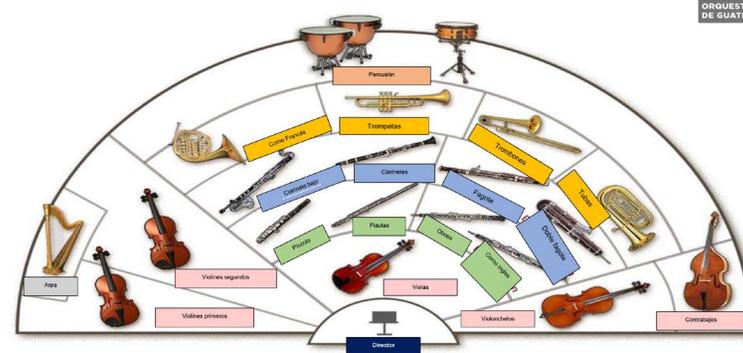
La cantidad de texto por diapositiva es demasiado extensa. Las diapositivas sobrepasan las 5 líneas. Esto podría afectar la comprensión del material al convertir la lectura poco placentera.

Elementos gráficos extra: Hace uso de fotografías y el elemento de la cinta de video en la parte inferior. Se aplicaron íconos en la parte superior de titulares y fragmentos de texto específicos sin embargo son repetitivos.

Función comunicativa: Material informativo. El propósito es informar a los colegios sobre la actividad. Sin embargo debido a la cantidad extensa de contenido podría verse afectada la función de comunicar el mensaje.

Recurso pedagógico: Este material fue repartido el día del concierto a los niños. Sin embargo, carece de un atractivo visual que motive al niño a leerlo. Generar un material promocional sería más efectivo para posicionar a SOG en la mente de los niños y dar lugar a una experiencia memorable que les haga recordar el concierto y los motive a integrarse en la música.

SISTEMA DE ORQUESTAS DE GUATEMALA – SINFONÍA DE PELÍCULA



¿QUÉ INSTRUMENTOS USAN LAS AGRUPACIONES?

CAMERATA DE CUERDAS: violines, violas, violoncellos y contrabajos

MARCHING BAND: flautas, clarinetes, saxofones, trompetas, trombones, eufonios, tuba, quintuple, redoblante, bombo y lira

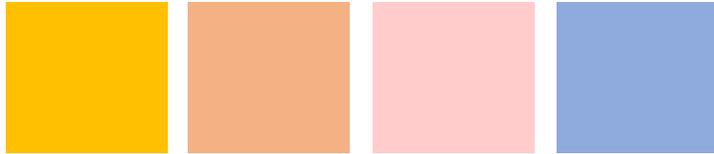
ENSAMBLE DE MARIMBA: 2 marimbas, tololoche y batería

CORO: 4 voces: soprano, contralto, tenor y bajo

ORQUESTA SINFÓNICA: familia de cuerda frotada, vientos madera, vientos metal y percusión

Fuente: Sistema de Orquestas de Guatemala (2016) Proporcionado por Rossana Pierri. Directora de Desarrollo institucional. 25 de agosto del 2017

Manejo del color: Uso de colores pastel que no tienen relación con el material anteriormente expuesto para el concierto. / Función: Agrupación a través de etiquetas que identifican instrumentos / Expresión: Expresión: Sutil, colores pastel



Formato: Tamaño carta horizontal. 11x8.5 pulgadas.

Soporte: Impreso.

Tipografía: San serif en sus variaciones regular y bold.

Función: Explicativa por medio de manejo del contenido a manera de párrafos y etiquetas / Expresión: Técnica, para explicar conceptos.

Ejes y retículas: A modo de diagrama sin una retícula específica. La disposición de los recuadros de colores generan un aspecto saturado y desordenado. Podría afectar a la comprensión

Elementos gráficos extra: Hace uso de recuadros de color para enfatizar el nombre de los instrumentos. Se utilizaron ilustraciones de los mismos para ejemplificar cada uno.

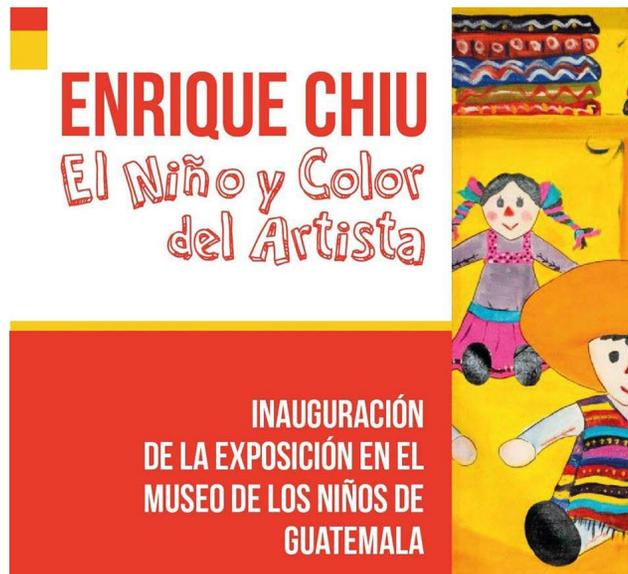
Función comunicativa: Pedagógica con el propósito de comprender la disposición de los instrumentos según la estructura de la orquesta. Es un material que estaba pensado, según la Directora de Desarrollo Institucional Rossana Pierri, en ser utilizado como apoyo para el día del concierto en el aprendizaje de los instrumentos.

ANEXO 2.2

ANÁLISIS GRÁFICO / CASOS ANÁLOGOS: COMPETENCIA

CASO 1 *Museo del niño*

El museo del niño conforma una competencia indirecta con la organización. Su función es educativa, sin embargo, se enfoca en más aspectos y no únicamente en música. La pieza constituye un post de Facebook para informar sobre la exposición llevada a cabo en el museo. Perteneciente al año 2015.



Fuente: Museo del niño (2015) Extraído el 30 de Enero del 2018 de <https://www.facebook.com/museodelosninos.gt/photos/rpp.421716254391/10155815997914392/?type=3&theater>

Manejo del color: Colores cálidos. Saturados

Función: Llamativa, persuasiva

Expresión: Dinámica, vibrante, infantil.



Formato: Carta 960x 960 píxeles.

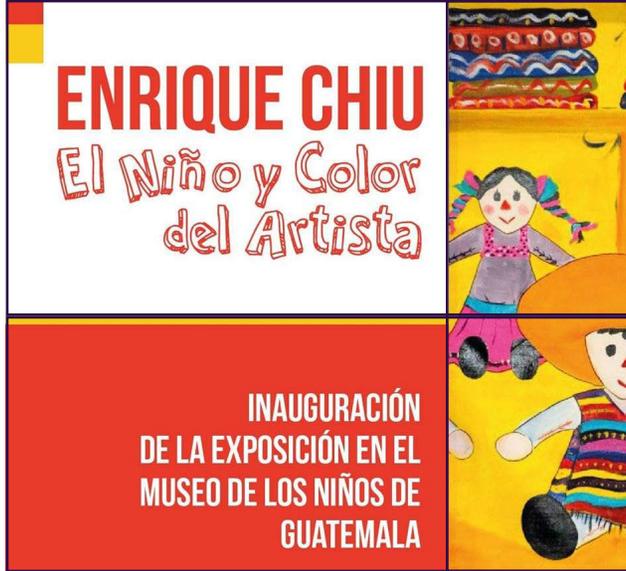
Soporte: Digital./ Facebook

Tipografía: San serif y decorativa en el titular. El color rojo sobre blanco favorece a la legibilidad según el autor Dupont (2004).

Función: Enfatizar titulares o nombre de la obra.

Expresión: dinámica por medio del uso de una tipografía decorativa. Formal para generar puntos de lectura distintos con información precisa.

Ejes y retículas: De acuerdo a la disposición de elementos maneja una retícula de apoyo para jerarquizar. La presencia de plecas y el eje vertical permite hacer énfasis en elementos importantes dentro de la composición, la información del evento y una ilustración que es de ayuda a contextualizar con el mismo. La información se presenta a modo de bloques que permiten identificar los elementos gráficos e información.



Elementos gráficos extra: Presencia de ilustración. En la cual existe un predominio de colores saturados y formas básicas. Uso de plecas y secciones según la información expuesta.

Función comunicativa: informar sobre la inauguración, no posee datos específicos de hora y fecha. El post carece de información importante para poder asistir al evento.

Copy: Maneja un titular referente a la actividad “El niño y Color del artista”.

CASO 2 *teatro abril Temporada Estudiantil*

El Teatro Abril constituye competencia indirecta de SOG al promover obras de teatro musicales. Su enfoque no es didáctico sino recreativo es por ello que se considera indirecta. Asimismo, este tiene mejor posicionamiento y trayectoria. Anualmente el Teatro Abril según su página oficial (s.f) prepara temporadas estudiantiles en donde se promueve obras de diferentes temáticas.

Manejo del color: Colores cálidos. Maneja los colores según la temática de la obra. En la sirenita predomina el color azul por ejemplo. Es evidente el uso de colores primarios en su gráfica general.

Función: Uso según temática, contextualizar con la misma y el género de la obra / Expresión: Dinámica



Formato: Rectangular 660x 960 píxeles.

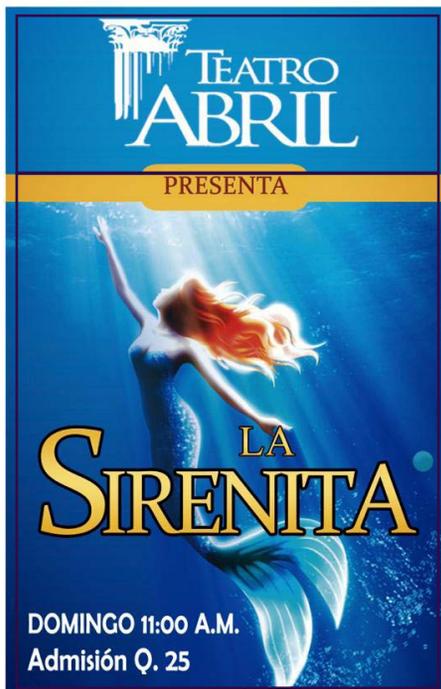
Soporte: Digital / Facebook.

Tipografía: Titulares con tipografía serif o decorativa. Llamativos, principalmente en color blanco sobre fondos oscuros.

Función: Enfatizar titulares o nombre de la obra.

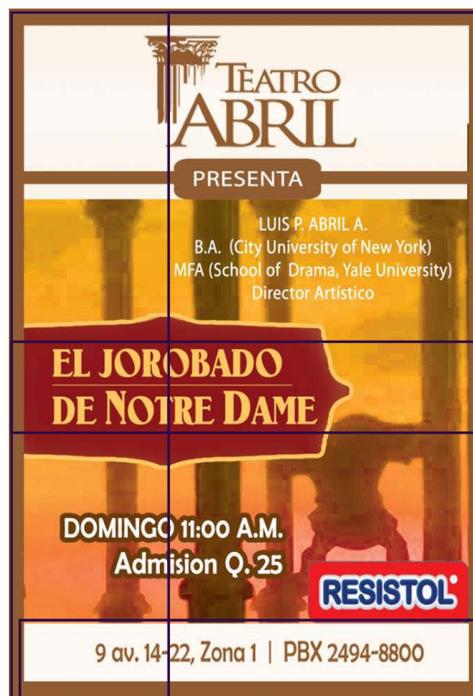
Expresión: dinámica en las versiones de tipografía caligráfica o decorativa. El Jorobado de Notre Dame posee una expresión más sobria.

Ejes y retículas: Ejes horizontales, retícula jerárquica al tratarse de publicaciones a modo de afiches. Utilización de plecas y elementos dispuestos como bloques horizontales para disponer de información sobre fecha y precio.

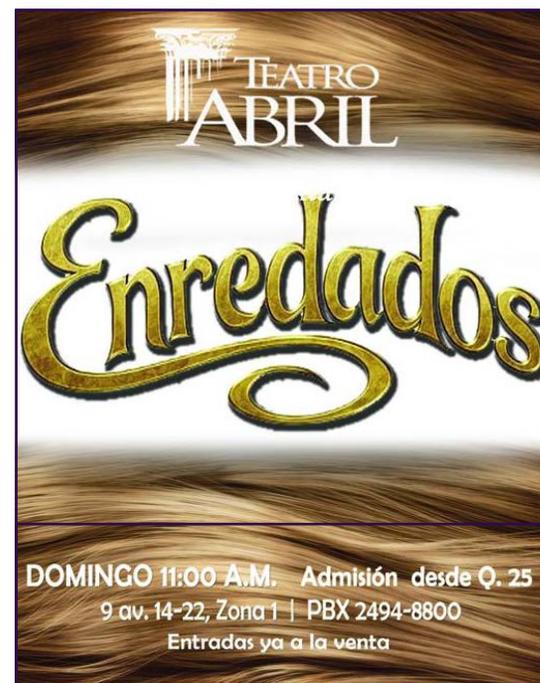


9 av. 14-22, Zona 1 | PBX 2494-8800

Fuente: Teatro Abril (2018) Extraído el 30 de Enero del 2018 de <https://www.facebook.com/271035552960160/photos/a.271038619626520.71266.271035552960160/588944374502608/?type=3&theater>



Fuente: Teatro Abril (2018) Extraído el 30 de Enero del 2018 de <https://www.facebook.com/271035552960160/photos/a.271038619626520.71266.271035552960160/691338440929867/?type=3&theater>



Fuente: Teatro Abril (2018) Extraído el 30 de Enero del 2018 de <https://www.facebook.com/271035552960160/photos/a.271038619626520.71266.271035552960160/561550630575316/?type=3&theater>

Elementos gráficos extra: Presencia de ilustración y fondos con textura. El peso y persistencia de la posición del logotipo se hace evidente, siendo este un elemento presente siempre en la parte superior.

Función comunicativa: Informar sobre cada obra y datos de hora y fecha.

Copys: Material gráfico del Teatro Abril, posee un aspecto más llamativo. No hacen uso de copys o frases con las cuales el grupo objetivo pueda desarrollar una conexión emocional. Sin embargo, las obras son conocidas por lo que es más sencillo encontrar interés por las mismas. Es importante resaltar que las obras parecen tener fines recreativos y no didácticos.

ANEXO 3

INSTRUMENTO DE ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA / MARCO DE REFERENCIA

CONTEXTO GUATEMALTECO

¿Cuál es la importancia de la educación musical y su aporte en un país como Guatemala?

Según el contexto guatemalteco ¿qué beneficios aporta la música a la sociedad?

¿Cuáles son las oportunidades de apoyar proyectos enfocados a la formación musical en segmentos sociales con diferentes oportunidades?

BENEFICIOS DE LA FORMACIÓN MUSICAL

Pitágoras utilizaba acordes y escalas específicas para lograr el equilibrio mental y armonizar el estado de ánimo negativo de las personas. ¿Según su experiencia que beneficios se obtienen de la música para el desarrollo integral del ser humano?

El liderazgo es una competencia que puede desarrollarse a través práctica de la música. ¿Qué otras competencias es posible adquirir por medio de la formación musical en los niños de nivel primario?

La música es una herramienta de transformación social. ¿Cómo la música fomenta la formación de valores y la inclusión social?

Se afirma que la música beneficia a la preparación académica reforzando la atención y concentración, incrementando la memoria y creatividad. Existen investigaciones que afirman que existe una correlación entre la enseñanza de la música y el desempeño académico. De acuerdo a su experiencia, ¿qué otros beneficios se adquieren a través de la música en el ámbito académico?

CONCIERTO DIDÁCTICO

Los conciertos didácticos buscan estimular el conocimiento musical o tener un acercamiento a ese ámbito. ¿Cuál debería ser el fin de los conciertos didácticos según sus conocimientos?

¿Cuáles son las herramientas que faciliten abordar un concierto didáctico?

ANEXO 3.1

ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA: PROFESOR MUSICAL

Experto: Licdo. Carlos Ramiro Vivar

Músico trombonista y docente de profesión. Su padre era músico. Es así como él se integra en ese ámbito. Estudió magisterio y posterior continuó sus estudios en música en 1980. Se integró en 1988 a la Orquesta Sinfónica siendo seleccionado ante 10 trombonistas. Tiene más de 30 años de experiencia como Docente en el Conservatorio Nacional de Música Germán Alcántara e integrante la Orquesta Sinfónica Nacional. Además ha trabajado con múltiples orquestas.

CONTEXTO GUATEMALTECO

¿Cuál es la importancia de la educación musical y su aporte en un país como Guatemala?

Me imagino que es con respecto a la educación primaria, yo creo que la educación musical es interesar a los niños en el estudio de la música. Importante. El arte representa al país. Es algo que hace que se vea cual es la cultura de cada país.

Según el contexto guatemalteco ¿qué beneficios aporta la música a la sociedad?

El beneficio que aporta es directamente la parte artística música. Hay muchos niños que estudian música y su comportamiento es diferente a los demás. Son personas más observadoras, son

personas que podrían estudiar cualquier otra carrera. En ese sentido son más disciplinados, la música les da ese beneficio. Son más receptivos.

Con relación al acuerdo ministerial 3853-2017 que llevó a cabo las reformas del acuerdo 178-2009 en donde se modificó y suprimió el curso de música del Sistema escolar para el año 2018. ¿Cuáles considera son las causas de la falta de interés por parte de las autoridades educativas en la formación musical?

Quitar la música de la enseñanza de las escuelas afecta no solo porque la carrera musical se queda perdida, no van a ver interesados en estudiar eso. Ser maestro de música se quedará a un lado y los alumnos no tendrán la misma enseñanza. Me imagino que los programas serán muy diferentes al unir una materia con otra. Yo más pienso que si las autoridades decidieron esto, es porque quieren evitar el pago a maestros. Más que todo. Lastimosamente viste que nuestro país tiene muchas deficiencias. A veces las autoridades que están en el cargo no son las idóneas. Porque no están aptos a veces. Y no tienen el interés. Pero habría que ver cuales son los intereses de ellos.

¿Cuáles son las oportunidades de apoyar proyectos enfocados a la formación musical en segmentos sociales con diferentes oportunidades?

He visto muchas personas que vienen a estudiar música. Y como maestro musical, si me doy cuenta del cambio de muchas personas. Algunas veces solo vienen a estudiar porque les llama la atención pero su ambiente a veces no es el adecuado, donde viven a veces se ven forzados a un comportamiento diferente. Cuando vienen por acá, como humanos uno aconseja que deben evitar meterse a problemas. En una ocasión que estaba hablando con alumnos,

entramos a ese campo precisamente de que algunos sectores de la ciudad, abundan las pandillas y grupos antisociales. Yo les aconsejaba que trataran de no meterse en esto. Al final de la clase un alumno me dijo que hablaba demasiado, me imagino que talvez estaba metido en eso, pero igual les decía que el final de eso era la cárcel, el hospital o la muerte. Te cuento que me dijo eso un poco molesto él. Pero pasó el tiempo y el quiza vivió en carne propia alguna experiencia y eso hizo que se retirara. Llegó el tiempo y me dijo “maestro tiene usted razón, hay que cambiar eso” el cambió su vida y se dedicó a la música entonces quiere decir que musicalmente si podemos influir al cambio. Él se convirtió en un gran músico con quien he tocado.

BENEFICIOS DE LA FORMACIÓN MUSICAL

Pitágoras utilizaba acordes y escalas específicas para lograr el equilibrio mental y armonizar el estado de ánimo negativo de las personas. ¿Según su experiencia que beneficios se obtienen de la música para el desarrollo integral del ser humano?

Mejora la habilidad comprensiva, el ser más atentos, mayor empatía, ejercita la disciplina.

El liderazgo es una competencia que puede desarrollarse a través práctica de la música. ¿Qué competencias es posible adquirir por medio de la formación musical en los niños de nivel primario?

Más cuando uno es entusiasta. Cuando yo empecé a tocar música era un alumno entusiasta y yo era quien jalaba a mis compañeros, los organizaba para que hiciéramos música. Y aún ahora como maestro de música sigo haciendo ese tipo de trabajo. Los muchachos gracias a Dios me apoyan. Pero a veces no hay quien los una. Hay que comportarse de esa manera, liderar. Liderar no

es solo unirlos, sino liderar para hacer algo que a todos nos una y tratar de sacar de cada uno de ellos, lo mejor. Y hacer que cada vez que suene un grupo musical, sea mejor. Esas experiencias les ayuda a ser el centro de sus compañeros. Mi hijo desde pequeño ha sido el centro de sus compañeritos por la habilidad musical. Es quien trata de evitar conflictos entre ellos y lo respetan. Si se crea un liderazgo a través de la musica.

La música es una herramienta de transformación social. ¿Cómo la música fomenta la formación de valores y la inclusión social?

Lo que te decía, en el caso de mi hijo. Evitar que a alguien lo hagan de menos es importante. Y nosotros también. Como adulto también lo he intentado. En una ocasión llegó a inscribirse al conservatorio un muchacho y sentí su rechazo inmediatamente y la primera vez también lo hice a un lado. Algo de lo que me arrepentí. El otro día el me saludó a pesar del rechazo, traté de acercarlo. Es así como nos logramos ayudar, haciendo música siempre. La música nos ayuda a ser más comprensivos y empáticos. La música como herramienta nos ayuda a ser más incluyentes.

Se afirma que la música beneficia a la preparación académica reforzando la atención y concentración, incrementando la memoria y creatividad. Existen investigaciones que afirman que existe una correlación entre la enseñanza de la música y el desempeño académico. De acuerdo a su experiencia, ¿qué otros beneficios se adquieren a través de la música en el ámbito académico?

Cuándo uno hace ejercicio físico se aumentan los músculos. Pero cuando uno estudia música hacer ejercitación diaria como disciplina, me refiero a la técnica del estudio del instrumento hace que uno mantenga esa práctica diaria. Esa concentración también es ejercicio para el cerebro y a nosotros los músicos se

nos crece el cerebro un poco más según tengo entendido, somos más comprensivos, atentos.

Casi todos los niños que estudian músicas tienen un mejor rendimiento académico, tienen buenas notas. Les han dado becas. Tengo un alumno que estudió trombón pero en su carrera también era exitoso y se retiró del instrumento. Algunos hasta son mis compañeros en la Orquesta Sinfónica. Lo que es muy satisfactorio.

CONCIERTO DIDÁCTICO

Los conciertos didácticos buscan estimular el conocimiento musical o tener un acercamiento a ese ámbito. ¿Cuál debería ser el fin de los conciertos didácticos según sus conocimientos?

A veces la mayoría no le ponen la atención pero siempre llegan un montón que sí les encanta. Se debe buscar la música adecuada. Resulta que a veces se desarrollan programas musicales que más bien los duermen. La idea es mantenerlos despiertos, sintiendo lo que están escuchando y el propósito mayor es buscar entre todos los niños alguien que le interese estudiar música. Eso sería el propósito principal. Si aprenden mucho. Queda en la memoria, el ver instrumentos que jamás en su vida han visto. Les impresiona ver tanto músico tocando. Eso queda en su recuerdo.

¿Cuáles son las herramientas que faciliten abordar un concierto didáctico?

Estudiar qué tipo de público es. Lo didáctico no se dirige únicamente a los niños. Puede estar dirigido a jóvenes y adultos. Buscar lo adecuado y lo mejor para ellos.

ANEXO 3.2

ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA: DIRECTORA DE FORMACIÓN ARTÍSTICA

Experto: *Licda. Gretchen Barnéond*

Artista dramática, locutora de profesión. Experiencia de más de 25 años. Ha participado en 30 obras teatrales. Es actualmente Directora de Formación Artística, Palacio Nacional de la Cultura.

CONTEXTO GUATEMALTECO

¿Cuál es la importancia de la educación musical y su aporte en un país como Guatemala?

El impacto de la música es en todas partes y su aporte de igual forma a nivel de todos los países. Aporta a la cultura y al desarrollo integro del individuo.

Según el contexto guatemalteco ¿qué beneficios aporta la música a la sociedad?

Múltiples beneficios, desde el tema sensorial, emocional, pedagógico, humanista. En realidad abarcara muchísimos campos

En relación al acuerdo ministerial 3853-2017 que llevó a cabo las reformas del acuerdo 178-2009 en donde se modificó y suprimió el curso de música del Sistema escolar para el año 2018. ¿Cuáles considera son las causas de la falta de interés por parte de las autoridades educativas en la formación musical?

Nosotros tenemos escuelas, es acá donde se encuentra la oferta educativa artística. Habría que profundizar mucho más en el tema del Ministerio de educación, porque fue que ellos tomaron esta decisión.

¿Cuáles son las oportunidades de apoyar proyectos enfocados a la formación musical en segmentos sociales con diferentes oportunidades?

Son muchos, empezando por ampliar el espectro de visión que tengan. Desde temas de estima, visión, percepción y económicos.

BENEFICIOS DE LA FORMACIÓN MUSICAL

Pitágoras utilizaba acordes y escalas específicas para lograr el equilibrio mental y armonizar el estado de ánimo negativo de las personas. ¿Según su experiencia que beneficios se obtienen de la música para el desarrollo integral del ser humano?

Muchísimos, el arte en general, la música en general.

El liderazgo es una competencia que puede desarrollarse a través práctica de la música. ¿Qué otras competencias es posible adquirir por medio de la formación musical en los niños de nivel primario?

Independencia, el pensamiento crítico, el desarrollo de habilidades sensoriales también.

La música es una herramienta de transformación social. ¿Cómo la música fomenta la formación de valores y la inclusión social?

El tema de formación de valores debe iniciar en casa. La música y la mayoría de las artes incluye disciplina y ese es un tema de valores. Y la inclusión social pues la música es para todos.

Se afirma que la música beneficia a la preparación académica reforzando la atención y concentración, incrementando la memoria y creatividad. Existen investigaciones que afirman que existe una correlación entre la enseñanza de la música y el desempeño académico. De acuerdo a su experiencia, ¿qué otros beneficios se adquieren a través de la música en el ámbito académico?

Nosotros no utilizamos la pedagogía en función de la música. Sino al artista en función de la pedagogía. En el ministerio de cultura y artistas formamos artistas. Pedagogía al servicio del artista.

CONCIERTO DIDÁCTICO

Los conciertos didácticos buscan estimular el conocimiento musical o tener un acercamiento a ese ámbito. ¿Cuál debería ser el fin de los conciertos didácticos según sus conocimientos?

Acercar a los alumnos más a los conocimientos de los maestros.

¿Cuáles son las herramientas que faciliten abordar un concierto didáctico?

Los conocimientos para empezar, de los maestros. En el área pedagógica de cada maestro.

ANEXO 3.3

ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA: MÚSICO Y PEDAGOGA

Experto: Licda. Blanca Herrera

Licenciada en Pedagogía EFPEM. Tiene estudios en el Conservatorio Nacional de Música, Germán Alcántara. Estudió la Licenciatura en Administración Educativa y Arte en Universidad San Carlos de Guatemala. Docente universitaria.

CONTEXTO GUATEMALTECO

¿Cuál es la importancia de la educación musical y su aporte en un país como Guatemala?

Pedagógicamente la educación musical, es una actividad importante porque permite al individuo desarrollar sus capacidades rítmicas y musicales, las cuales les ayudan a manejar su voz, afinar el oído y expresarse corporalmente. La educación musical permite motivar, desarrollar y reforzar otros aprendizajes.

Según el contexto guatemalteco ¿qué beneficios aporta la música a la sociedad?

La educación musical es un derecho, que hermana a los hombres, y los capacita para ser competitivos a nivel mundial.

En relación al acuerdo ministerial 3853-2017 que llevó a cabo las reformas del acuerdo 178-2009 en donde se modificó y suprimió

el curso de música del Sistema escolar para el año 2018. ¿Cuáles considera son las causas de la falta de interés por parte de las autoridades educativas en la formación musical?

No conozco dicho acuerdo. Considero que a los gobiernos les conviene mantener a un pueblo en la ignorancia, y si la música desarrolla múltiples inteligencias entonces no les conviene mantener esa especialidad en la educación.

¿Cuáles son las oportunidades de apoyar proyectos enfocados a la formación musical en segmentos sociales con diferentes oportunidades?

Desarrollo y crecimiento por medio de una actividad libre de violencia.

BENEFICIOS DE LA FORMACIÓN MUSICAL

Pitágoras utilizaba acordes y escalas específicas para lograr el equilibrio mental y armonizar el estado de ánimo negativo de las personas. ¿Según su experiencia que beneficios se obtienen de la música para el desarrollo integral del ser humano?

Los beneficios que se obtienen son el desarrollo de capacidades, lógicas matemáticas, desarrollo de habilidades que permiten una buena expresión y comunicación, desarrolla la creatividad, sensibilidad humana y la inteligencia, favorece la estimulación de los hemisferios cerebrales.

El liderazgo es una competencia que puede desarrollarse a través práctica de la música. ¿Qué otras competencias es posible adquirir por medio de la formación musical en los niños de nivel primario?

La socialización, independencia, excelencia.

La música es una herramienta de transformación social. ¿Cómo la música fomenta la formación de valores y la inclusión social?

Amplía las oportunidades para desarrollo personal y social, impulsa proyectos de impacto social, Inclusión social e igualdad de oportunidades.

Se afirma que la música beneficia a la preparación académica reforzando la atención y concentración, incrementando la memoria y creatividad. Existen investigaciones que afirman que existe una correlación entre la enseñanza de la música y el desempeño académico. De acuerdo a su experiencia, ¿qué otros beneficios se adquieren a través de la música en el ámbito académico?

Desarrolla la inteligencia artística, la emocional, matemática y lógica.

CONCIERTO DIDÁCTICO

Los conciertos didácticos buscan estimular el conocimiento musical o tener un acercamiento a ese ámbito. ¿Cuál debería ser el fin de los conciertos didácticos según sus conocimientos?

Ampliación de conocimientos, provocar placer emocional, inducir al respeto y apreciación del arte.

¿Cuáles son las herramientas que faciliten abordar un concierto didáctico?

Todas manifestaciones artísticas como teatro, danza. La música a través grupos musicales corales e instrumentales.

ANEXO 4

INSTRUMENTO DE ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA: ILUSTRADOR / MARCO TEÓRICO DE DISEÑO

CONCEPTO

El uso del papel ha sido implementado a nivel mundial como una técnica experimental para el diseño. ¿Desde su experiencia como definiría a la técnica del papercraft?

APLICACIÓN

El papel es un material muy versátil con distintas propiedades como su composición, gramaje, textura, grosor aditivos y recubrimientos. ¿Qué tipo de papel recomiendas para desarrollar figuras tridimensionales a partir de la técnica del papercraft? ¿Cuáles son sus características?

La técnica del papercraft ha sido utilizada ampliamente a nivel mundial tanto en el diseño como en el arte. ¿Qué elementos diferenciadores aporta la técnica del papercraft a la comunicación visual actual en Guatemala?

¿Qué oportunidades tiene la aplicación e introducción de esta técnica en el material publicitario en Guatemala?

¿Qué elementos deben ser considerados en la aplicación de esta técnica para generar imágenes de alto impacto visual que cumplan con objetivos de comunicar eficientemente un mensaje?

¿Cuáles son los beneficios de aplicar la técnica en el diseño de materiales infantiles?

¿Tiene alguna experiencia de algún proyecto realizado actualmente en papercraft?

¿Cuál fue el proceso?

¿Cuál fue su contexto?

¿Qué oportunidades fueron encontradas en su realización?

¿Cuáles fueron los obstáculos encontrados? ¿Cuál fue la reacción del grupo objetivo?

ANEXO 4.1

ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA: ILUSTRADOR

Experto: Kalle Medrano

Ilustrador, letterer y papercrafter. Ha desarrollado diversos proyectos personales y talleres relacionados con la técnica del papercraft. Ha impartido talleres en relación a la técnica. Impartió un taller en el 2017 en el Festival Vértice Universidad Rafael Landívar.

Se define como perfeccionista en lo que refiere a la elaboración de figuras de papel, tratando de cuidar cada detalle, piezas limpias y cortes perfectos. Se considera una persona autónoma y autodidacta. Se integró en la técnica a partir de una convocatoria en la cual se le exigía algo hecho a mano, menciona que en aquel punto no sabía lo que era el “papercraft”. Sin embargo, encuentra facilidad en su elaboración.

CONCEPTO

El uso del papel ha sido implementado a nivel mundial como una técnica experimental para el diseño. ¿Desde su experiencia como definiría a la técnica del papercraft?

La defino como la pieza que puede encajar en cualquier rompecabezas. El ser una técnica que te permite crear infinidad de formas y reproducirlas a cualquier escala hace del papercraft un opcional viable para ser tomada en cuenta para cualquier proyecto.

¿Cuáles son las ventajas y desventajas del uso de una técnica no convencional como el papercraft en el desarrollo de un proyecto?

Ventajas:

- Impacto visual no convencional (Innovación).

Desventajas:

- El manejo de las piezas puede complicarse por su fragilidad.

- Conlleva un mayor tiempo en el desarrollo de un proyecto.

- Las personas que practican esta técnica son pocas.

- Costos más elevados.

APLICACIÓN

El papel es un material muy versátil con distintas propiedades como su composición, gramaje, textura, grosor aditivos y recubrimientos. ¿Qué tipo de papel recomiendas para desarrollar figuras tridimensionales a partir de la técnica del papercraft? ¿Cuáles son sus características?

Recomiendo utilizar papeles teñidos y que tengan un grosor alto, con estas especificaciones el resultado de la pieza a crear tendrá un mejor acabado y será más resistente.

Le compro papel a mi vecina la mayor parte de las veces... Ella trabaja cosas como scrapbooking y otras manualidades, entonces tiene papel que a mi me sirve por la calidad y acabado (Aparte me da barato).

También compro en librerías Progreso.

Siempre me ha costado definir la paleta de colores que usare, Lo que hago es ir jugando con el papel hasta hallar una combinación que me guste y trato de ir jugando con las texturas también.

La técnica del papercraft ha sido utilizada ampliamente a nivel mundial tanto en el diseño como en el arte. ¿Qué elementos diferenciadores aporta la técnica del papercraft a la comunicación visual actual en Guatemala?

Honestamente no puedo responder a eso ya que no he visto aplicada esta técnica aún. (Si te soy honesto creo que en Guatemala esto aún está dándose a conocer, espero en un futuro muy cercano poder empezar a trabajar en proyectos donde pueda implementar esta técnica, pero un paso a la vez...)

¿Qué oportunidades tiene la aplicación e introducción de esta técnica en el material publicitario en Guatemala?

La creación de nuevos y frescos conceptos.

¿Qué elementos deben ser considerados en la aplicación de esta técnica para generar imágenes de alto impacto visual que cumplan con objetivos de comunicar eficientemente un mensaje?

Te lo pondré así: Para generar ese impacto visual con una pieza de papercraft y que esta cumpla perfectamente con la comunicación del mensaje, como escultor mi elemento base sería conocer perfectamente el concepto para poder aplicar perfectamente la técnica, luego todo lo demás como: producción y post producción lleva casi que el mismo proceso que cuando usamos técnicas.

¿Cuáles son los beneficios de aplicar la técnica en el diseño de materiales infantiles?

Una de las cosas más importantes que debemos de considerar en el concepto del diseño de material para niños es que este pueda captar la atención del individuo. Los niños tienden a ser muy visuales y curiosos, por lo que la implementación de esta técnica puede generar un mayor aprendizaje. Te pongo el ejemplo de un libro de ciencias naturales que contenga algún armable del esqueleto humano y que el niño pueda interactuar con cada pieza que en este caso sería un hueso del cuerpo, la experiencia de aprendizaje sería diferente y mejor que aprender viéndolo en una ilustración plana.

¿Tiene alguna experiencia de algún proyecto realizado actualmente en papercraft?

Si, el proyecto que estamos realizando junto a un diseñador 3D mexicano es la creación de “paper toys”

¿Cuál fue el proceso?

El concepto de los personajes robóticos con esencia de un niños (kiddo) fue creado por el artista 3d mexicano Eduardo López. Luego de ver su trabajo se me ocurrió la idea de darles vida y traerlos a la realidad en una forma artesanal y llamativa... Mi papel como colaborador es el buscar una manera eficiente para la elaboración en papel de estos personajes la cual incluye buscar mecanismos que ayuden a la motricidad de estos mientras Lalo se encarga de la creación de ellos digitalmente.

El proceso fue estudiar la estructura (Formas geométricas que

estos contienen, medidas, colores, motricidad) de los personajes que se producirán en papel, la elección de tipos de papel, colores y otros materiales como imanes que sirven para crear mecanismos en las piezas. Luego de esto la producción (dibujar, cortar y pegar).

¿Cuál fue su contexto?

El contexto era construir una serie de personajes en papel los cuales tuvieran motricidad y pudieran integrárseles ítems asemejándose a un juguete real.

¿Qué oportunidades fueron encontradas en su realización?

Sugestionar a las personas al ver que es posible hacer infinidad de cosas utilizando únicamente papel.

¿Cuáles fueron los obstáculos encontrados? ¿Cuál fue la reacción del grupo objetivo?

Por el momento no ha habido alguna obstáculo, siempre han tenido buena aceptación las cosas que he realizado. Creo que nuestro publico objetivo a reaccionado de buena manera al ver que el papel deja de ser únicamente papel al poder ser tan versátil para la creación de cualquier tipo de proyecto.

ANEXO 5

INSTRUMENTO DE ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA: DISEÑADOR PUBLICITARIO / MARCO TEÓRICO DE DISEÑO

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO SOCIAL

El diseño tiene un papel fundamental en el cambio social y en promoverlo. ¿Cuál es la manera de abordar desde una perspectiva publicitaria proyectos de organizaciones sin fines de lucro?

LA PUBLICIDAD COMO GENERADOR DE EXPERIENCIAS

¿Qué parámetros se deben tomar en cuenta para generar experiencias a partir de la publicidad?

El incentivo en publicidad es muy importante para darle un beneficio extra a lo que se está comunicando y generar recuerdos memorables. ¿Qué aspectos deben tomarse a consideración para generar una pieza promocional exitosa que cumpla la función anterior?

TÉCNICAS DEL DISEÑO GRÁFICO APLICADAS A LA PUBLICIDAD

La ilustración ha estado ligada a la publicidad desde los primeros tiempos, considerando que la imagen siempre ha sido un elemento comunicador fundamental. ¿Cuáles son los

aspectos principales a considerar para generar una propuesta visual, por medio de la ilustración, que cumpla con el propósito de comunicar exitosamente?

¿Cuáles son las oportunidades del uso de técnicas análogas en la publicidad que permitan generar resultados visuales no convencionales?

AFICHES

En balance de la imagen y la palabra es muy importante en el desarrollo de afiches publicitarios. ¿Cuáles son los aspectos a considerar para el desarrollo de un afiche que cumpla con su función comunicativa dirigido a un segmento conformado por niños?

RETÓRICA EN LA PUBLICIDAD

¿Cuál es la importancia del uso de la retórica o lenguaje figurado en la comunicación visual actual?

EL COPY EN LA PUBLICIDAD

Algún tip para generar copys publicitarios dirigidos a niños: ¿Cuál es el éxito de un buen copy?

VIDEOS

Las técnicas audiovisuales han tomado auge en la publicidad, como lo es el Motion Graphics o grafismo en movimiento. De acuerdo a su experiencia, ¿qué elementos deben tomarse a consideración en la estructuración de un video de carácter infantil por medio de esta técnica?

ANEXO 5.1

ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA: DISEÑADOR PUBLICITARIO

Experto: Licdo. Ludwin Mancilla

Empezó en la publicidad en la agencia 4 a.m Satchi llevando marcas como Gatorade, Shell, Tigo guatemala parte de Spectrum y Licorera Centroamericana. Trabajó en BBDO Guatemala, llevando a marcas como Cementos Progreso, Quacker, Licorera Centroamericana nuevamente, Pollo Campero y Frito Lay. Actualmente trabaja en una agencia In House de Tigo llevando la parte de diseño digital.

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO SOCIAL

El diseño tiene un papel fundamental en el cambio social y en promoverlo. ¿Cuál es la manera de abordar desde una perspectiva publicitaria proyectos de organizaciones sin fines de lucro?

Para mi la forma es contando la problemática que se va a tratar, deben ser imágenes bastante fuertes. Una campaña que me pareció interesante era Únete de Tigo con Banco G&T Continental y Grapette, eran fotos crudas y fuertes. Diciendo hey, hay niños muriendo de cáncer y tu puedes ayudarlos a vivir. Una problemática social se aborda no suavizándola sino diciéndola bastante cruda, hay un problema y necesitamos solucionarlo.

LA PUBLICIDAD COMO GENERADOR DE EXPERIENCIAS

¿Qué parámetros se deben tomar en cuenta para generar experiencias a partir de la publicidad?

Podríamos hablar en este caso de la campaña BTL digital de PokeFest de Tigo, de hecho se ganó un Effie y gran Effie de oro. Generar experiencias es invaluable para el usuario porque es lo que hace que se recuerde a las marcas, las marcas como tal, uno puede cambiar de línea o de restaurante pero las experiencias son las que mantienen al consumidor apegado a la marca. Creo que para ser una experiencia es hacer algo con calidad, algo que supere a la competencia. Recuerdo perfectamente cuando sale PokeFest, Claro sale con otro evento, Movistar también. El diferenciador era la calidad del evento. Claro era en un pedacito de zona cuatro, Pradera y Tigo dijo, no hagamoslo en Cayalá y toda la Reforma. La experiencia y poder ofrecer algo nuevo, que la gente diga “wow”, la gente al final se fue fascinada del evento con una sonrisa y buenos recuerdos.

El incentivo en publicidad es muy importante para darle un beneficio extra a lo que se está comunicando y generar recuerdos memorables. ¿Qué aspectos deben tomarse a consideración para generar una pieza promocional exitosa que cumpla la función anterior?

Es importante el “crafting” ese amor con que se hace. Por ejemplo te hablo de experiencias, en Quetzalteca en la campaña en donde participaron artistas la gente dijo “ala pueden regalarnos los mupis”, las piezas las hizo un artista que se llama Chang. Varias marcas han incursionado en el arte haciendo murales y piezas diferentes. En la campaña de Quetzateca al fina se vendieron los

mupis a 25 centavos, la gente quería tener a Quetzalteca en sus casas, era un arte ilustrado, una pintura hecha mupi. Para que el consumidor valore la pieza debe ver el amor con el que se hizo. Que sepan que eso no lo hicieron en un día, llevó un proceso y trabajo. Eso se admira mucho en el caso de los murales, que la gente diga “chucha, que bonito”

En pokefest los que más disfrutaron fueron niños porque se les incluyo los papás prestaban sus teléfonos para que ellos jugarán combinar un paseo familiar y jugar, creo que sí alegras a los niños casi seguro que también a los padres, esto va aplicable para cualquier profesional.

TÉCNICAS DEL DISEÑO GRÁFICO APLICADAS A LA PUBLICIDAD

La ilustración ha estado ligada a la publicidad desde los primeros tiempos, considerando que la imagen siempre ha sido un elemento comunicador fundamental. ¿Cuáles son los aspectos principales a considerar para generar una propuesta visual, por medio de la ilustración, que cumpla con el propósito de comunicar exitosamente?

Hay varios factores a tomar en cuenta, uno como diseñador y eso lo escuché de un fotógrafo, el mundo es complejo y nosotros como diseñadores debemos simplificar para que la gente comprenda de la mejor manera. Uno puede diseñar una pieza pero depende mucho del cliente aprobar. Yo he visto campañas hermosas en agencia pero cuando pasan por el cliente se deforman. Aunque el diseñador pueda hacer algo muy hermoso muy creativo también depende del cliente que lo permita. Por ejemplo, campañas de

García Robles, son bastante creativas, bastante picosas y es porque el cliente se los ha permitido. Hay otras empresas con campañas genéricas porque quizá los clientes tienen miedo a tomar los nuevos caminos. Regresando a tu pregunta, es importante plantearse el grupo objetivo, si es para niños algo caricaturesco, más amigable si es para adulto puedo ser más liberal y poco más artístico y que la marca permita hacer. Quetzalteca era más caótico en relación a Ron Zacapa que en su momento se hizo una ilustración era bastante más sobria y solo unos detalles de ilustración sobre la botella y Quetzalteca era todo un mural. Hay que conocer el grupo objetivo y que es lo que permite la marca

¿Cuáles son las oportunidades del uso de técnicas análogas en la publicidad que permitan generar resultados visuales no convencionales?

Sprite, Quetzalteca, Barista ha hecho murales. Se ha visto bastante, hay una tendencia a hacer más arte aunque la bajada sea digital porque así se comunica en otros medios. La ventaja de este tipo de piezas es que pueden verse o ir a sentarse y tomarse una foto. Pensar que un artista estuvo un par de días, horas mantándose bajo el sol para hacer esta pieza. La oportunidad es el alcance, ver algo impreso no tiene tanto valor para ellos que ver algo a mano. Cuando tu miras algo hecho a mano tu decís “wow”, es más impactante y memorable. Un premio de Cannes consistió en una valla publicitaria donde el artista se fue a vivir a la valla y en días, una semana estuvo recibiendo tweets e iba dibujando en la valla todos los tweets que le enviaban, dibujos, ilustraciones en

la manta vinílica. Me parece genial porque eso aporta porque es diferente y lo comparte en las redes. Es más difícil que alguien comparta mupi que el arte. Tu no miras que alguien publique “aquí en el mupi”, pero con un mural, un stand decorado, un background para fotos. Yo diría que el beneficio de los medios análogos es que la gente los aprecia más y los comparte más.

AFICHES

En balance de la imagen y la palabra es muy importante en el desarrollo de afiches publicitarios. ¿Cuáles son los aspectos a considerar para el desarrollo de un afiche que cumpla con su función comunicativa dirigido a un segmento conformado por niños?

Aquí entra el factor marca, un aspecto a cuidar con los niños es que rara vez se les habla a ellos. Tu le hablas al papá quien ve el factor económico. El niños puede decir “ay que bonito” pero es el papá quien decide al final si se compra o no. A los niños hay que abordarlos con un lenguaje simple sin tanta complicación, algo que les llame bastante la atención, que los pueda enganchar. Y siempre buscando en la publicidad algo que enganche, colores, algo fácil de entender. Creo que eso es bastante útil de hablarle a los niños y tener el cuidado con eso de las marcas. ¿Tú sabías porque en Frito Lay no se puede usar a niños? Porque se usa en frituras y se relaciona con la obesidad infantil. Deben ser jóvenes de 16 años en adelante.

En cuanto al proceso creativo para materiales dirigidos a niños, recomendaría o entrevistarlos para saber un poco de su opinión de lo que quiere ver, de su forma de ver el mundo para luego tratar de plasmarlo en la gráfico o campaña, hacer un pequeño test con niños antes de salir a la luz para que puedan darnos sus comentarios para mejorar o aclarar algo, entender que es un

público diferente y que el diseño debe ser una herramienta para simplificar un mundo complejo.

Puede pensarse incluso, dependiendo de los lugares donde se realice la ejecución, en diferentes formatos pero darle movimiento o permitir a los niños interactuar sería genial porque hay mucho estudios que prueban que para los niños aprender es mejor mediante el juego y el descubrimiento.

RETÓRICA EN LA PUBLICIDAD

¿Cuál es la importancia del uso de la retórica o lenguaje figurado en la comunicación visual actual?

No funciona mucho en Guatemala. En la agencia 4a.m satchi se iba a trabajar la campaña del lanzamiento de Netflix para Tigo. La campaña eran ojeras y la ojera decía Netflix, era muy conceptual, vas a desvelarte viendo Netflix, vas a pasar tu vida viendo Netflix, al final la campaña resultó siendo un ofertero, una campaña normal. No siempre les puedes hablar de esa manera, muchas veces se dice es que ¿por qué no se hace publicidad como en Europa? es que el target es diferente. Un europeo tal vez vea la publicidad y trate de entenderla. En cambio acá no es tan fácil. Si no decís rápido lo que querés decir lo perdiste ya nunca jamás vas hablar con el usuario posiblemente.

EL COPY EN LA PUBLICIDAD

***Algún tip para generar copys publicitarios dirigidos a niños:
¿Cuál es el éxito de un buen copy?***

Ser claro. Ser conciso, explicar bien. El usuario necesita tener toda la información, todos los datos, se el precio, las características, sé lo que voy adquirir. Si es un copy para buscar una compra, hay que ser lo más específico posible, la gente quiere saber que va obtener, que incluye. Por ejemplo como usuario detesto algo que no entiendo, “miré pero esto incluye esto, ah que no me lo había explicado en el copy” o muchas veces pasa con las promociones. “Si mire es que yo vi que allí decía desde Q.499” -Sí pero mire es en un plan de tanto y tanto... “ah entonces no”. ¿Porqué no decirle al usuario eso desde el inicio? Se ahorra el tiempo el usuario y los malos entendidos. La segunda parte de un buen copy si la intención es entretener, hablar en un lenguaje en el que la gente diga que es como si la marca y yo nos conociéramos. Las marcas que son capaces de hablarte como si fueran amigos de la infancia son las más geniales. Por darte un ejemplo Playstation, te habla de una manera en la que son amigos, Netflix. Te sentís identificado, lo querés compartir en redes sociales. Al final del día lo que más importa son los shares.

Si fuera aplicado a un niño volvería a la simplicidad. Con palabras no rebuscadas del diccionario, que puedan entender podrías usar solo algo como, depende la marca. Algo como: “Divertirme es la mejor parte de estar conectado”, o “Conectado me divierto más”, “Descubro más al estar conectado”. Cosas simples no le hablaría como: “Conéctate a la mejor red de velocidad 4glte Tigo” A ellos

no les interesa que es 4g, a ellos les interesa la experiencia que van a vivir al estar conectados. “Vive los mejores episodios de Pepa Pig, conectado” algo así.

VIDEOS

Las técnicas audiovisuales han tomado auge en la publicidad, como lo es el Motion Graphics o grafismo en movimiento. De acuerdo a su experiencia, ¿qué elementos deben tomarse a consideración en la estructuración de un video de carácter infantil por medio de esta técnica?

No funcionaría. Los motion graphics funcionan más para un visual. Si aboradas a un niño lo aboradas mejor con algo 3d como caricatura o animación 2d, ese es el gancho de ellos. El motion graphics es muy abstracto.

ANEXO 6

INSTRUMENTO GUÍA DE OBSERVACIÓN / OBJETOS DE ESTUDIO

1. Elementos gráficos:

2. Color:

Semiótica:

Función:

Expresión:

3. Formato: Vertical, impreso y digital

Función:

Expresión:

4. Piezas:

Función:

Expresión:

5. Tipografía:

Función:

Expresión:

6. Ejes y retícula:

Tipo:

Función:

Expresión:

7. Diseño de cartel publicitario

Discurso y mensaje:

Uso de retórica:

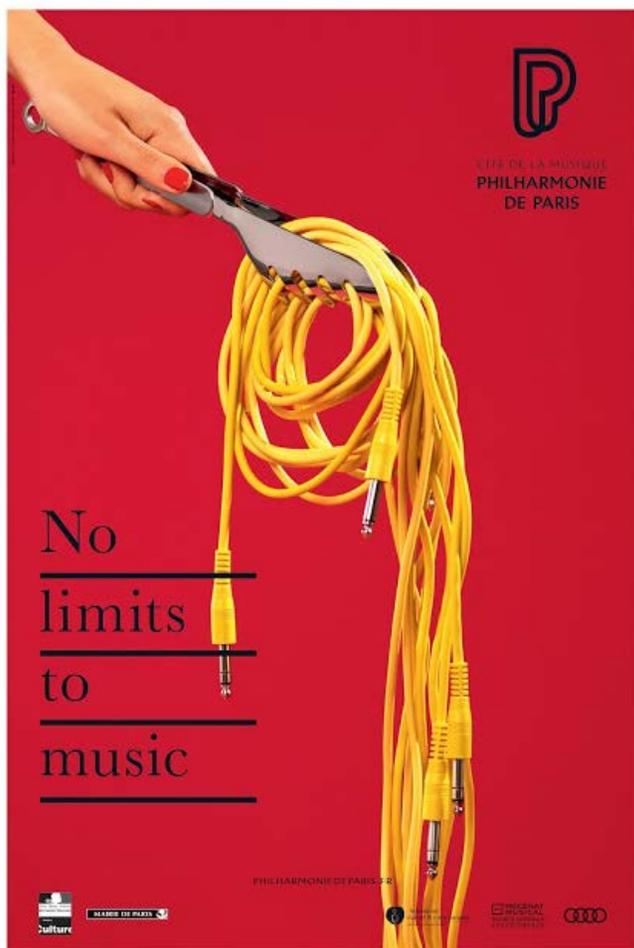
Uso del copy publicitario:

Ilustración:

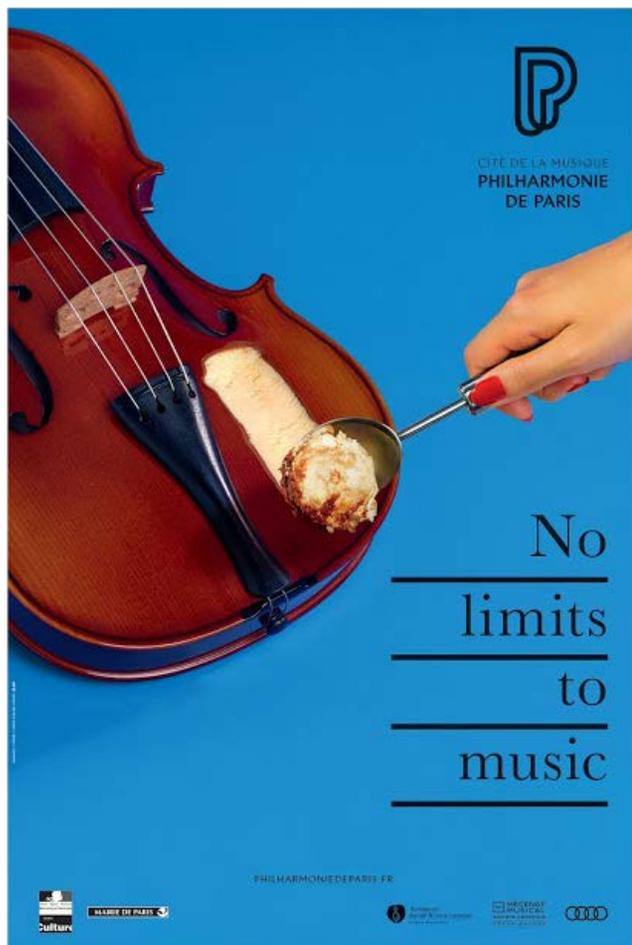
Técnica:

ANEXO 6.1

ANÁLISIS GRÁFICO / OBJETOS DE ESTUDIO



PÁGINAS 368- 369 Fuente: CBNews (2017). La música sin límites. Extraído el 9 de febrero de 2028 de <http://www.cbnews.fr/hit-parade/la-musique-sans-limites--a1037902>



FILARMÓNICA DE PARÍS / BETC STUDIO

Elementos gráficos:

Color:

Semiótica: Costa (2013), menciona que el color puede ser clasificado según su semiótica. Los afiches generados poseen colores primarios con un alto grado de saturación, podría encajarse bajo la clasificación de colores esquemáticos el cual según el autor es aplicado a carteles vistos a larga distancia. La campaña fue colocada en el metrobús por lo que es una zona de gran concentración de personas y de rápida locomoción. El rojo utilizado en uno de ellos connota energía y vitalidad lo que se vincula con la temática de glotonería por la música que manejó la campaña.

Connotación: Vitalidad, digestivo, comestible

Función: Persuasiva. Al ser colores muy llamativos y saturados logran cumplir con esa función.

Expresión: Dinámica vibrante.

Formato: Vertical, impreso y digital. Afiches impresos a ser colocados en el metrobús, sin embargo, según la agencia adaptó el formato a gifs.

Función: Legibilidad, ergonomía.

Expresión: Funcionalidad.

Piezas: Afiches

Piezas: Afiches

Función: Informar, persuadir. Como todo afiche publicitario cuya función es llamar la atención a primera vista. Las piezas cumplen con esa función al poseer una imagen inusual.

Expresión: Interactividad por medio de su versión en gif. Esto convierte en la propuesta algo más interactivo y el uso de retórica se hace más evidente.

Tipografía: Uso de tipografía serif para el titular de gran tamaño. Según Riquelme (2009), se recomienda que los titulares sean visibles a 1.50 metros. Los carteles cumplen por su tamaño esta especificación. Además el balance imagen y texto se encuentra equilibrado. El autor refiere que la clave del cartel es el balance entre imagen y palabra. En este caso la imagen y el copy guardan un buen balance.

El manejo del color de la tipografía al ser negro guarda la legibilidad ideal siendo el color negro uno de los más visibles sobre cualquier soporte de acuerdo a Dupont (2004).

Función: Comunicativa, dar a conocer de que se trata el evento.

Expresión: Rígida, directa y balanceada.

Ejes y retícula: Presencia de ejes verticales que estructuran el contenido.

Tipo según autores: De acuerdo a Timothy (2002), se hace presente una estructura de retícula columnar, la cual permite estructurar el contenido y generar intervalos verticales que permiten disponer del espacio y los elementos. Se evidencian tres columnas.

Función: Estructural, generar jerarquías y puntos focales.

Expresión: Esquemática y organizativa.

Diseño de cartel publicitario

Discurso y mensaje: Añaños (2008), puntualiza en la importancia del mensaje publicitario para generar impacto en la percepción. A través de una gráfica llamativa la imagen generada da lugar a signos que deben ser decodificados e interpretados por el receptor. El manejo de la fotografía y signos visuales presentes en los carteles dan lugar a una imagen no convencional y genera connotaciones mediante la relación forzada de la música y la comida. El balance de imagen y discurso publicitario es el ideal puesto que ningún elemento pesa más que otro y la gráfica habla por si sola en conjunto.

Uso de retórica: Macquarrie (1996), refiere que es por medio de esta que el receptor. En este caso es evidente el manejo de un lenguaje figurativo a nivel gráfico pero explícito a nivel textual lo que da lugar a su comprensión inmediata. Dando lugar a la memorabilidad. Se evidencia la existencia de relaciones forzadas en la elaboración de la imagen. La comida y la música pareciera no tener vínculo alguno sin embargo a través del manejo del concepto se logró generar una propuesta interesante.

Uso del copy publicitario: León (2015), recomienda que es importante en un copy centrarse en un tema, utilizar palabras cortas y procurar la memorabilidad. El copy de “No limits to music” es una frase corta, fácil de recordar que apoya de igual forma a la gráfica. De igual forma hace uso de una buena tipografía y la composición favorece a su legibilidad.

Ilustración: Dupont (2004), menciona que la ilustración tiene la

función de enfatizar, llamar la atención y comunicar eficientemente. Las piezas realizadas llaman la atención mediante el manejo y tratamiento de imagen a partir de una gráfica no convencional y manejo de retórica. Por otro lado Menza (2016), menciona que la ilustración tiene como prioridad la representación de texto, el lenguaje visual es importante. En este caso el manejo de retórica apoya al concepto y la imagen habla por si sola. Lo anterior concuerda con Burtenshaw (2011), quien recalca la importancia de la habilidad de comunicar de manera simple.

Técnica: Análoga digital uso de elementos que surgen a partir de una relación forzada entre la comida y la música. Presencia de elementos cotidianos con los que el grupo objetivo puede conectar como menciona Gildersleeve (2014), quien enfatiza en la importancia de esa conexión en una era digital donde predominan las piezas de éste carácter.

PRIMAVERA DE PÉROUGES 2017 / GRAPHEINE STUDIO

Las piezas fueron analizadas según la guía de observación (Anexo 6.2).

Elementos gráficos:

Color:

Semiótica: De acuerdo a Costa (2003), existe una clasificación del color a través de su semántica. Los colores fantasiosos son imaginarios y arbitrarios. Por medio de una paleta de color saturada y vivaz se representa el concepto establecido por la agencia y el sentido al estilo: “mexican rock’n girly.”

Connotación: Vida, fiesta, diversión

Función: Llamar la atención, persuadir

Expresión: Dinámica

Formato: Vertical, impreso y digital. Afiches y adaptación de imagen a revistas impresas. Manejo de piezas audiovisuales y stop motion.

Función: Informar.

Expresión: Dinámica.

Piezas: Afiche

Función: Informar sobre el evento y persuadir

Expresión: Llamativa y dinámica

Agenda de concierto

Función: Informar sobre horarios y contenido

Expresión: Llamativa y estructurada

Tipografía: Posee una tipografía sans serif de un buen tamaño en el afiche. El autor Riquelme (2009), menciona que los titulares deben lograr leerse a larga distancia. La disposición tipográfica cumple con esta función.

El color de la tipografía sobre un soporte de un color contrastante favorece a su legibilidad. Llama la atención aunque podría tener mayor peso visual que el elemento ilustrativo o el mismo peso. Visualmente existe un balance entre ambos. Si se cambiara el color de la tipografía podría perder peso.

Función: Comunicar evento

Expresión: Dinámica, juego de ejes

Ejes y retícula: Presencia de ejes verticales, se evidencia el punto focal al centro del cartel, siendo este el elemento ilustrativo, la calavera. Presencia de información a modo de ejes verticales y horizontales dispuestos en el espacio gráfico del cartel lo que permite encontrar puntos de interés.

Tipo según autores: De acuerdo a Timothy (2002), el material impreso presenta una estructura columnar de 2 columnas. Permite estructurar el contenido en un espacio vertical. En el caso del afiche se evidencia bloques jerárquicos de información, el titular, ilustración y otro segmento para datos puntuales del evento como el día y la hora.

Función: Estructural.

Expresión: Dinámica, jerárquica.

Diseño de cartel publicitario

Discurso y mensaje: Riquelme (2009), menciona la importancia del balance de la palabra e imagen. Existe un buen balance entre estos dos elementos. La tipografía debido a su color y contraste sobre el fondo posee un peso visual alto. Alet (2007), cita a Ogilvy (1983), quien recomienda el uso de frases cortas. Al ser un festival consecutivo que se ha desarrollado anteriormente el usuario conoce el contexto y la modalidad del evento. La imagen ilustrativa habla más que el texto, el cual únicamente posee el nombre del evento. Añaños (2008), refiere que es importante desarrollar signos visuales y lingüísticos. Esto se evidencia en el titular siendo un evento de trayectoria que es reconocido.

Uso de retórica: Galluci (s.f), refiere a Durand (s.f), quien menciona que la función de esta es disfrazar lo conocido. Por medio de una imagen conceptual basado en las raíces mexicanas se da lugar a una gráfica que activa mecanismos de memoria que logra la persuasión. A través de una imagen y técnica no convencional se logra llamar la atención y generar impacto. Se relaciona la imagen con un contexto mexicano. Uso de símbolos y múltiples formas son de ayuda para contextualizar en el ambiente mexicano.

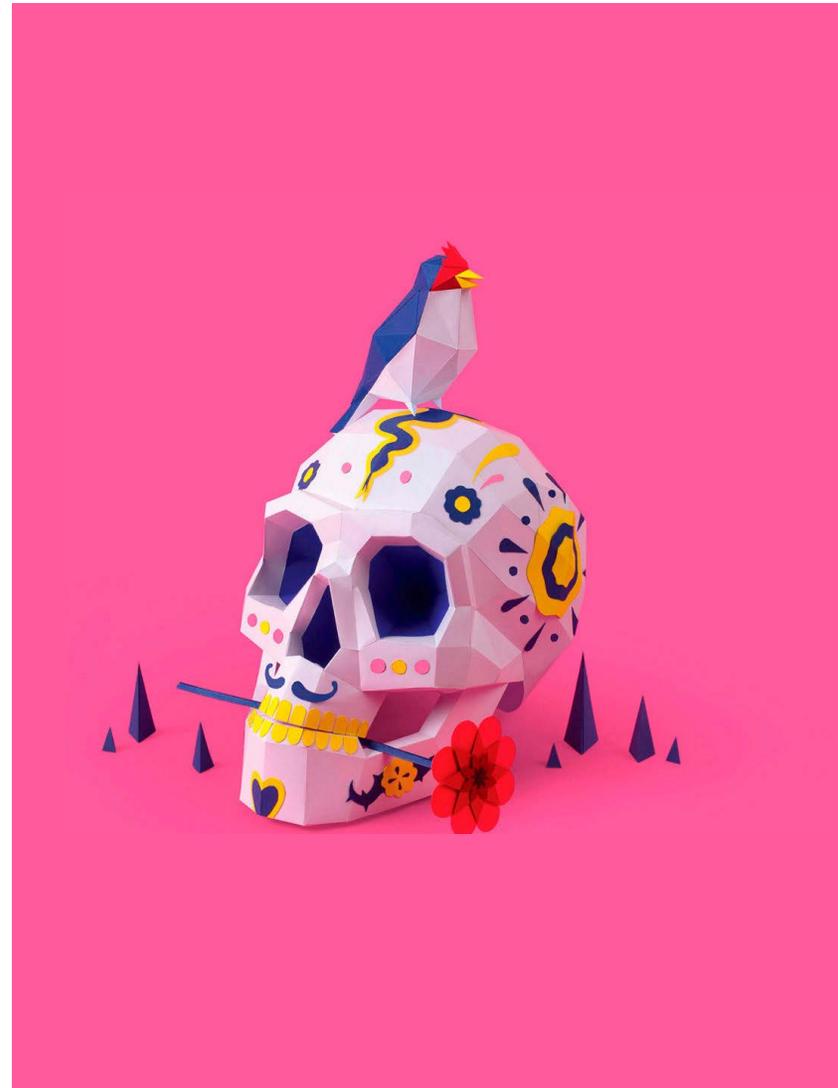
Uso del copy publicitario: Carece de un copy, se basa en el valor de la memorabilidad del evento que se ha repetido consecutivamente a lo largo de los años.

Ilustración: Dupont (2004), indica que en caso de imágenes no

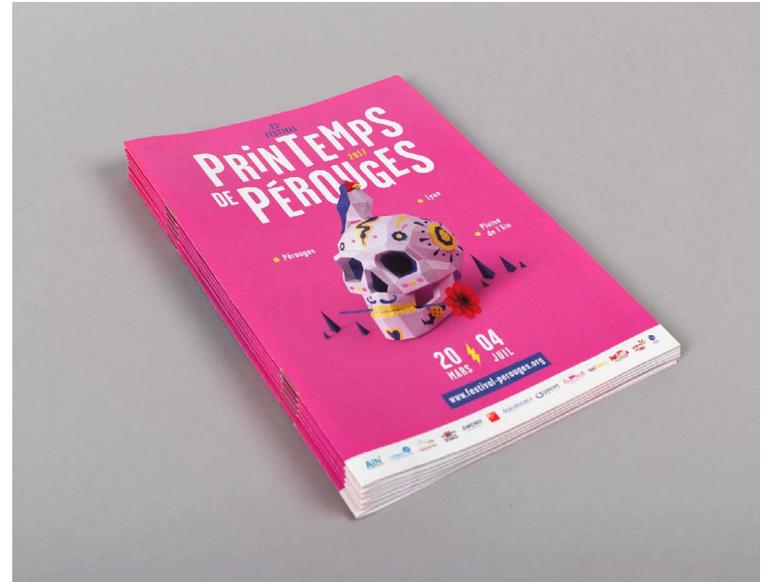
realistas, estas deben tener la capacidad de llamar la atención. La gráfica generada para el evento es no tradicional busca además transmitir un mensaje mediante un estilo específico.

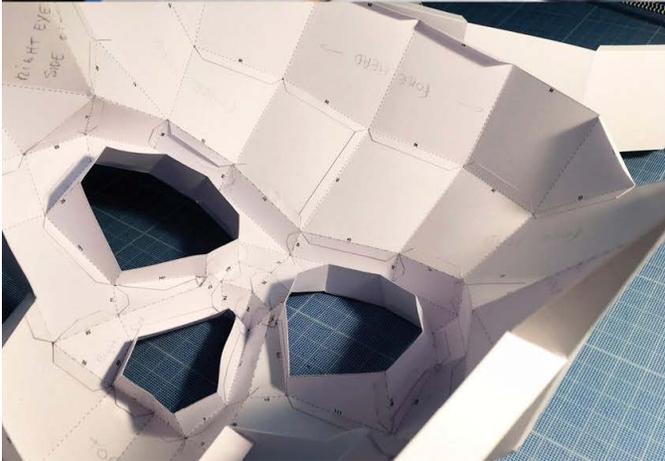
Técnica: Análoga digital. De acuerdo a Dickson (2008), la técnica consiste en papercraft donde se ha transformado el papel en un objeto tridimensional. Se aplicaron elementos con un colorido que corresponde a la temática seleccionada, la cultura mexicana.

El manejo de módulos simples son de ayuda para generar una gráfica compleja en base a formas básicas. A través del papercraft es posible darle tridimensionalidad a los elementos mediante formas simples fáciles de manejar. El cráneo constituye la parte compleja del cartel. Al ser un troquel complejo con múltiples dobleces.



PÁGINAS 373 - 375 Fuente: Grapheine (2017) **Printemps de Péruges 2017** Extraído el 9 de febrero de <https://www.grapheine.com/portfolio/printemps-de-perouges-2017>





ANEXO 7

INSTRUMENTO DE ENTREVISTA / GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

FASE I / OBSERVACIÓN DE MATERIAL DE ANTECEDENTE / PREGUNTAS DIRECTAS

**APLICADA A PADRES DE FAMILIA, DIRECTIVOS Y
DOCENTES DE NIVEL SOCIOECONÓMICO MEDIO Y
MEDIO ALTO.**

1. Reacciones ante el material impreso:

- Lee el material
- Comenta sobre el contenido y se encuentra interesado
- Observa el material pero no tiene ninguna reacción

*¿Sí el material cambiara por un material audiovisual le
llamaría más la atención?*

Observaciones adicionales:

PREGUNTAS ADICIONALES

*¿El material de la organización lo invita a querer participar en el
proyecto?*

*¿Considera que la temporada de conciertos didácticos de SOG es
de beneficio en el desarrollo académico de sus hijos / alumnos?*

*De apoyar eventos de este tipo que fomentan la formación
musical, ¿Qué oportunidades en cuanto al aprendizaje,
encuentra para sus hijos / alumnos?*

*¿Los elementos extras de apoyo al texto como color, letra, íconos
e imágenes favorecen a su comprensión?*

FASE II / ENTREVISTA PREGUNTAS DIRECTAS

APLICADA A PADRES DE FAMILIA, DIRECTIVOS Y DOCENTES DE NIVEL SOCIOECONÓMICO MEDIO Y MEDIO ALTO.

¿Tenía conocimiento del Sistema de Orquestas de Guatemala?

¿Tiene interés en la participación de sus hijos / alumnos en la temporada de conciertos didácticos de SOG? Explique su respuesta

En el caso de que la organización se traslade a los colegios. ¿Le interesaría participar?

¿Qué competencias le interesa que sean desarrolladas en la formación académica de sus hijos / alumnos?

¿Qué recuerdo le evoca la música?

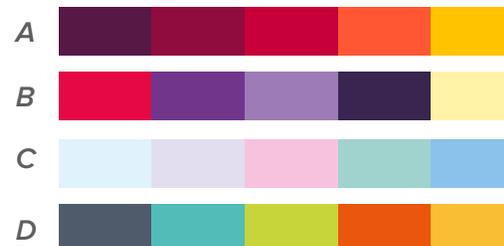
¿Qué tipo de música escucha?

¿Practica algún instrumento? si la respuesta es no, ¿Le gustaría practicar alguno?

¿Considera importante fomentar la apreciación musical y valoración del arte en sus hijos / alumnos? ¿Por qué?

¿Qué tan importante es fomentar el apoyo a proyectos sociales?
¿Por qué?

Se mostraran tarjetas con paletas de colores estas se le pedirá elegir cual asocia con la música y por qué



Se presentaran en tarjetas ciertas imágenes y se le pedirá elegir cual asocia más con la música.



Fuente: Carlos Arrojo (2013). Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.behance.net/carlosarrojo>



Fuente: Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.pinterest.com/pin/359865826445682080/>



PERFIL DEMOGRÁFICO

EDAD:

GÉNERO

ZONA:

MUNICIPIO:

CASA:

En la opción de servicios y equipo, puedes ser más de una respuesta.

NIVELES CUARTOS

- | | |
|-------------------------|---------------------------|
| <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 1-2 |
| <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3-4 |
| <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4-5 |
| <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5-6 |

SERVICIOS

- Agua
- Luz
- Teléfono
- Cable
- Internet
- Empleada Doméstica

EQUIPO / CUANTOS/AS

- Laptop _____
- Computadora de escritorio _____
- Televisor _____
- Lavadora _____
- Microondas _____
- Estufa eléctrica _____
- Estufa de gas _____

TRANSPORTE

- Vehículo propio
- Moto
- Taxi
- Transporte público
- Otro: _____

ANEXO 7.1

ANÁLISIS DE RESULTADOS

ENTREVISTA /

GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

FASE I / OBSERVACIÓN DE MATERIAL DE ANTECEDENTE / PREGUNTAS DIRECTAS

DIRECTIVOS Y DOCENTES

Se entrevistó a tres directivos y docentes entre ellos:

Licda. Silvia Lorena Estrada / Experiencia en educación escolar nivel preprimario y primario. Ha desempeñado como Directora.

Licda. Olga Vanessa Estrada / Experiencia en educación nivel preprimario y primario además posee experiencia en el área administrativa.

Licdo. Gustavo Sánchez Zepeda / Fundador de la Escuela de Padres Colegio Belga. Estudios en Economía, Licenciatura en letras y Filosofía, Posgrado en docencia universitaria y educación a distancia. Docente actual del curso Fenomenología del Arte en la Escuela Superior de Arte.

1. Reacciones ante el material impreso:

- Lee el material
- Comenta sobre el contenido y se encuentra interesado
- Observa el material pero no tiene ninguna reacción

Los profesionales comentaron que el material era demasiado extenso. Sin embargo todos presentaron interés ante la información tan extensa presente en el material pdf brindado por la organización.

¿Si el material cambiara por un material audiovisual le llamaría más la atención?

Silvia Estrada indicó que el material podría ser más breve, se le dió la alternativa de que este fuera un video y comento lo siguiente:

“un material audiovisual es más práctico, pueden verlo las personas adultas y los niños además es más dinámico.”

Gustavo Sánchez comentó en relación a lo anterior lo siguiente: “recibes tanta información que cuando el video dura más de 20 segundos decimos, lo veo en la noche y aveces ya no se vuelve a ver. Tiene que ser muy corto. Soy muy visual en cuanto a la lectura un documento escrito, breve funcionaría, una página-2 máximo.”

Olga Estrada indicó: “un video es mejor pero debe ser breve”

Comentarios adicionales:

Los profesionales comentaron que no conocían a la organización. También hicieron alusión a la cantidad extensa del material. Indicaron que es un material que hay que leerlo detenidamente. Por otro lado Gustavo Sánchez mencionó que no hace falta en profundizar en todos los temas para invitar o incentivar a un concierto.

PREGUNTAS ADICIONALES

¿El material de la organización lo invita a querer participar en el proyecto?

La totalidad de los profesionales mencionaron que al ver el material a simple vista, no le invita a querer participar. Recalaron que es un proyecto interesante pero la forma de plantearlo no es la adecuada.

Gustavo Sánchez “Encuentro que hay mucha información, me invitaría si este fuera más llamativo y menos extenso para poder leerlo detenidamente”.

¿Considera que la temporada de conciertos didácticos de SOG es de beneficio en el desarrollo académico de sus hijos / alumnos?

Los profesionales mencionaron que la música trae consigo beneficios en el desarrollo. Olga Estrada recalca: “Todo lo que esta relacionado con música se encuentra ligado a la estimulación de los niños, toda persona que se involucra en la música tiene beneficios, dentro de cualquier edad especialmente en el desarrollo. “

Gustavo Sánchez mencionó que es importante la existencia de programas que fomenten la música. “Sin embargo este programa invita a escuchar, el enfoque de didáctico no se evidencia, los núcleos de aprendizaje ya están dados”.

De apoyar eventos de este tipo que fomentan la formación musical, ¿Qué oportunidades en cuanto al aprendizaje, encuentra para sus hijos / alumnos?

Los profesionales indican que la música se vincula directamente con el aprendizaje especialmente la estimulación a través del sonido.

Silvia Estrada recalcó: “que uno de los principales estímulos es el auditivo, el escuchar música constantemente fomentará el aprendizaje continuo”

¿Los elementos extras de apoyo al texto como color, letra, íconos e imágenes favorecen a su comprensión?

Silvia Estrada comentó “lo que hubiera sido funcional es colocar el material a full color y no en amarillo y negro. El amarillo a pesar de llamar la atención se pierde con el fondo y dificulta la lectura”

Olga Estrada consideró que es demasiado cargado y repetitivo.

Gustavo Sánchez indicó que: “Si aportan al contenido, sin embargo la información escrita es demasiada, objetivos metodologías. Es importante para quien se mete en el proyecto pero como padre de familia que soy que lo están invitando a un concierto”

FASE II / ENTREVISTA PREGUNTAS DIRECTAS

APLICADA DIRECTIVOS Y DOCENTES DE NIVEL SOCIOECONÓMICO MEDIO Y MEDIO ALTO.

¿Tenía conocimiento del Sistema de Orquestas de Guatemala?

Dos profesionales no tenían conocimiento de SOG, Silvia Estrada mencionó que ya conocía la orquesta.

¿Tiene interés en la participación de sus hijos / alumnos en la temporada de conciertos didácticos de SOG? Explique su respuesta

Los profesionales mencionaron que sí le interesaría.

Silvia Estrada indicó que sí le interesa la participación de los alumnos sin embargo bienestar social posee normativas muy estrictas para poder trasladar a los niños.

En el caso de que la organización se traslade a los colegios. ¿Le interesaría participar?

Se mencionó que sí, debido a que esto contra restar los riesgos posibles de trasladar a los niños a otro lugar. Además se daría la oportunidad de la apertura de un espacio de aprendizaje, según Silvia Estrada.

Gustavo Sánchez indicó que : “es importante si considerar que el

valor de la entrada es un donativo pero que el que se trasladen al colegio representa un costo”

¿Qué competencias le interesa que sean desarrolladas en la formación académica de sus hijos / alumnos?

Debe estudiarse a más profundidad el proyecto para poder identificar cuáles son esas competencias a desarrollar, según Silvia Estrada.

Las destrezas, saber escuchar, seguimiento de instrucciones, lectura, identificar sonidos pueden desarrollarse mediante la música indicó Olga Estrada.

¿Qué recuerdo le evoca la música?

Mencionaron que la música es parte fundamental de su día a día.

Se mencionó que que la música les recuerda a la infancia, juventud y adolescencia. Eventos y la familia.

Gustavo Sánchez indicó: “A mi la música me encanta, constantemente estoy escuchando nuevos ritmos y aprendiendo nuevas tonalidades o regreso a las antiguas”.

Silvia Estrada indicó que “la música me recuerda muchas cosas, la época del colegio y mi maestra Doña Yoli Paniagua, para ella el piano era muy importante.

¿Qué tipo de música escucha?

Les gusta todo tipo de música desde instrumentales, jazz, salsa, moderna como la electrónica, música clásica y ópera. Gustavo Sanchez recalcó que “es importante conocer las obras y saber

las historias, por ritmo no me gusta la salsa pero si la letra tiene sentido si me interesa”

¿Practica algún instrumento? si la respuesta es no, ¿Le gustaría practicar alguno?

Ninguno de los profesionales práctica actualmente un instrumento Olga Estrada comentó que solía tocar marimba cuando era más joven. Todos indicaron que les gustaría practicar alguno entre ellos la guitarra o el piano.

¿Considera importante fomentar la apreciación musical y valoración del arte en sus hijos / alumnos? ¿Por qué?

Los profesionales consideran que es sumamente importante la apreciación musical que también es un medio para el fomento de la cultura y crecimiento personal.

“La tendencia actual es a crear técnicos o sea no importa por qué se ha formado una ciencia, importa que la ciencia sea práctica” Los jóvenes son tecnócratas, en las artes el problema es que no produce económicamente y se le ha dado importancia a otros ámbitos, hay que proporcionar espacios para el talento”. Gustavo Sánchez

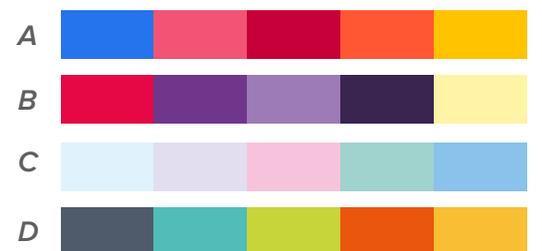
¿Qué tan importante es fomentar el apoyo a proyectos sociales? ¿Por qué?

Silvia Estrada recalca que “el fomentar el apoyo a proyectos va

encaminado a convencer a los padres de familia. Los niños no son capaces muchas veces de comprender esto sino se basan en el sentimiento de empatía.”

Es importante, recientemente ha cambiado el pensum en cuanto al tiempo que se le dedica a la formación artística ampliando los tiempos de las clases teórico-prácticas. Estas organizaciones tienen una relevancia mayor, ya que son espacios en los que los jóvenes encontrarán vocaciones y sensibilidades. Gustavo Sánchez.

Se mostraran tarjetas con paletas de color des estas se le pedirá elegir cual asocia con la música y por qué



Las paletas de color seleccionados fueron a A, B y C recalcando que el tipo de música evoca diferentes sensaciones. Unas más estridentes y otras más serenas. Se mencionó que la paleta de color C se asocia con la música instrumental.

Se presentaran en tarjetas ciertas imagenes y se le pedira elegir cual asocia más con la música.

A
||



Fuente: Carlos Arrojo (2013). Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.behance.net/carlosarrojo>

B



Fuente: Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.pinterest.com/pin/359865826445682080/>

C
|



Fuente: Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://hiveminer.com/User/Vectorportal>

Los profesionales se inclinaron por la figura A al ser una representación literal de una agrupación musical, se asocia con la música directamente. Gustavo Sánchez indicó que los colores también apoyan ese sentido musical.

ANEXO 7.2

ANÁLISIS DE RESULTADOS

ENTREVISTA /

GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

FASE I / OBSERVACIÓN DE MATERIAL DE ANTECEDENTE / PREGUNTAS DIRECTAS

PADRES DE FAMILIA

Se entrevistó a cinco padres de familia de nivel socioeconómico medio y medio alto.

Claudia Paredes / Nelson Herrera Mayen / Iris Méndez / Silvia Boch / Sofía Mejía

1. Reacciones ante el material impreso:

- Lee el material
- Comenta sobre el contenido y se encuentra interesado
- Observa el material pero no tiene ninguna reacción

La mayoría de las personas comentaron el material y se encontraban interesados, solo dos personas se tomaron el tiempo de leer. Únicamente una persona observó superficialmente el material

¿Sí el material cambiara por un material audiovisual le llamaría más la atención?

La totalidad de las personas indicaron que un material audiovisual sería más funcional.

Claudia Paredes indicó: “un video es más entretenido, siempre y cuando no sea tan extenso, aunque tendría que ser muy llamativo para ver más de 1 minuto”.

Sofía Mejía mencionó que: “ El video puede ser de uso tanto para adultos como para los niños, quienes por medio de este podrían motivarse”

Observaciones adicionales:

Se comentó que era un proyecto interesante y que tenía desconocimiento de la organización. El comentario que resultó recurrente es que el material impreso estaba muy cargado de texto y que no hacía falta incluir la visión y misión en el material si lo que buscan es motivar a ir a un concierto. El enfoque debe ser distinto y debe presentarse de otra manera.

PREGUNTAS ADICIONALES

¿El material de la organización lo invita a querer participar en el proyecto?

Se indicó que el proyecto era interesante sobre todo porque se carece de espacios culturales enfocados en promover la música en los niños. El pensum tradicional no toma del todo en cuenta la formación musical.

Nelson Mayen indicó lo siguiente: “Es un proyecto prometedor y muy importante para el desarrollo de competencias en los niños que se encuentran en desventaja debido a que el acceso a proyectos culturales se encuentra muy segmentado. Puede ser muy interesante la propuesta pero la forma en presentarla podría mejorar ya que el incluir más fotografías e incluso otros colores favorecerían a que más gente presente interés en la causa”

¿Considera que la temporada de conciertos didácticos de SOG es de beneficio en el desarrollo académico de sus hijos?

Se mencionó que probablemente al ver niños tocar, esto podría promover el interés en los niños de practicar un instrumento sin embargo tres padres de familia indicaron:

Claudia Paredes, “El enfoque que le da la organización no es el idóneo. Es un proyecto interesante y que de alguna manera ayuda a otros niños que no son privilegiados. ¿Por qué se llama concierto

didáctico si por lo expuesto pareciera que conciste en únicamente un evento en donde los niños irán a ver tocar a otros niños? Sería didáctico si hubieran maestros enseñándoles algo con respecto a la música o existiera un material adicional que les permitiera aprender algo. No lo considero didáctico en lo absoluto”.

Silvia Boch mencionó “No considero que favorezca al desarrollo académico el concierto como tal, porque el enfoque no es interactivo. Es una excursión en donde los niños tendrán la oportunidad de ver a otros niños tocar, lo cual es positivo pero debería de darse otro enfoque en donde los niños sean estimulados por la música y a la vez tengan la oportunidad de aprender algo”

Por otro lado también se indicó que el proyecto era importante para promover la cultura en una generación en donde la tecnología ha tomado auge y se ha descuidado el contacto de los niños con las sensaciones. La formación musical es algo que también debe promoverse ya es favorecedora para el desarrollo de habilidades.

Nelson Mayen, “Me interesa que vayan al concierto pero no entiendo porque le llaman didáctico”

De apoyar eventos de este tipo que fomentan la formación musical, ¿Qué oportunidades en cuanto al aprendizaje, encuentra para sus hijos ?

Los padres de familia encuentran importante fomentar la formación musical en los niños.

Claudia Paredes indica lo siguiente: “ la música fomenta el desarrollo de destrezas, reconocimiento de sonidos, lectura y comprensión, además ayuda a generar sensibilidad en las personas ”

¿Los elementos extras de apoyo al texto como color, letra, íconos e imágenes favorecen a su comprensión?

Las personas entrevistadas mencionaron que el color era muy oscuro, adicionalmente se indicó que el material era redundante. Solo dos personas mencionaron que el color era adecuado, (Nelson Herrera y Silvia Boch).

FASE II / ENTREVISTA PREGUNTAS DIRECTAS

APLICADA A PADRES DE FAMILIA DE NIVEL SOCIOECONÓMICO MEDIO Y MEDIO ALTO.

¿Tenía conocimiento del Sistema de Orquestas de Guatemala?

Todos los entrevistados indicaron que no tenía conocimiento de la existencia de la organización.

¿Tiene interés en la participación de sus hijos en la temporada de conciertos didácticos de SOG? Explique su respuesta

Se mencionó que como actividad extra-aula es una oportunidad ideal para motivar a los niños y estimular todas esas áreas que se han descuidado en la formación académica del día a día. Fue recurrente el comentario de no relacionar al concierto con algo didáctico. Ya que los objetivos principales del mismo no parecen estar encaminados a una actividad interactiva en donde los niños tengan la posibilidad de aprender.

En el caso de que la organización se traslade a los colegios. ¿Le interesaría participar?

Los padres de familia se encuentran de acuerdo con esta modalidad

resaltando que es más seguro para los niños y además podría ser una experiencia diferente a lo que están acostumbrados.

¿Qué competencias le interesa que sean desarrolladas en la formación académica de sus hijos?

Se indicó que todas las competencias posibles a adquirir son importantes, se recalzó que el trabajo en equipo, el compromiso y la tolerancia son elementos fundamentales en la formación de los niños de acuerdo a Iris Méndez.

La sensibilidad humana y la apreciación artística son importantes de acuerdo a Claudia Paredes.

Silvia Boch, indicó que la preparación en las ciencias básicas como matemática, lenguaje, aprendizaje de otro idioma son fundamentales y que la formación musical es importante pero no es fundamental, considera que es mejor formar a los niños en áreas que sean efectivas a nivel profesional, ya que de música nadie vive.

¿Qué recuerdo le evoca la música?

Se indicaron puntualmente los recuerdos evocados entre ellos figuran recuerdos relacionados con la infancia o familiares que tenían una relación profunda con la música. Algunos padres practicaron algún instrumento o tuvieron formación musical cuando eran jóvenes y la música representa un elemento fundamental en el día a día. También fue recurrente los recuerdos de la juventud, sobre todo en la adolescencia. La música posee una conexión emocional con la gran mayoría de los entrevistados.

“Historias de mi abuelo hace muchos años junto al parque, solía inventar juegos o hacer canciones chistosas. La música tiene para

mi un sentido muy profundo.” Sofia Mejía

“Recuerdos de cuando estudiaba música en el Conservatorio Nacional Germán Alcántara, me gustaba pararme en los corredores a escuchar la música, me salía de mis clases para ver a otros tocar” Claudia Paredes

“En definitiva, la música me recuerda cuando era joven y tuve la oportunidad de tocar concertina, me hubiese gustado tener más formación musical, pero las condiciones de mi vida de aquel entonces no lo permitieron. Me recuerda a mi juventud. De joven poseía una atracción bastante intensa por los grupos del momento. Siempre estuve al tanto de lo que pasaba en ese medio y así lo disfruté” Nelson Herrera

Por otro lado algunos padres no tenían una conexión tan profunda con la música e indicaron que no poseían un recuerdo concreto pero era símbolo de alegría y de pasar buenos momentos.

“La música es para pasarla bien, no tengo un recuerdo concreto”
Silvia Boch

¿Qué tipo de música escucha?

Destaca la música romántica, Salsa, Merengue e instrumental. Claudia Paredes indicó que la música que suele escuchar es “la de los patojos”.

¿Practica algún instrumento? si la respuesta es no, ¿Le gustaría practicar alguno?

Únicamente un padre de familia practica el piano. Sin embargo, están interesados en aprender guitarra, piano, violín y Saxofón.

¿Considera importante fomentar la apreciación musical y valoración del arte en sus hijos? ¿Por qué?

Los profesionales consideran que es sumamente importante la apreciación musical que también es un medio para el fomento de la cultura y crecimiento personal.

“La tendencia actual es crear técnicos o sea no importa por qué se ha formado una ciencia, importa que la ciencia sea práctica” Los jóvenes son tecnócratas, en las artes el problema es que no produce económicamente y se le ha dado importancia a otros ámbitos, hay que proporcionar espacios para el talento”. Gustavo Sánchez

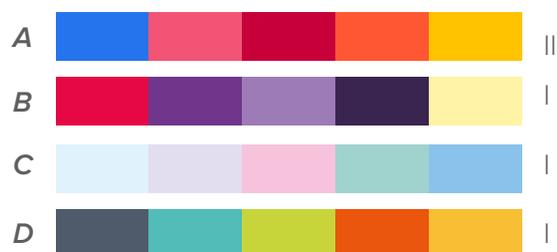
¿Qué tan importante es fomentar el apoyo a proyectos sociales? ¿Por qué?

Se recalcó que sí es importante ya que al vivir en una sociedad donde los contrastes son tan grandes, la segmentación es algo que se da con naturalidad y ha impedido que todos tengan acceso a las mismas oportunidades. Se menciona que es también importante fomentar la conciencia social en los niños para valorar lo que se tiene y ser humildes. Además es importante inculcar la solidaridad tanto en los niños como en la juventud.

A pesar de obtener respuestas positivas un padre de familia mencionó que es importante fomentar la conciencia social sin embargo, a su parecer, existen proyectos más importantes que

deben ser apoyados ya que, la música puede ser un distractor pero no genera cambios profundos dentro de una sociedad que necesita velar más por la educación o salud. La música es algo secundario, no debe priorizarse. La juventud debe ser educada e instruida lo demás puede resultar un distractor.

Se mostraran tarjetas con paletas de color des estas se le pedirá elegir cual asocia con la música y por qué



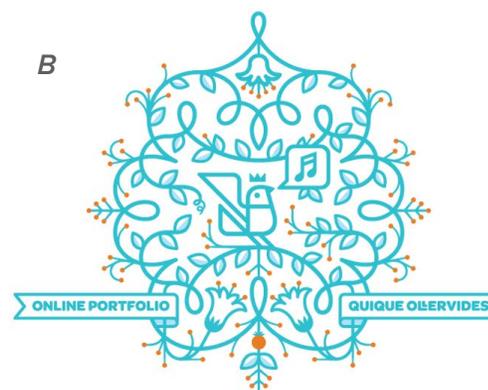
Dos personas eligieron la opción a, la opción b y c fueron elegidas una vez, mientras que la última opción fue seleccionada una vez.

Solo un padre de familia no seleccionó ninguna opción argumentando que los colores no tenían un tono serio y eran demasiado llamativos.

Se presentaran en tarjetas ciertas imágenes y se le pedira elegir cual asocia más con la música.



Fuente: Carlos Arrojo (2013). Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.behance.net/carlosarrojo>



Fuente: Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.pinterest.com/pin/359865826445682080/>



Fuente: Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://hiveminer.com/User/Vectorportal>

La primera opción solo fue seleccionada tres veces mientras que la segunda no fue elegida por ninguna. La última fue elegida dos veces argumentando al movimiento y dirección, consideran que la primera es demasiado obvia. La última opción fue elegida dos veces. Esto indica que al menos la mitad de la muestra posee una imagen gráfica bastante tradicional, representada por instrumentos mientras que la otra mitad posee una imagen más dirigida a formas orgánicas que simbolicen movimiento y dinamismo.

PERFIL DEMOGRÁFICO

DIRECTIVOS, DOCENTES Y PADRES DE FAMILIA

EDAD:

35-55 directivos / docentes 28- 35 padres de familia

GÉNERO:

En su mayoría femenino en el caso de docentes y directivos. Las madres son quienes están al pendiente de las actividades de los niños

ZONA:



Las personas seleccionadas de nivel socioeconómico medio y medio alto residen en zona 10 de la ciudad de Guatemala hasta Carretera al Salvador.

MUNICIPIO: Guatemala

NIVELES CUARTOS

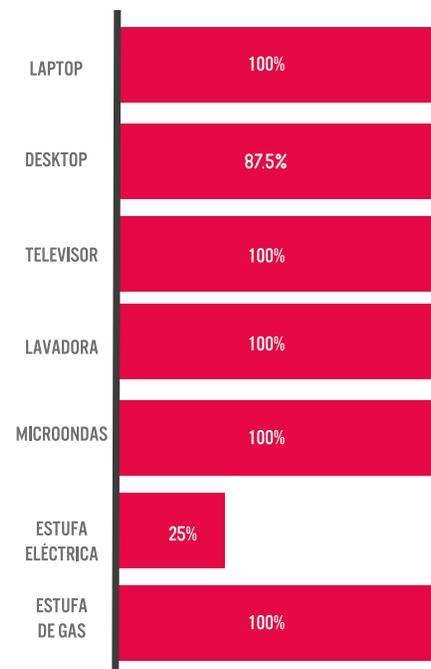
- 1 1-2
- 2 3-4
- 3 4-5
- 4 5-6

Poseen unas condiciones de vivienda acomodadas con por lo menos dos niveles y 4 a 5 cuartos.

EQUIPO / CUANTOS/AS

- Laptop _____
- Computadora de escritorio _____
- Televisor _____
- Lavadora _____
- Microondas _____
- Estufa eléctrica _____
- Estufa de gas _____

La muestra cuenta con una vivienda con todo el equipo. Únicamente dos personas indicaron tener una estufa eléctrica y 7 personas computadora de escritorio.



SERVICIOS

- Agua
- Luz
- Teléfono
- Cable
- Internet
- Empleada Doméstica

TRANSPORTE

- Vehículo propio
- Moto
- Taxi
- Transporte público
- Otro:

Cuentan con una vivienda con todos los servicios incluyendo empleada doméstica.

La totalidad de la muestra posee un vehículo propio únicamente una persona tiene a su disposición chofer

ANEXO 8

INSTRUMENTO DE CUESTIONARIO / GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

¡Queremos conocerte! Responde lo que se te pregunta a continuación.

¡GRACIAS POR TU COLABORACIÓN!

1. ¿Qué es lo que más te gusta hacer?

- Dibujar
- Ver televisión
- Jugar videojuegos
- Viajar

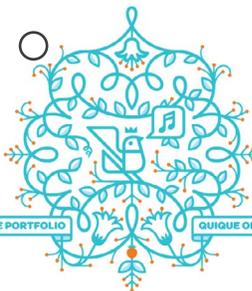
2. Responde. ¿Qué tipo de música te gusta?

3. ¿Tocas algún instrumento? si tu respuesta es no, ¿Cuál te gustaría tocar?

4. ¿Qué imagen relacionas con música?



Fuente: Carlos Arrojo (2013). Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.behance.net/carlosarrojo>



Fuente: Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.pinterest.com/pin/359865826445682080/>



Fuente: Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://hiveminer.com/User/Vectorportal>

5. Dibuja lo que te imaginas al escuchar estas canciones, utiliza todos los colores que quieras.

6. ¿Cuántos años tienes?

7. ¿En que zona vives?

8. ¿Con quién vives? puedes marcar más de una opción

- Mamá
- Papá
- Hermanos
- Abuelos

ANEXO 8.1

ANÁLISIS DE RESULTADOS

CUESTIONARIO / GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

APLICADA A NIÑOS DE 7 A 10 AÑOS (PRIMERO A CUARTO PRIMARIA)

¡Queremos conocerte! Responde lo que se te pregunta a continuación.

¡GRACIAS POR TU COLABORACIÓN!

1. ¿Qué es lo que más te gusta hacer?

- Dibujar
- Ver televisión
- Jugar videojuegos
- Viajar

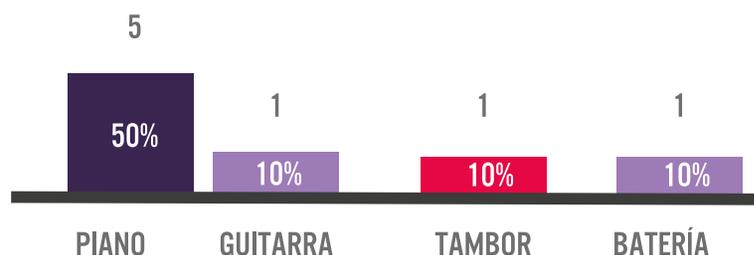


La mitad de la muestra evaluada tiene interés en dibujar mientras que otra parte prefiere viajar. Únicamente un niño indicó que le gustaba jugar videojuegos.

2. Responde. ¿Qué tipo de música te gusta?

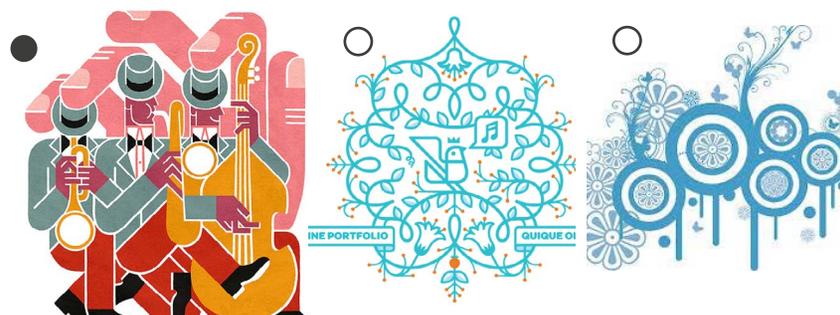
Los niños mencionaron que les gustaba la música en inglés, pop y dos niños indicaron que les gustaba “despacito” un niño mencionó que le gustaba la música navideña, la salsa y el funk.

3. ¿Tocas algún instrumento? si tu respuesta es no, ¿Cuál te gustaría tocar?



Más de la mitad tiene interés en tocar piano. Ningún niño indicó que tocaba un instrumento.

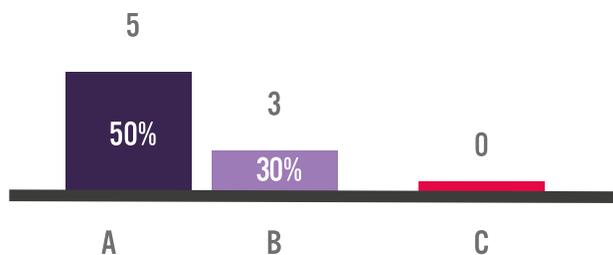
4. ¿Qué imagen relacionas con música?



Fuente: Carlos Arrojo (2013). Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.behance.net/carlosarrojo>

Fuente: Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://www.pinterest.com/pin/359865826445682080/>

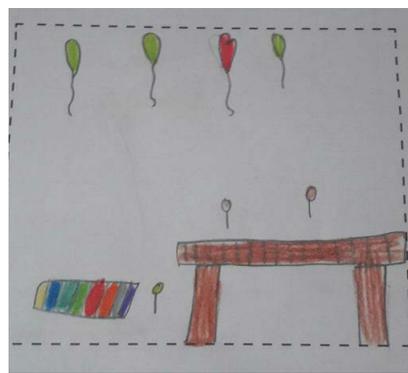
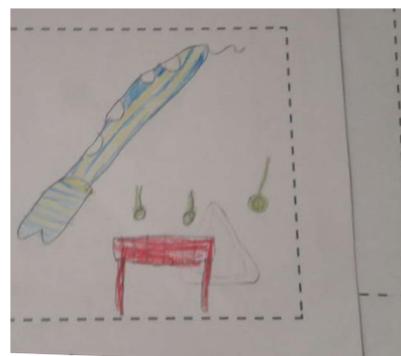
Fuente: Extraído el 2 de septiembre de 2017 de <https://hiveminer.com/User/Vectorportal>



Más de la mitad de los niños relaciona la imagen de los instrumentos con la música. Lo que puede deberse a que tiene una idea gráfica convencional y poco abstracta cuando piensa en la misma.

5. Dibuja lo que te imaginas al escuchar estas canciones, utiliza todos los colores que quieras.

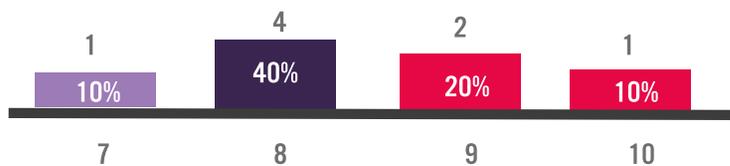
Se escuchó una playlist compuesta de piezas instrumentales entre ellas: Sonata No. 11 de Mozart y la Sinfonía No. 7: 3rd Movimiento de Mozart. Los niños relacionaron lo que escuchaban con los instrumentos musicales asimismo con la marimba esto puede deberse a que las piezas estaban compuestas de instrumentos de percusión con un sonido similar a la marimba. Algunos ejemplos más de los resultados se presentan a continuación:



Los colores más utilizados fueron los siguientes:

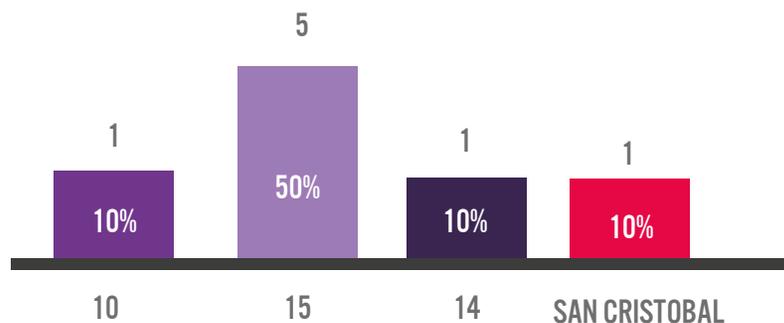


6. ¿Cuántos años tienes?



La muestra está conformada de 7 a 10 años de edad.

7. ¿En que zona vives?



Más de la mitad de los niños viven en zona 15 mientras el resto se encuentra en zona 10, 14 y San Cristóbal.

8. ¿Con quién vives? puedes marcar más de una opción

- Mamá
- Papá
- Hermanos
- Abuelos
- Tios

Únicamente un niño indicó que vivía con su mamá mientras cinco de la muestra vive con mamá, papá, y hermanos. Solamente un niño vive con su familia nuclear y extendida (tios) Un niño vive con su mamá y abuelos.

ANEXO 9

INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN / G.O PRIMARIO / DIRECTIVOS / MAESTRO

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Se llevará a cabo una entrevista con un directivo o maestro con piezas impresas y audiovisuales, se les brindará una introducción:

El Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG), es una organización sin fines de lucro que busca el desarrollo, el fomento de valores, la prevención de violencia y la inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país por medio de la práctica colectiva de la música. Actualmente tiene tres núcleos en donde la orquesta esta conformada por niños jóvenes.

La organización requiere una propuesta de material publicitario que promueva la asistencia a la temporada de conciertos didácticos dirigidos a niños de nivel socioeconómico alto de 1.º a 4.º. primaria, pertenecientes a colegios prestigiosos de la ciudad de Guatemala. El concierto del año 2018 estará basado en instrumentos de cuerda y marimba. El SOG se trasladará a cada colegio para impartir el concierto. El nombre destinado para ello es: “Mi Primera Sinfonía”

Dato* Los niños pertenecen al grupo objetivo secundario, los padres de familia y directiva de colegios tendrán contacto con el material previamente y son quienes lo autorizarán.

EFFECTIVIDAD DEL PRIMER CONTACTO

*¿Qué tan probable es que lea el correo e ingrese a ver el video?
¿Por qué?*

¿El correo posee información necesaria sobre el evento?

¿El video despierta su interés por conocer más sobre el evento?

¿Se le facilitaría contactar con la organización?

¿Es fácil de acceder a la guía para maestros mediante el botón de descarga en el correo? ¿Qué mejoraría?

FUNCIONALIDAD DE PIEZAS

¿Qué tan efectivo resulta colocar los afiches de cartelera para motivar a los niños para asistir al evento?

¿Los afiches a ser colocados en cada clase, son de ayuda para motivar a los niños? ¿Por qué?

¿La guía para maestros posee un lenguaje claro y explica con exactitud los procesos? Explique, ¿qué mejoraría de ella?

*¿La guía para elaborar “Mi primer Instrumento” complementa el propósito del concierto didáctico y facilita al aprendizaje?
¿Posee un tono y lenguaje adecuado para un niño y sus padres?*

La Guía de mi primer instrumento puede incentivar a los niños para adentrarse en la formación musical

El material que se brindará como premio es el indicado para motivar a los niños a seguir aprendiendo.

¿Hace falta la figura de la niña presente en el material?

¿Considera de ser aplicada la imagen de una niña en conjunto con la utilización del morado, fomentaría los estereotipos de género?

ANEXO 9.1

RESULTADOS /

G.O PRIMARIO / DIRECTIVOS /

MAESTROS

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Se aplicó el instrumento a un maestro de educación primaria con más de 10 años de experiencia.

Experta: Licda. Alda Ponce / Obteniéndose así las siguientes respuestas:

EFFECTIVIDAD DEL PRIMER CONTACTO

¿Qué tan probable es que lea el correo e ingrese a ver el video? ¿Por qué?

Sí, las imágenes utilizadas, el movimiento y el manejo de los colores es llamativo, de hecho la idea me gusta mucho y la propuesta es importante para promover en los colegios la importancia de la música, especialmente a esas edades.

Lo único que cambiaría es la posición en la que se expone la información, ¿Qué es el Sistema de Orquestas? ¿Qué proponen? ¿Van a venir a mi colegio? Lo único que yo miro son los beneficios que está bien pero debe enfocarse más en que es lo que ellos proponen. Es decir: “Llevar nuestra orquesta infantil a tú institución”. Lo que queremos es llegar a ti y llevarte el concierto. ¿Para qué? Para desarrollar las competencias que bien describe en las primeras líneas. Valdría la pena solo cambiarlo de posición. Primero es la información de lo que ellos proponen y

luego el porqué.

El video es de apoyo al contenido expuesto aunque está un poco rápido, pero no importa son destalles que se arreglan en el camino.

Podría ponerse: Contáctanos o dudas y que se exponga la información de abajo. Esto está excelente porque brinda la información necesaria por si hay dudas o directamente confirmar participación

¿El correo posee información necesaria sobre el evento?

Sí posee la información necesaria, aunque como ya dije está un poco rápido. La duración está bien.

¿El video despierta su interés por conocer más sobre el evento?

Sí lo despierta, sobre todo por el uso de las imágenes y demás es dinámico, posee movimiento. Contextualiza con el evento.

¿Se le facilitaría contactar con la organización?

Sí, hay la información necesaria para contactar con la organización.

¿Es fácil de acceder a la guía para maestros mediante el botón de descarga en el correo? ¿Qué mejoraría?

Sí es fácil, habría que considerar las herramientas de cada colegio. Sí existe la facilidad de vías digitales, esta perfecto que sea digital, colegios como el Americano o Village donde las tabletas están al acceso de todos. Debe abrirse la posibilidad

que sea en ambos formatos.

FUNCIONALIDAD DE PIEZAS

¿Qué tan efectivo resulta colocar los afiches de cartelera para motivar a los niños para asistir al evento?

Funciona, podrían colocarse en diferentes días o dividir el material y poder dos en una cartelera y dos en otra.

¿Los afiches a ser colocados en cada clase, son de ayuda para motivar a los niños? ¿Por qué?

¡Qué bonito! ¿No ha probado en el caso del rompecabezas, hacer los cortes no rectos sino como rompecabezas? Para aumentar la dificultad aunque lo encuentro bien así. Sí les ayudará a motivarlos sobre todo porque es una actividad especial que se sale de las actividades diarias.

¿La guía para maestros posee un lenguaje claro y explica con exactitud los procesos? Explique, ¿qué mejoraría de ella?

Posee el tono adecuado, cambiaría al igual que en el correo, la posición de la información de la organización y pensar bien en como entregarla si conviene impresa o digital según las posibilidades de cada institución.

¿La guía para elaborar “Mi primer Instrumento” complementa el propósito del concierto didáctico y facilita al aprendizaje?

¿Posee un tono y lenguaje adecuado para un niño y sus padres?

Sí, aunque por ejemplo en el numeral 1 cambiaría la redacción. Los padres muchas veces no tienen esa capacidad de traducir lo

abstracto. Se debe especificar con exactitud que se va a dibujar “dibuja y recorta de forma ovalada como se muestra en el dibujo”. Especificar también que será cada pieza relacionándolo con las partes del instrumento. En el segundo donde menciona que se le dará forma al cuerpo del violín se está explicando el propósito de cada paso y es así como debe plantearse. Considerar la dirección de la lectura, eliminar la línea intermedia para no causar confusión. Muy bueno, que bonito proyecto.

La Guía de mi primer instrumento puede incentivar a los niños para adentrarse en la formación musical

Totalmente, incluso podrían integrarse otro instrumento. Considerando que el concierto es de cuerdas y marimba. Podría dividirse por dificultad, los niños de tercero y cuarto podrían hacer el violín y los más pequeños algo más sencillo y con menos instrucciones.

El material que se brindará como premio es el indicado para motivar a los niños a seguir aprendiendo.

Sí, aunque podrían ser también stickers para disminuir costos.

¿Hace falta la figura de la niña presente en el material?

Desde mi punto de vista, no. Es cuestión de la percepción de cada colegio. Yo no le pongo atención a eso. En mi lógica no hay nada sexista en estos casos. Los niños no tienen que hacer esas diferenciaciones. Todos somos iguales, bien pudo ser una

niña y no lo veo como problema. Sí se incluyera estaría bien pero no lo veo fundamental.

¿Considera de ser aplicada la imagen de una niña en conjunto con la utilización del morado, fomentaría los estereotipos de género?

No, los niños deben tener la capacidad de elegir libremente, a unos les podrá gustar el morado y a otros el azul.

ANEXO 10

INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN / G.O PRIMARIO / PADRES

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Se llevará a cabo una entrevista a dos padres de familia y las piezas impresas y audiovisuales, se les brindará una introducción:

El Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG), es una organización sin fines de lucro que busca el desarrollo, el fomento de valores, la prevención de violencia y la inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país por medio de la práctica colectiva de la música. Actualmente tiene tres núcleos en donde la orquesta esta conformada por niños jóvenes.

La organización requiere una propuesta de material publicitario que promueva la asistencia a la temporada de conciertos didácticos dirigidos a niños de nivel socioeconómico alto de 1.º a 4.º primaria pertenecientes a colegios prestigiosos de la ciudad de Guatemala. Se requiere además fomentar el aprendizaje en los niños sobre los instrumentos de cuerda y marimba.

El concierto del año 2018 estará basado en instrumentos de cuerda y marimba. El SOG se trasladará a cada colegio para impartir el concierto. El nombre destinado para ello es: “Mi Primera Sinfonía”. Los niños pertenecen al grupo objetivo secundario, los padres de familia y directiva de colegios tendrán contacto con el material previamente y son quienes lo autorizarán.

RESPUESTA EMOCIONAL

¿Al ver los afiches que emociones le generan?

¿Conecta la imagen de los afiches con un un concierto?

¿Al tener contacto con el afiche le gustaría que sus hijos asistieran al concierto?

¿El niño que aparece en el tercer afiche lo relaciona con sus hijos?

FUNCIONALIDAD DE PIEZAS

¿Los afiches a ser colocados en cada clase, son de ayuda para motivar a los niños?

La guía para elaborar “Mi primer Instrumento” es de ayuda para aprender de forma divertida

Con relación a la guía anterior es fácil de entender para después llevarla a cabo

La guía de mi primer instrumento puede incentivar a los niños para adentrarse en la formación musical

El material que se brindará como premio es el indicado para motivar a los niños a seguir aprendiendo.

PERCEPCIÓN VISUAL

¿Qué emociones le evoca la paleta de color?

¿Los elementos gráficos (figuras y dibujos) los asocia con una temática infantil y educativa? / ¿Por qué? ¿Qué mejoraría?

¿Se hace evidente la temática del evento al ver los afiches?

¿Considera que la iconografía utilizada en la guía “Mi primer instrumento, es cotidiana y fácil de comprender o asociar?

ANEXO 10.1

RESULTADOS DE VALIDACIÓN / G.O PRIMARIO / PADRES

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Se entrevistaron a dos padres de familia:

Julia Morales (J.M) / Claudia Paredes (C.P)

RESPUESTA EMOCIONAL

¿Al ver los afiches que emociones le generan?

J.M: Parece ser un evento divertido y entretenido.

C.P: Felicidad, alegría, diversión.

¿Conecta la imagen de los afiches con un un concierto?

J.M: Sí

C.P: Sí, al ver los instrumentos se relaciona con un concierto o una actividad musical.

¿ Al tener contacto con el afiche le gustaría que sus hijos asistieran al concierto?

J.M: Me gustaría que mis hijos tuvieran contacto con un evento de este tipo ya que no hay muchos y por otro lado la formación musical es de ayuda para la formación de competencias.

C.P: Totalmente, pinta a ser un concierto divertido en donde los niños podrán aprender de expertos y además se contribuye a que otros niños sigan desarrollando sus habilidades en esa área.

¿El niño que aparece en el tercer afiche lo relaciona con sus hijos?

J.M: Sí aunque al haber un niño debería también haber una niña.

C.P: Lo asocio con la niñez en general.

FUNCIONALIDAD DE PIEZAS

¿Los afiches a ser colocados en cada clase, son de ayuda para motivar a los niños?

J.M: Son de apoyo para motivar a los niños a ir al concierto, es una manera divertida de plantearles una actividad. Lo hace especial.

C.P: Sí aunque al haber solo un afiche por clase no le permitiría jugar a todos los niños.

La guía para elaborar “Mi primer Instrumento” es de ayuda para aprender de forma divertida

J.M: Es una manera creativa de acercar a los niños a los instrumentos musicales, puede ser de apoyo para las personas que dirijan el concierto didáctico.

C.P: Sí, las instrucciones están claras y es fácil de elaborar.

Con relación a la guía “Mi primer instrumento” es fácil de entender para después llevarla a cabo

J.M.: En la segunda cara del folleto la lectura se confunde debido a la línea del centro, únicamente sería la observación. Los dibujos e instrucciones son claras.

C.P.: Es fácil de entender y los materiales son accesibles.

La guía de mi primer instrumento puede incentivar a los niños para adentrarse en la formación musical

J.M.: El tener un acercamiento con un instrumento aunque sea de juguete, puede motivarlos a querer aprender a tocar uno.

C.P.: Podría motivarlos a ser parte de una orquesta como la del concierto.

El material que se brindará como premio es el indicado para motivar a los niños a seguir aprendiendo.

J.M.: Funciona bien a modo de recordito para que tengan presente el concierto y no sea una actividad escolar más. Podrían decorar su mochila con el botón.

C.P.: La frase que está en el botón es motivacional, les hace creer que son los mejores, a los niños les gusta eso. Los hace sentir especiales.

PERCEPCIÓN VISUAL

¿Qué emociones le evoca la paleta de color?

J.M.: Lo asocio con la infancia, la creatividad, el juego, los sueños.

C.P.: Es fantasiosa, se me hace a algo divertido, es bastante dulce pero enérgico.

¿Los elementos gráficos (figuras y dibujos) los asocia con una temática infantil y educativa? / ¿Por qué? ¿Qué mejoraría?

J.M.: Considero que sí, el tener un acercamiento con un instrumento, aunque sea de juguete, puede motivarlos a querer aprender a tocar uno. No mejoraría nada.

C.P.: Sí, podría motivarlos a ser parte de una orquesta como la del concierto.

¿Se hace evidente la temática del evento al ver los afiches?

J.M.: Sí, es evidente que es un concierto como lo dice el título: “Mi primera Sinfonía”.

C.P.: Esta claro que es una actividad musical.

¿Considera que la iconografía utilizada en la guía “Mi primer instrumento, es cotidiana y fácil de comprender o asociar?

J.M.: Se relaciona con elementos que conocemos, podría decir que sí.

C.P.: Claro, todo el mundo reconoce una caja y el procedimiento está claro por medio de los dibujos.

ANEXO 11

INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN / G.O SECUNDARIO / NIÑOS

OBSERVACIÓN PARTICIPATIVA FASE I

Se llevará a cabo una observación con un grupo de niños, se les contará sobre el proyecto:

“Imagínense que una orquesta de violines y marimba llega a su colegio. Ellos prepararon unos materiales especiales para ustedes.”

ASPECTOS A OBSERVAR

AFICHES DE CARTELERA E INTERACTIVOS:

Interacción con las piezas

Reacciones faciales con los afiches

PREGUNTAS ABIERTAS

¿Con qué relacionas el afiche?

¿Te gustaría asistir al concierto? ¿por qué?

¿Quisieras hacer tu propio instrumento? ¿Por qué?

¿Te gustaría asistir al concierto con tus amigos? ¿Por qué?

¿Quisieras tener un pin como estos? ¿Por qué?

PERCEPCIÓN VISUAL

¿Qué sientes al ver las imágenes?

¿Que recuerdos te traen los colores de las imágenes?

¿Con que tipo de música asocias las imágenes?

OBSERVACIÓN NO PARTICIPATIVA FASE II

Se observará a un niño y a su padre / madre elaborar el instrumento del recurso pedagógico. Se observarán aspectos como:

ASPECTOS A OBSERVAR:

Comprensión de instrucciones

Accesibilidad de materiales

Reacciones ante el contenido teórico. ¿Repite las partes del instrumento? ¿Le es indiferente?

Interés del niño en el proceso. ¿Le motiva? ¿Le parece aburrido? ¿Le entusiasma decorar el instrumento?

¿Cuánto tiempo les tomó hacerlo?

ANEXO 11.1

RESULTADOS / VALIDACIÓN G.O SECUNDARIO

OBSERVACIÓN PARTICIPATIVA FASE I

Se llevó a cabo una observación con un grupo de niños, conformados entre las edades de 7 a 10 años. En el Colegio EDI Center el 12 de Mayo de 2018. Con grupo de niños de 7 a 8 años y otro grupo de 9 a 10 años. Se considerará un colegio de la base de datos de SOG para aplicar los instrumentos pero no se obtuvo autorización. Por lo que se buscó otra opción que se pegara el grupo objetivo. Se obtuvieron los siguientes resultados:

ASPECTOS A OBSERVAR

AFICHES DE CARTELERA E INTERACTIVOS:

Interacción con las piezas

Los niños poseen interés en intervenir en las piezas, mencionan que son instrumentos como: “guitarra, violín, marimba”. A las niñas les atrajo el afiche morado. Con las instrucciones los niños se acercaron a despegar los stickers y completar el afiche.

Les llamó la atención hacer su propio instrumento y mencionaron que podrían jugar con los violines. Un niño indicó que el niño del afiche era su amigo. Una niña preguntó dónde estaba la niña al ver el afiche del niño.



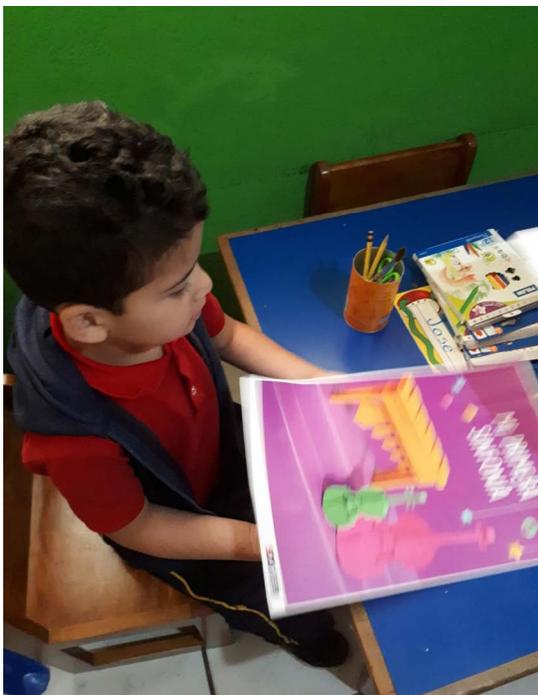


A pesar de lo anterior, se encontró mayor entusiasmo por armar el rompecabezas en comparación con los stickers. Adicionalmente, se encontró insuficiente un solo rompecabezas para más de 5 niños.

Mostraron interés por el promocional e indicaron que les gustaría tener más de esos botones y usarlos en sus mochilas. Hubo un notorio interés por armar el rompecabezas ante el recurso de los stickers.

Reacciones faciales con los afiches

En cuanto a las expresiones faciales resalta la risa y movimientos corporales que se asemejan al movimiento de tocar la guitarra. Los niños se mostraron inquietos al presentarles los afiches. Se mostraron impacientes al momento de resolver el rompecabezas.



PREGUNTAS ABIERTAS

¿Con qué relacionas el afiche?

Con Guatemala, la marimba y conciertos, jugar y de ir con mis amigos, me gustaría tener uno de esos, mi papá toca la guitarra y yo quiero una”.

Otros comentarios fueron: “con jugar y escuchar algo bonito”, una niña recalcó que le gustaba la música, especialmente el piano.

¿Te gustaría asistir al concierto? ¿por qué?

Los niños tienen interés de ir al concierto porque parece que “va a estar bueno”. Una niña indicó que le gustaría ir pero al concierto de marimba. Otra niña mencionó que le gustaría ir al concierto del violín rosado.

¿Quisieras hacer tu propio instrumento? ¿Por qué?

Les gustaría tener su propio instrumento para poder jugar y hacer música, aprender con su papá a tocarlo, ir a conciertos y estar en el escenario, jugar con sus amigos. Hacer su propio instrumento les parece “divertido”.

¿Te gustaría asistir al concierto con tus amigos? ¿Por qué?

Todos los niños indicaron que sí, porque no les gustaría ir solos. Se les mencionó que la orquesta llegaría a su colegio y mostraron interés por el evento.

¿Quisieras tener un botón como éstos? ¿Por qué?

Indicaron que sí les gustaría, porque “es bonito, tiene figuras, es de colores, tiene estrellas”.



grupo niños 7-8 años

PERCEPCIÓN VISUAL

¿Qué sientes al ver las imágenes?

Indicaron: Contentos, me dan ganas de tocar ese violín, jugar,” Los niños tuvieron preferencia por el color azul y las niñas por el morado, únicamente un niño eligió el afiche color morado.

¿Que recuerdos te traen los colores de las imágenes?

“Me recuerda a mi papá, el toca piano,” “las caricaturas”, “fui a un concierto cuando era más pequeña”, “No sé, me gustan

los colores, el morado es bonito”

¿Con que tipo de música asocias las imágenes?

“Música de Guatemala, la marimba, la guitarra” Predominó el comentario: “con música de marimba”,

Los niños poseen conocimiento en la música guatemalteca por lo que al ver la marimba no les es difícil relacionarla e identificarla.



grupo niños 8-10 años



OBSERVACIÓN NO PARTICIPATIVA FASE II

Se observará a un niño de 7 años y a su padre / madre elaborar el instrumento del recurso pedagógico. Se observarán aspectos como:

ASPECTOS A OBSERVAR:

Comprensión de instrucciones

No se encontró dificultad en la comprensión de las instrucciones. Los recursos iconográficos fueron de apoyo para llevar a cabo el violín.

Accesibilidad de materiales

Las paletas de madera son el único material que no resulta tan accesible, sin embargo, sí está al alcance de los padres y no es costoso.

Reacciones ante el contenido teórico. ¿Repite las partes del instrumento? ¿Le es indiferente?

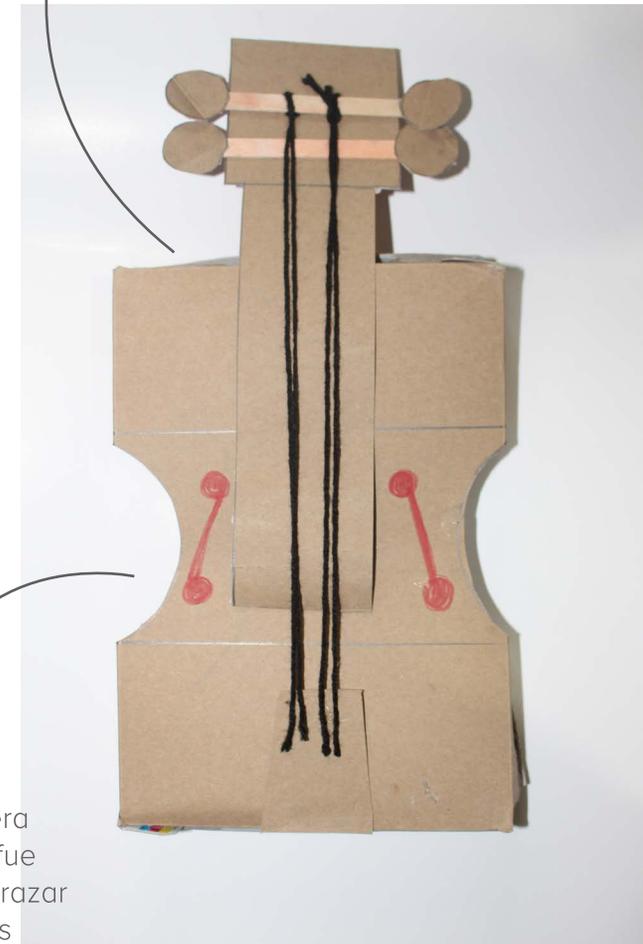
No le es indiferente pero no las repite.

Interés del niño en el proceso. ¿Le motiva? ¿Le parece aburrido? ¿Le entusiasma decorar el instrumento?

Sí es de interés para el niño y le entusiasma decorarlo. Principalmente rayarlo. A pesar de que el proceso no se dificultó. Resultó muy complejo para un niño de 7 años. Siendo el padre quien realizó la mayoría de trazos.

¿Cuánto tiempo les tomó hacerlo? 30 minutos

Resultado final



El uso de la tapadera redonda fue útil para trazar las formas

ANEXO 12

INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN / EXPERTOS EN EL TEMA

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Se llevará a cabo una entrevista a 3 expertos en el tema, considerando el área pedagógica y el cliente quien posee una amplia experiencia con el proyecto y la formación musical. El proceso se llevará a cabo con las piezas impresas y audiovisuales, se les brindará una introducción:

El Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG), es una organización sin fines de lucro que busca el desarrollo, el fomento de valores, la prevención de violencia y la inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país por medio de la práctica colectiva de la música. Actualmente tiene tres núcleos en donde la orquesta esta conformada por niños jóvenes.

La organización requiere una propuesta de material publicitario que promueva la asistencia a la temporada de conciertos didácticos dirigidos a niños de nivel socioeconómico alto de 1.º a 4.º primaria pertenecientes a colegios prestigiosos de la ciudad de Guatemala. Se requiere además fomentar el aprendizaje en los niños sobre los instrumentos de cuerda y marimba.

El concierto del año 2018 estará basado en instrumentos de cuerda y marimba. El SOG se trasladará a cada colegio para impartir el concierto. El nombre destinado para ello es: “Mi Primera Sinfonía”

Dato* Los niños pertenecen al grupo objetivo secundario, los

padres de familia y directiva de colegios tendrán contacto con el material previamente y son quienes lo autorizarán.

EFFECTIVIDAD DEL PRIMER CONTACTO

¿El material del e-mailing con el que la organización se presenta ante las instituciones educativas, posee el tono adecuado para dirigirse a directivos o maestros?

¿Se tiene claro el propósito didáctico del concierto y los beneficios de la promoción de la educación musical a nivel primario?

La guía para maestros posee la información necesaria para adentrar al maestro dentro en el propósito del concierto?

FUNCIONALIDAD DE PIEZAS

¿El manejo de color y formas posee un carácter infantil y educativo? ¿Qué mejoraría?

¿Considera que la identificación por parte de los niños se logra a partir del afiche que posee la imagen de un niño? ¿Haría falta añadir la imagen de una niña?

¿El manejo de color azul y morado fomenta los estereotipos de género a partir del color y la frase: “El azul es de niños y el morado de niñas?”

¿El recurso pedagógico a modo de afiche aporta al aprendizaje lúdico? ¿Qué dificultades encuentra?

¿La guía para relizar “Mi primer instrumento” posee un tratamiento de contenido y elementos visuales que son funcionales para la comprensión y su exitosa realización?

¿El botón a ser entregado al finalizar el concierto fomenta el incentivo al aprendizaje? ¿Qué hace falta?

ANEXO 12.1

RESULTADOS DE VALIDACIÓN / EXPERTOS EN EL TEMA

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Se llevará a cabo una entrevista a 3 expertos en el tema:

Licda. Rossana Pierrí / (R.P)

Directora de desarrollo institucional de la Organización SOG. Experiencia en educación musical.

Licda. Silvia Lorena Estrada / (S.E)

Pedagoga con experiencia en educación escolar nivel preprimario y primario. Ha desempeñado como Directora.

Licda. Olga Vanessa Estrada / (O.E)

Experiencia en educación nivel preprimario y primario además posee experiencia en el área administrativa.

EFFECTIVIDAD DEL PRIMER CONTACTO

¿El material del e-mailing con el que la organización se presenta ante las instituciones educativas, posee el tono adecuado para dirigirse a directivos o maestros?

R.P: Sí, posee un tono de redacción respetuoso y a la vez amigable, es una modalidad diferente de abordar el contacto. Anteriormente no se tomó en cuenta la posibilidad de usar esa forma de presentar la información, por medio de esta imagen será posible convencer a nuestra base de datos de más de 60 colegios.

S.E: Sí, en cuanto a redacción, maneja un tono respetuoso sin dejar a un lado el sentido amigable que debe poseer un evento de este tipo.

¿Se tiene claro el propósito didáctico del concierto y los beneficios de la promoción de la educación musical a nivel primario?

R.P: Contiene el contenido necesario y sobretodo se tomó en cuenta la información sobre el Curriculum Nacional Base. Este aspecto es importante porque así no se pierde credibilidad ante los colegios.

S.E: El propósito se explica tanto en el correo como en el video, los niños reconocerán... los niños harán. Se plantea una propuesta en donde ellos tendrán participación y el mismo nombre lo indica, “concierto didáctico”.

O.E: Sí, es un proyecto interesante, la música tiene un impacto importante en esas edades sobre todo para adquirir y desarrollar competencias.

La guía para maestros posee la información necesaria para adentrar al maestro dentro en el propósito del concierto?

R.P: Considerando que los maestros no verán e-mailing es importante contarles de que se trata el proyecto para que exista una participación activa por parte de ellos.

S.E: Es una guía amigable y corta. Posee imágenes para el apoyo del texto. Esto facilita su comprensión. Al no ser muy extensa es fácil de leer.

O.E: Solo explicarían bien lo de los afiches, la imagen no logra verse al cien por ciento como será. Tal vez además de digital considerar también que sea impresa.

FUNCIONALIDAD DE PIEZAS

¿El manejo de color y formas posee un carácter infantil y educativo? ¿Qué mejoraría?

R.P: La representa, es diferente a lo que se ha hecho otros años.

S.E: Colores llamativos, elementos que conoce el niño desde que se inició en la etapa escolar, como la estrella. Es un material infantil que puede llamarles la atención por el uso de los colores.

O.E: Los colores sobre todo le dan el toque infantil, al ser muy brillantes y llamativos

¿Considera que la identificación por parte de los niños se logra a partir del afiche que posee la imagen de un niño? ¿Haría falta añadir la imagen de una niña?

R.P: Sí, hace falta la niña para cubrir esa parte de nuestro público que también busca identificación.

S.E: A una niña podría llamarle la atención el niño, pues es alguien similar a ella y de su misma edad. Para aplicarlo en colegios mixtos haría falta incluir la imagen de una niña.

O.E: Es importante considerar la imagen de una niña para inspirar a las más pequeñas y motivarlas.

¿El manejo de color azul y morado fomenta los estereotipos de género a partir del color y la frase: “El azul es de niños y el morado de niñas?”

R.P: No, los niños poseen ciertas preferencias, esto es difícil de evitar, podría resultar el afiche morado más bonito para algún niño o el azul para una niña. No hay problema, siempre y cuando sean libres de elegir.

S.E: No

O.E: Algunas cosas son parte de la cultura, no me parece que se fomente, no es el típico rosado de niñas. Si se invirtieran los colores también estaría bien.

¿El recurso pedagógico a modo de afiche aporta al aprendizaje lúdico? ¿Qué dificultades encuentra?

R.P: Le da la oportunidad a los niños a participar e interactuar con el material, es positivo.

S.E: Esta interesante, veo dificultad en la ejecución de la actividad al ser muchos niños en una clase, el material no sería suficiente.

O.E: No hay mejor que la experimentar haciendo y aprender a la vez.

¿La guía para realizar “Mi primer instrumento” posee un tratamiento de contenido y elementos visuales que son funcionales para la comprensión y su exitosa realización?

R.P: Es el indicado, talvez podría integrarse una marimba para tener la oportunidad de que los niños también la realicen. La forma en la que está redactado facilita su comprensión.

S.E: hay que cuidar el orden de la lectura, evaluar a quién se la está hablando. Si a los niños o a los padres. Las ilustraciones favorecen a la comprensión de instrucciones.

O.E: Media vez sus instrucciones sean claras acompañadas de un dibujo será más fácil de entender. Podría simplificarse aún más el proceso.

¿El botón a ser entregado al finalizar el concierto fomenta el incentivo al aprendizaje? ¿Qué hace falta?

R.P: Sí, o bien podrían ser stickers para que los niños compartan e intercambien, si los motiva además tendrán un recuerdo del concierto lo que puede hacer que los impulse a querer aprender música o eventualmente ser parte del SOG.

S.E: Los motiva, los niños disfrutan estas cosas, al final es como un pequeño regalo.

O.E: Como material que incentiva esta bien.

ANEXO 13

INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN / EXPERTO: MERCADÓLOGO

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Se entrevistará a un experto en planificación estratégica de medios. A través de una entrevista estructurada. Se le introducirá la planeación de medios:

La organización requiere una propuesta de material publicitario que promueva la asistencia a la temporada de conciertos didácticos dirigidos a niños de nivel socioeconómico alto de 1.º a 4.º primaria, pertenecientes a colegios prestigiosos de la ciudad de Guatemala. Se requiere además, fomentar el aprendizaje en los niños sobre los instrumentos de cuerda y marimba.

Para estructurar las fases de la campaña y el proceso de

comunicación se dividió en fases

FASE 1 PRIMER CONTACTO

A. SOG posee una base de datos conformada por 60 colegios, la base de datos será trasladada a mailchimp para poder generar el envío del e-mailing. Esto beneficiará a la organización pues podrá tener acceso a su alcance ya que la plataforma otorga datos estadísticos. Aspecto que no ha sido tomado a consideración por la organización en conciertos anteriores.

B. Se enviará el e-mailing explicando el evento de manera clara y concreta. Dirigido al Grupo objetivo primario: Directivos de colegios. El contenido se enfoca en datos relevantes como: ¿De qué se trata el evento?, este año el concierto se trasladará a los colegios. Es un punto clave a recalcar en el contenido ¿Quién es SOG? Con la posibilidad de “ver más” en este apartado se encontrará un video que refuerce lo escrito.

El uso del e-mailing busca llamar la atención generando una lectura rápida sobre el evento y pueda darse a conocer los puntos clave mencionados y facilitar contacto. / El video será de apoyo visual y tocará el tema de las competencias a desarrollar a través de la música con el propósito de informar, persuadir e incentivar la participación de los colegios.

El e-mailing poseerá el contacto directo de la Directora de Desarrollo Institucional Rossana Paz Pierri quien es la encargada

del evento. Adicional se proporcionará un espacio para confirmar participación mediante un formulario con número de teléfono para que la organización se comunique con la institución.

FASE 2 CONFIRMACIÓN DE EVENTO

Habiendo confirmado la participación del colegio en la tempora de conciertos didácticos, se enviará otro e-mailing agradeciendo la participación y una guía pdf adjunta con instrucciones de las actividades que se realizan previamente al concierto, dirigida a docentes.

Ya que para el desarrollo del evento se requiere una actividad especial y un recurso pedagógico antes del evento.

FASE 3 COMUNICACIÓN CON LOS NIÑOS / GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

PRIMERA SEMANA ANTES DEL CONCIERTO

a. Se proporcionará un afiche promocional interactivo por aula de 1.º a 4.º el día lunes de esa semana.

La pieza busca generar expectativa crear una experiencia divertida a través del juego.

Los afiches estarán diseñados según la etapa de aprendizaje

1.º y 2.º primaria: La imagen se completará por medio de stickers.

3.º y 4.º: Afiche rompecabezas que será armado en pequeños grupos de tres. Se colocará pegado en el salón de clase.

Estos aspectos deberán ser detallados por el encargado de aula según las instrucciones expuestas en la guía para maestros.

B. El día miércoles de esa misma semana se instalarán en cartelera de primaria afiches alusivos al evento con la misma imagen gráfica y elementos bajo el título “Mi primera sinfonía” y el logotipo de SOG. Lo que le permitirán asociar las imágenes del afiche interactivo de cada aula.

La pieza busca persuadir a los niños, ayudarlos a generar una asociación con la actividad de clase con el evento, motivarlos a cuestionarse: “¿Qué es esto?”

C. El viernes de esa semana se instalará en cartelera el tercer afiche con la imagen de un niño y datos del evento, fecha y hora. Para culminar la comunicación del mismo. Adicional el colegio deberá enviar un documento formar extendido por la institución (circular) que detalle la actividad y su costo (Q.25). Junto con esto se le brindará un recurso pedagógico con instrucciones para que realicen su propio instrumento de viento (violín) en casa con ayuda de sus padres.

FASE 1 PRIMER CONTACTO

¿Qué tan funcional es la metodología de los e-mailings desde un punto de vista mercadológico para dar a conocer un proyecto que involucra una razón social?

¿El proceso del primer contacto es claro y efectivo?

¿Qué mejoraría en el proceso del primer contacto con el grupo objetivo?

FASE 2 CONFIRMACIÓN DE EVENTO

¿Considera que el material que será utilizado para el agradecimiento es efectivo para darle cierre a la etapa de primer contacto?

¿Considera lo suficientemente explicativa la guía para maestros?

¿Cómo se podría simplificar el proceso y que sea funcional? ¿Es el proceso indicado?

FASE 3 COMUNICACIÓN CON LOS NIÑOS / GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

¿El proceso a llevar a cabo por medio de los afiches interactivos es el indicado para intervenir en la atención de los niños e introducir el evento a manera de expectativa? ¿Qué mejoraría para facilitar el proceso y optimizar el tiempo?

¿Haría falta integrar la imagen de una niña?

FASE 4 DURANTE EL CONCIERTO

¿La guía a ser utilizada para realizar “Mi primer instrumento aporta al sentido didáctico del evento?

ANEXO 13.1

RESULTADOS DE VALIDACIÓN / EXPERTO: MERCADÓLOGO

ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA

Se aplicó el instrumento a un profesional experto en planificación estratégica de medios:

Experto: Licdo. Pablo Andrés Osorio /

Licenciado en Administración de empresas con enfoque en Mercadeo y Publicidad. Catedrático de la Universidad Galileo. Posee una doble licenciatura en Diplomacia y Relaciones Internacionales. Es actualmente, encargado de la administración y mercadeo del Colegio IMB-PC. Posee una trayectoria de 7 años en la implementación del proyecto “Expo marca”, en el cual los alumnos de perito en mercadeo desarrollan en el cuarto año de carrera el rediseño de una marca existente y campaña publicitaria. Posee experiencia en proyectos sociales. Ha trabajado con la Fundación Sobrevivientes y La Casa del Alfarero.

FASE 1 PRIMER CONTACTO

¿Qué tan funcional es la metodología de los e-mailings? desde un punto de vista mercadológico para dar a conocer un proyecto que involucra una razón social?

A simple vista es muy llamativo, invertiría la posición de la información. A nivel marca está bien que quede así pero lo que se quiere es dar a conocer que el Sistema de Orquestas de Guatemala, tiene un concierto que se llevará a los colegios, este punto es lo más importante. Adicionalmente los datos de las competencias a adquirir puede ir después como un dato secundario pero no menos importante. Sí un directivo ve esto no sabrá a simple vista de quien se trata.

¿El proceso del primer contacto es claro y efectivo?

Sí, aunque el video está demasiado rápido en ciertas partes, la tipografía podría ser de mayor tamaño. Buscar un balance entre texto e imagen. La información podría estar de lado derecho.

¿Qué mejoraría en el proceso del primer contacto con el grupo objetivo?

Mejoraría lo que mencioné anteriormente, más tiempo en el video.

FASE 2 CONFIRMACIÓN DE EVENTO

¿Considera que el material a ser utilizado para el agradecimiento es efectivo para darle cierre a la etapa de primer contacto?

Es el indicado, sin embargo la guía, hace falta especificar

que deberá ser facilitada a cada maestro de aula. Es importante considerar también los recursos con los que cuenta cada colegio. Sí es el Suizo Americano, dondó la tecnología es optimizada esta bien que sea digital. ¿Pero que pasa si no es así?

¿Considera lo suficientemente explicativa la guía para maestros?

Sí, es interactiva posee la misma imagen. En el caso de los afiches que son rompecabezas, no se logra ver en la imagen que es un rompecabezas, por lo que es necesario que esto esté claro. Ojo con eso, eso sí habría que corregirlo.

¿Cómo se podría simplificar el proceso y que sea funcional? ¿Es el proceso indicado?

Esto va a depender de la comunicación después de la confirmación del evento. Habría que pensar en la manera en la que se entregará el material por parte de la organización. El proceso no es tan complicado, teniendo claro esto es viable y funcional.

FASE 3 COMUNICACIÓN CON LOS NIÑOS / GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

¿El proceso a llevar a cabo por medio de los afiches interactivos es el indicado para intervenir en la atención de los niños e introducir el evento a manera de expectativa? ¿Qué mejoraría para facilitar el proceso y optimizar el tiempo?

El proceso lo veo bien, encuentro un poco de problema al momento de interactuar con ellos. Los maestros tendrán indicárselo. Por otro lado talvez no todos podrán participar. Sin embargo es una propuesta buena para motivarlos a través del juego. Incluiría una hoja de trabajo para reforzar y complementar

el proceso. Sobre todo porque se habla de una actividad didáctica.

¿Los afiches de cartelera, son funcionales para dar a conocer el evento? ¿Qué mejoraría?

Son efectivos para que se familiaricen con el evento, agregaría frases cortas para complementar el sentido de cada uno. Los niños de 7 años saben leer, el proceso no se dificultaría.

¿Haría falta integrar la imagen de una niña?

Sí, esto es fundamental, sí el colegio es de niños hay un afiche para ellos pero ¿qué pasa si es de niñas? ¿y si es mixto? hablamos mucho de inclusión, de que todos somos uno. Al ponerlos por separado se fomenta esta diferenciación.

FASE 4 DURANTE EL CONCIERTO

¿La guía a ser utilizada para realizar “Mi primer instrumento aporta al sentido didáctico del evento?

Sí aunque falta la presencia de marca, reforzarla. Por otro lado informar al padre de familia mediante una voz de la organización sobre que es el evento y qué competencias pretende reforzar o fomentar. Este es el único material que conservará el padre de familia, hace falta integrar algún contacto, página web o de Facebook.

ANEXO 14

INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN / DISEÑADOR GRÁFICO

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Se llevará a cabo una entrevista a un diseñador gráfico con las piezas impresas y audiovisuales, se les brindará una introducción:

El Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG), es una organización sin fines de lucro que busca el desarrollo, el fomento de valores, la prevención de violencia y la inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país por medio de la práctica colectiva de la música. Actualmente tiene tres núcleos en donde la orquesta esta conformada por niños jóvenes.

La organización requiere una propuesta de material publicitario que promueva la asistencia a la temporada de conciertos didácticos dirigidos a niños de nivel socioeconómico alto de 1.º a 4.º. primaria pertenecientes a colegios prestigiosos de la ciudad de Guatemala. Se requiere además fomentar el aprendizaje en los niños sobre los instrumentos de cuerda y marimba.

Dato* Los niños pertenecen al grupo objetivo secundario, los padres de familia y directiva de colegios tendrán contacto con el material previamente y son quienes lo autorizarán.

EMAILING

*La organización posee una base de datos conformada por 60 colegios, el primer contacto con base a un e-mailing.
¿Considera que esta pieza posee la estructura necesaria para informar el evento, de manera llamativa y efectiva?*

¿Los botones que indican acciones son evidentes? ¿Qué mejoraría?

¿La tipografía es legible e indicada para un formato digital?

VIDEO

¿Posee el timing necesario para garantizar la legibilidad del contenido?

¿Cuál sería un punto de mejora en cuanto a los elementos gráficos utilizados?

El video dura 40 segundos. ¿Considera que es lo suficientemente conciso para dar a conocer información puntual del evento o hace falta profundizar?

¿Las animaciones y transiciones son de ayuda para aportar movimiento a la propuesta? ¿Qué mejoraría?

GUÍA PARA MAESTROS

¿El formato debería ser impreso y digital?

De acuerdo a la semiótica del color, fue seleccionada una paleta que correspondiera al color fantasioso. ¿Considera

de apoyo su aplicación para un evento dirigido a niños cuya imagen debe connotar diversión? ¿ Por qué?

FUNCIONALIDAD DE AFICHES

¿Al poseer afiches interactivos dentro de cada aula, se facilita la interactividad y la memorabilidad?

¿El valor emotivo es muy importante, considera que apartir de la interactividad se logra un mayor valor emotivo para los niños?

¿Se logra la identificación mediante la utilización de la imagen de un niño en el afiche de cartelera? ¿Qué hace falta?

TIPOGRAFÍA

¿El titular posee el peso visual necesario para enfatizar el nombre del evento? Explique

RECURSO PEDAGÓGICO

¿La iconografía utilizada en la Guía “Mi primer instrumento” es la indicada para niños y padres?

¿Genera una experiencia memorable porque le permite a los niños interactuar y compartir una experiencia divertida y lúdica? ¿Cuál sería un punto de mejora?

ANEXO 14.1

RESULTADOS DE VALIDACIÓN / DISEÑADOR GRÁFICO

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Se aplicó el instrumento de entrevista a la diseñadora gráfica:

Experto: Jose Luis Tello

Diseñador gráfico, fotógrafo, experiencia producción audiovisual. Experiencia en diseño publicitario. Creador del estudio Tohu Design.

EMAILING

***La organización posee una base de datos conformada por 60 colegios, el primer contacto con base a un e-mailing.
¿Considera que esta pieza posee la estructura necesaria para informar el evento, de manera llamativa y efectiva?***

Es llamativa, posee una estructura a base de bloques de información que permite enfatizar en diferentes puntos como el contacto o visualizar más detalles del evento. Hay presencia del logotipo de la organización y su información puntual para contactar, el formulario permite además contactar directamente con ellos y en el caso esto resulte incómodo, tener la libertad de contactar con la persona encargada.

¿Los botones que indican acciones son evidentes? ¿Qué mejoraría?

Poseen un buen tamaño, se hace evidente que es un botón. El contraste de blanco sobre fondo de color facilita su legibilidad. No hay pierde.

¿La tipografía es legible e indicada para un formato digital?

Sí, sus trazos san serif permiten leer perfectamente el contenido, el tamaño es el indicado si se visualiza en pantalla. Se tendría que generar pruebas para su visualización en otros dispositivos.

VIDEO

¿Posee el timing necesario para garantizar la legibilidad del contenido?

Es el adecuado, no debería ser mayor a un minuto. En el primer slide no se logra a leer por completo. Aumentaría el tiempo en donde el contenido es un poco más extenso.

¿Cuál sería un punto de mejora en cuanto a los elementos gráficos utilizados?

No mejoraría nada.

El video dura 40 segundos. ¿Considera que es lo suficientemente conciso para dar a conocer información puntual del evento o hace falta profundizar?

Como mencioné, es el indicado siempre y cuando se logre leer toda la información.

¿Las animaciones y transiciones son de ayuda para aportar movimiento a la propuesta? ¿Qué mejoraría?

Se relacionan con el papel que se utilizó en la propuesta gráfica, mejoraría la fluidez. Al procurar que todo quede en un timing perfecto no mayor a los 40 segundos se descuido este aspecto. Pero puede mejorar.

GUÍA PARA MAESTROS

¿El formato debería ser impreso y digital?

Digital, sobre todo si el grupo objetivo son colegios medio alto, alto. Ellos poseen la capacidad de manejar contenido digital. No representa una cantidad extensa y complicada de entender, imprimirlo considero no es fundamental.

De acuerdo a la semiótica del color, fue seleccionada una paleta que correspondiera al color fantasioso. ¿Considera de apoyo su aplicación para un evento dirigido a niños cuya imagen debe connotar diversión? ¿Por qué?

Es totalmente infantil, el lenguaje utilizado, el titular y los elementos colgantes corresponde a un público conformado por niños.

FUNCIONALIDAD DE AFICHES

¿Al poseer afiches interactivos dentro de cada aula, se facilita la interactividad y la memorabilidad?

Sí, aunque el proceso podría ser complejo al tener a disposición tan poco material.

¿El valor emotivo es muy importante, considera que apartir

de la interactividad de logra un mayor valor emotivo para los niños?

Si se incluye el juego y la experiencia, se está fomentando la generación de emociones y sensaciones. La interactividad es muy importante para los niños, el estimularlos únicamente con imágenes sin algo más no es tan funcional.

¿Se logra la identificación mediante la utilización de la imagen de un niño en el afiche de cartelera? ¿Qué hace falta?

Sí se logra la identificación, no haría falta nada más.

TIPOGRAFÍA

¿El titular posee el peso visual necesario para enfatizar el nombre del evento? Explique

Sí, no le agregaría más. Si se le agregaría algún elemento extra junto con los elementos de los lados (estrella, rombo, etc) se saturaría. La imagen es limpia y clara. El estilo tipográfico por sus trazos, es infantil y amigable.

RECURSO PEDAGÓGICO

¿La iconografía utilizada en la Guía “Mi primer instrumento” es la indicada para niños y padres?

Es la adecuada.

¿El recurso pedagógico genera una experiencia memorable porque le permite a los niños interactuar y compartir una experiencia divertida y lúdica? ¿Cuál sería un punto de mejora?

de apoyo su aplicación para un evento dirigido a niños, cuya imagen debe connotar diversión? ¿ Por qué?

Es de apoyo, resulta siendo un material a manera de juego. Probablemente no olviden que hicieron su instrumento. Además les permite guardarlo o jugar con el. Cumple con el propósito pedagógico del evento.

FUNCIONALIDAD DE AFICHES

¿Los afiches de cartelera son lo suficientemente llamativos para captar la atención del grupo objetivo?

Sí son llamativos. El manejo de la paleta de color, los elementos gráficos utilizados y el recurso del uso del papel da lugar a una gráfica diferente y fresca.

¿Al poseer afiches interactivos dentro de cada aula, se facilita la interactividad y la memorabilidad?

Sí lo facilita, al ser un afiche por aula podría despertar decepción en los niños que no participan. Pero sí les está motivando

¿El valor emotivo es muy importante, considera que a partir de la interactividad se logra un mayor valor emotivo para los niños?

Por su puesto, los niños disfrutan más haciendo, un mensaje puede posicionarse en su cabeza si interactúan.

¿Se logra la identificación mediante la utilización de la imagen de un niño en el afiche de cartelera? ¿Qué hace falta?

Sí se logra, faltaría colocar a la niña en el caso de un colegio mixto,

el mensaje quizá no les llamaría la atención o quizás sí pero para solventar esta posible problemática debe existir un afiche con una niña.

ANEXO 15

INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN / DISEÑADOR GRÁFICO EDUCATIVO

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Se llevará a cabo una entrevista a un diseñador gráfico con experiencia en materiales educativos con las impresas y audiovisuales, se les brindará una introducción:

El Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG), es una organización sin fines de lucro que busca el desarrollo, el fomento de valores, la prevención de violencia y la inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país por medio de la práctica colectiva de la música. Actualmente tiene tres núcleos en donde la orquesta esta conformada por niños jóvenes.

La organización requiere una propuesta de material publicitario que promueva la asistencia a la temporada de conciertos didácticos dirigidos a niños de nivel socioeconómico, alto de 1.º a 4.º primaria pertenecientes a colegios prestigiosos de la ciudad de Guatemala. Se requiere además fomentar el aprendizaje en los niños sobre los instrumentos de cuerda y marimba.

Dato* Los niños pertenecen al grupo objetivo secundario, los padres de familia y directiva de colegios tendrán contacto con el material previamente y son quienes lo autorizarán.

COLOR Y CONCEPTO

De acuerdo a la semiótica del color, fue seleccionada una paleta que correspondiera al color fantasioso. ¿Considera de apoyo su aplicación para un evento dirigido a niños cuya imagen debe connotar diversión? ¿Por qué?

El concepto: “Sonoros dobleces de diversión” se evidencia en la gráfica”?

EMAILING

La organización posee una base de datos conformada por 60 colegios, el primer contacto es en base a un e-mailing. ¿Considera que esta pieza es una buena manera de abordar la promoción del evento?

¿Posee el tono adecuado para un directivo o maestro? ¿Cuál sería un punto de mejora?

¿El emailing enfatiza el carácter didáctico del evento?

VIDEO

¿Existe un buen balance entre tiempos destinados para contenido escrito y transiciones?

¿Cuál sería un punto de mejora en cuanto a los elementos gráficos utilizados?

El video dura 40 segundos. ¿Considera que es lo suficientemente conciso para dar a conocer información puntual del evento o hace falta profundizar?

GUÍA PARA MAESTROS

¿Posee un tono adecuado para dirigirse a un directivo?

¿El manejo del contenido y su forma es favorable para generar un material amigable y funcional?

FUNCIONALIDAD DE AFICHES

¿Los afiches de cartelera son lo suficientemente llamativos para captar la atención del grupo objetivo?

¿Al poseer afiches interactivos dentro de cada aula, se facilita la interactividad y la memorabilidad? ¿Qué hace falta para mejorar este proceso?

¿El manejo de color azul y morado fomenta los estereotipos de género a partir del color y la frase: “El azul es de niños y el morado de niñas?”

RECURSO PEDAGÓGICO

¿Cuál considera es el tono de comunicación de esta pieza? ¿Es de apoyo para el aprendizaje lúdico?

¿Considera funcional la iconografía utilizada? ¿Qué hace falta mejorar?

¿Las dimensiones de la guía son las indicadas para la ergonomía del niño y padre/madre?

PROMOCIONAL

¿Es adecuado para incitar a los niños y darle cierre a la fase del concierto? ¿ Por qué?

ANEXO 15.1

RESULTADOS DE VALIDACIÓN / DISEÑADOR GRÁFICO EDUCATIVO

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Se aplicó el instrumento de entrevista a la diseñadora gráfica:

Experta: Licda. Jennifer Valvert

Docente de la Universidad Rafael Landívar. Experiencia en diseño gráfico e ilustración infantil. Laboró además en D&A Publicidad, Guatemala. Experiencia en diseño educativo.

COLOR Y CONCEPTO

De acuerdo a la semiótica del color, fue seleccionada una paleta que correspondiera al color fantasioso. ¿Considera de apoyo su aplicación para un evento dirigido a niños cuya imagen debe connotar diversión? ¿Por qué?

El concepto: “Sonoros dobleces de diversión” se evidencia en la gráfica”?

Totalmente, la técnica del papercraft se evidencia.

EMAILING

La organización posee una base de datos conformada por

60 colegios, el primer contacto con base a un e-mailing.

¿Considera que esta pieza es una buena manera de abordar la promoción del evento?

Sí, esta super bien. Es claro y conciso además tiene el video que profundiza en el evento.

¿Posee el tono adecuado para un directivo o maestro? ¿Cuál sería un punto de mejora?

Es el adecuado.

¿El emailing enfatiza el carácter didáctico del evento?

VIDEO

¿Existe un buen balance entre tiempos destinados para contenido escrito y transiciones?

Sí existe un buen balance entre imagen y texto, sin embargo, está muy rápido.

¿Cuál sería un punto de mejora en cuanto a los elementos gráficos utilizados?

La gráfica está linda. Un punto de mejora sería quizás integrar frases como: ¿Estás listo? Muchas veces no es solo la estética sino el porqué de las piezas, la estrategia de cómo va a funcionar.

El video dura 40 segundos. ¿Considera que es lo suficientemente conciso para dar a conocer información puntual del evento o hace falta profundizar?

Sí, es la cantidad adecuada y el tiempo necesario. También hay

que tomar en cuenta que esta un poco rápido lo que puede dificultar la lectura. Pero por el tipo de imágenes, aunque el video durara más de 1 minuto, no sería aburrido verlo.

GUÍA PARA MAESTROS

¿Posee un tono adecuado para dirigirse a un directivo?

Sí

¿El manejo del contenido y su forma es favorable para generar un material amigable y funcional?

Sí aunque sería bueno también adjuntar instrucciones impresas para cada maestra de grado, esto depende de los recursos que tenga cada colegio. Pero podría ser confuso para las maestras buscar en la guía qué es lo que le corresponde.

FUNCIONALIDAD DE AFICHES

¿Los afiches de cartelera son lo suficientemente llamativos para captar la atención del grupo objetivo?

Sí lo son, valdría la pena incluir frases para no dejar únicamente la imagen sin hacer referencia a algo más que los incentive e invite como: ¿preparate? El niño es importante para dar lugar a la identificación por parte de los demás niños.

¿Al poseer afiches interactivos dentro de cada aula, se facilita la interactividad y la memorabilidad? ¿Qué hace falta para mejorar este proceso?

Sí lo son pero tendría que pensarse en cómo se le va a vender

a idea a los niños. Sí es solo un afiche tendría que pensarse en la cantidad de niños por aula. ¿Cómo va a decirle la maestra que deben usarse? Sí solo tiene 8 stickers probablemente solo 8 niños participen y el resto no tuvieron ese acercamiento.

Los stickers funcionan para niños más pequeños, por las edades un rompecabezas para todos sería una solución. Así se facilitarían las instrucciones en la guía para maestros al haber solo una actividad. Debe existir un material que le permita a todos participar y que permita cerrar esa fase.

¿El manejo de color azul y morado fomenta los estereotipos de género a partir del color y la frase: “El azul es de niños y el morado de niñas?”

No, talvez es necesario incluir un afiche con una niña para evitar que el mensaje no sea captado por ellas al momento de ver la imagen. No se fomenta nada de eso, hay percepciones que ya están establecidas en los niños y no podemos cambiarlo.

RECURSO PEDAGÓGICO

¿Cuál considera es el tono de comunicación de esta pieza? ¿Es de apoyo para el aprendizaje lúdico?

Sí, es de apoyo. Este material podría darse para cerrar la fase del juego en cada salón. El primer grupo al terminar se le premia con uno de estos aunque al final todos lleven uno a casa.

¿Considera funcional la iconografía utilizada? ¿Qué hace falta mejorar?

Esta bien, las instrucciones son claras. Valdría la pena adaptarlo

al aprendizaje según la etapa de desarrollo. La alternativa de que los niños hagan una marimba es una solución.

¿Las dimensiones de la guía son las indicadas para la ergonomía del niño y padre/madre?

El tamaño es el indicado

PROMOCIONAL

¿Es adecuado para incentivar a los niños y darle cierre a la fase del concierto? ¿ Por qué?

Sí, ayuda a darle cierre al evento y que los niños se lleven una parte de el a casa.

ANEXO 16

INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN / DISEÑADOR GRÁFICO ILUSTRADOR

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Se llevará a cabo una entrevista a 1 ilustrador con las piezas impresas y audiovisuales, se les brindará una introducción:

El Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG), es una organización sin fines de lucro que busca el desarrollo, el fomento de valores, la prevención de violencia y la inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país por medio de la práctica colectiva de la música. Actualmente tiene tres núcleos en donde la orquesta esta conformada por niños jóvenes.

La organización requiere una propuesta de material publicitario que promueva la asistencia a la temporada de conciertos didácticos dirigidos a niños de nivel socioeconómico alto de 1.º a 4.º primaria pertenecientes a colegios prestigiosos de la ciudad de Guatemala. Se requiere además fomentar el aprendizaje en los niños sobre los instrumentos de cuerda y marimba.

Dato* Los niños pertenecen al grupo objetivo secundario, los padres de familia y directiva de colegios tendrán contacto con el material previamente y son quienes lo autorizarán.

ILUSTRACIÓN GENERAL / AFICHES

¿La paleta del color posee un contraste adecuado para dirigirse a un publico infantil? Explique

¿El manejo de elementos gráficos a acompañado de una paleta de color fantasiosa favorece a la generación de una gráfica divertida? Explique

El concepto: Sonoros dobles de diversión. ¿Se evidencia a través de la gráfica?

FOTOGRAFÍA

¿El manejo de luces y sombras permite visualizar detalles de la técnica utilizada en la elaboración cada pieza? ¿Que aspecto se debe tener en cuenta como punto de mejora?

ENCUADRES: SELECCIONE UNA OPCIÓN

- 1. Es el indicado para comunicar visualmente de que se trata el evento.*
- 2. Permite el manejo de perspectivas y puntos de enfoque.*
- 3. No es el indicado ya que algunos elementos dentro del mismo no se comprenden.*
- 4. Permite el un buen aprovechamiento del formato y representa al evento.*

OBSERVACIONES:

ANEXO 16.1

RESULTADOS DE VALIDACIÓN / DISEÑADOR GRÁFICO ILUSTRADOR

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Se aplicó el instrumento de entrevista a dos ilustradores:

Experta: Licda. Jenn Tercero / (J.T)

Acargo del diseño de librería Sophos, diseñadora gráfica graduada en la UNIS. Se ha dedicado a la ilustración en publicaciones con editorial Santillana, exposiciones colectivas como el homenaje a Miguel Ángel Asturias en FILGUA 2017. Panelista en el tema de ilustración y actualmente imparte talleres en universidades y es catedrática en la UNIS.

Experto: Licdo. Herman Alberto Montenegro Aguilar / (H.A.)

Ha trabajado en publicidad durante 23 años, en McCann Erickson, Eco Y&R, Braining Brands y BBDO para cuentas como ESSO, Coca Cola, Cerveza Gallo, Telefónica, Colgate, Big Cola, Vivibanco, Molinos Modernos, entre otras.

Adicionalmente también ha trabajado proyectos de ilustración para editorial Santillana, Usaid y Sieca.

ILUSTRACIÓN GENERAL / AFICHES

¿La paleta del color posee un contraste adecuado para dirigirse a un público infantil? Explique

J.T: Sí. Utiliza una paleta limitada, basada en colores planos lo que permite que el infante se fije en la forma y la composición completa, así no se distrae por la saturación de elementos.

H.A: Considero muy adecuada, es una paleta con un alto contraste y colores brillantes haciéndose llamativa y alegre.

¿El manejo de elementos gráficos a acompañado de una paleta de color fantasiosa favorece la generación de una gráfica divertida? Explique

J.T: La paleta de color es adecuada y el uso del magenta y morado para hacer alusión a la mística y fantasía, es correcto. El punto a mejorar podría ser arriesgarse un poco más con la composición, es bueno cuidar la unidad pero con una paleta de colores y un estilo de ilustración tan definido se pueden tomar ciertas libertades en la composición.

H.A: Quizá podría agregársele algún elemento gráfico que enriquezca el titular como composición.

El concepto: Sonoros dobleces de diversión. ¿Se evidencia a través de la gráfica?

J.T: Sí, se entiende que las ilustraciones de papel están haciendo alusión a un evento musical.

H.A: El recurso refuerza el concepto que se desea y construye muy bien el mensaje pero no es evidente, sin embargo, si

comunica a la perfección el carácter lúdico de la música.

FOTOGRAFÍA

¿El manejo de luces y sombras permite visualizar detalles de la técnica utilizada en la elaboración de cada pieza? ¿Que aspecto se debe tener en cuenta como punto de mejora?

J.T: Sí, la iluminación y el trato que se le dió a la fotografía permite ver y entender la ilustración. Aspectos que se deben tener en cuenta es aprovechar los recursos, ya que se hicieron estas ilustraciones, cambiar los planos, algún primer plano o un plano medio para apreciar los detalles y da variedad en la composición.

H.A: Sí es notoria la tecnica de escultura en papel, quizás podrían agregárseles otros elementos complementarios por ejemplo un atril de partituras en la pieza del niño.

ENCUADRES: SELECCIONE UNA OPCIÓN Y EXPLIQUE SU RESPUESTA:

Ambos seleccionaron el inciso 1

Es el indicado para comunicar visualmente de que se trata el evento.

OBSERVACIONES:

J.T: Me agrada la experimentación con ilustración alternativa, eso enriquece las piezas y hace la diferencia en la efectividad de muchos proyectos.

H.A: Es un visual muy limpio y ordenado.

ANEXO 17

INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN / ADMINISTRADOR

Se llevará a cabo una entrevista a un experto en el área financiera con el detalle de la proyección, se les brindará una introducción y se le detallará la proyección financiera realizada.

El Sistema de Orquestas de Guatemala (SOG), es una organización sin fines de lucro que busca el desarrollo, el fomento de valores, la prevención de violencia y la inclusión de los niños y jóvenes más vulnerables del país por medio de la práctica colectiva de la música. Actualmente tiene tres núcleos en donde la orquesta esta conformada por niños jóvenes.

La organización requiere una propuesta de material publicitario que promueva la asistencia a la temporada de conciertos didácticos dirigidos a niños de nivel socioeconómico alto de 1.º a 4.º primaria pertenecientes a colegios prestigiosos de la ciudad de Guatemala. Se requiere además fomentar el aprendizaje en los niños sobre los instrumentos de cuerda y marimba.

Dato* Los niños pertenecen al grupo objetivo secundario, los padres de familia y directiva de colegios tendrán contacto con el material previamente y son quienes lo autorizarán.

Se estableció la proyección financiera de acuerdo al material que se utilizará en el desarrollo del proceso de comunicación del concierto. Por lo que fue importante detallar la cantidad de material que fueran distribuidos e impresos de acuerdo a una proyección en relación a la base de datos de la organización conformada por 60 colegios. Se desarrolló una planificación del manejo de los recursos gráficos, siendo estos: E - mailings / video / guía para maestros. Afiches interactivos / afiches en cartelera / recursos pedagógicos / promocional. Los precios según cotizaciones (Anexo 9).

El número de secciones por grado se promedió a 3 secciones

 **E-MAILING / VIDEO**
60 e-mailings según base de datos / vía Mailchimp
SIN COSTO

 **GUÍAS PARA MAESTROS**
1 guías por sección 1.º a 4.º primaria
12 POR COLEGIO
TOTAL: 720

 **AFICHES INTERACTIVOS**
SIN COSTO

1 afiche interactivos por sección 1.º a 4.º primaria
Considerando 1 afiche por aula de cada grado con 3 secciones = 3 afiches. De 1.º a 4.º (4 grados) = 12
12 POR COLEGIO
TOTAL: 720

Q. 5,436

 **AFICHES EN CARTELERA**

3 afiches en cartelera en nivel primario

3 POR COLEGIO

TOTAL: 180

Q. 810

 **RECURSO PEDAGÓGICO**

240 recursos por colegio

240 POR COLEGIO

TOTAL: 14,400

Considerando que cada sección (3 secciones) se compone de 20 niños = 60 niños por grado = 240

Q. 1,568

 **MATERIAL PROMOCIONAL**

240 botones promocionales

240 POR COLEGIO

TOTAL: 14,400

Considerando que cada sección (3 secciones) se compone de 20 niños = 60 niños por grado = 240

Q. 36,000

GASTOS EXTRAS

Se consideró un rubro de gastos extras para utilizar en el evento

Material adicional: sobres para entregar el material a los colegios.

Transporte: Considerando que la orquesta se trasladará a cada locación. Se tiene como objetivo buscar patrocinio.

Q. 10,000

COSTO TOTAL

 **AFICHES INTERACTIVOS**

Q. 5,436

 **AFICHES EN CATELERA**

Q. 810

 **RECURSO PEDAGÓGICO**

Q. 1,568

 **PROMOCIONAL MATERIAL**

Q. 36,000

Q. 10,000

GASTOS EXTRAS

Costo aproximado al 100% de la base de datos

Q.53,814

Costo unitario por concierto:

Q.896.9

Como complemento, se consideró generar una relación en cuanto a la cantidad de niños que podrían ser beneficiados por la donación por conciertos:

COSTO POR APADRINAMIENTO

Q. 800

COSTO POR APADRINAMIENTO ANUAL

Q. 600

COSTO NECESARIO PARA GENERAR EL APADRINAMIENTO ANUAL

Q. 200

A un 25% de costo total por apadrinamiento

VALOR DE DONACIONES POR APADRINAMIENTO

Q. 32

POR CADA 32 DONACIONES DE Q.25 SE APADRINA A UN NIÑO POR UN AÑO

PROYECCIÓN FINANCIERA AL 50%

La organización posee patrocinadores como Cemaco y la Universidad Internaciones. Cemaco brindará impresiones. Se tiene la posibilidad de adquirir más patrocinadores. La proyección fue realizada para un estimado de 60 colegios como alcance ideal.

Sin embargo, se realizó una proyección al 50% (30 colegios):

	COSTOS 30 colegios	Q.41,050
240 NIÑOS POR COLEGIO	ENTRADA: Q. 25 Q.6,000 POR COLEGIO	
TOTAL 30 COLEGIOS <i>7,200 niños</i>	Q180,000	

RESUMEN DE PROYECCIÓN AL 50%

INGRESOS	Q.180,000
TOTAL COSTOS	Q.41,050
BALANCE	Q.138,950
TOTAL DE NIÑOS BENEFICIARIOS	232

POR CADA 32 NIÑOS 1 ES APADRINADO

PREGUNTAS

¿Cómo podría optimizarse los recursos sin limitar la cantidad de material para ser distribuido a cada colegio?

¿Qué rubro de los mencionados requiere considerar otro proveedor para reducir costos?

¿Es viable el proyecto para la recaudación de fondos de SOG?

¿Cómo considera que debe ser presentado el proyecto al momento de promoverlo ante más patrocinadores?

¿Cree que el costo es demasiado alto para lo que se está recaudando?

¿Como podrían Hacerse los gastos mas eficientes para que los recursos recaudados sean mayores?

ANEXO 17.1

RESULTADOS DE VALIDACIÓN / ADMINISTRADOR

Se aplicó el instrumento de entrevista A:

Experto: Licdo. Nelson Herrera

Auditor, asesor y consultor en empresas diversas en el área económica, área comercial y servicios.

PREGUNTAS

¿Cómo podría optimizarse los recursos sin limitar la cantidad de material para ser distribuido a cada colegio?

Evaluar la parte de los botones y afiches interactivos ya sea por medio de patrocinio u otro proveedor. Hay que considerar que al final no se implementará en el 100% de los colegios. Al reducir la cantidad al 80%. Habría que evaluar la viabilidad del proyecto. Si es viable con un 60% de asistencia o un 40% de asistencia. Si es viable en un 40% o 60% se estaría cubriendo un 20% más que excede la viabilidad. Esto reduciría el costo.

¿Qué rubro de los mencionados requiere considerar otro proveedor para reducir costos?

Como mencioné anteriormente los botones y los afiches interactivos

¿Es viable el proyecto para la recaudación de fondos de SOG?

Sí, es viable es un proyecto interesante. Visualizar los costos para evitar que no sea sacrificado económicamente. Ahora viable a nivel cultural lo es. Podría encontrarse más patrocinio.

¿Cómo considera que debe ser presentado el proyecto al momento de promoverlo ante más patrocinadores?

Lo más interactivo posible, a través de las piezas impresas a escala real. Además de los costos que este representa. Ofrecer la posibilidad de darles cobertura a los patrocinadores con presencia de marca en el material. Es un proyecto que interesaría a cualquier empresa desde el punto de vista de responsabilidad social empresarial.

¿Cree que el costo es demasiado alto para lo que se está recaudando?

Se encuentra en el límite, es lo justo que se debe de recaudar.

¿Como podría hacerse los gastos más eficientes para que los recursos recaudados sean mayores?

Minimizando los gastos extras para evitar que tengan tanto efecto.

Se debe buscar patrocinio mínimo 5 para diluir los costos. Como comentario adicional considerar el costo hora hombre (2,700 / 30 días / 8horas) en el costo de los correos e-mailings, para tener un costo real.

ANEXO 18

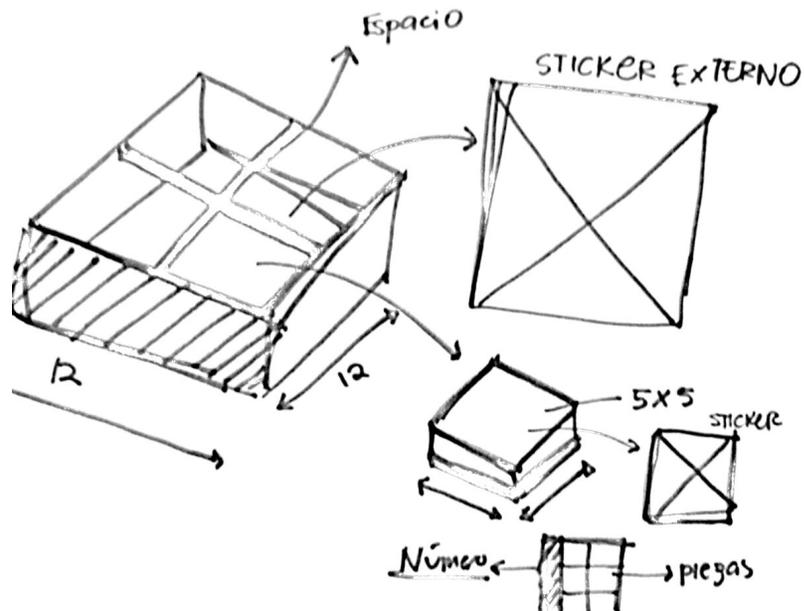
BOCETAJE DE CAMBIOS DE VALIDACIÓN

De acuerdo a los resultados de validación se determinó que era necesario integrar el afiche de una niña. Se dispuso a tomar fotografías. La opción seleccionada fue la opción con mayor calidad en cuanto a luz y enfoque. El afiche representa una parte importante de la imagen del evento, ya que se necesita la identificación de niños y niñas para el mismo.

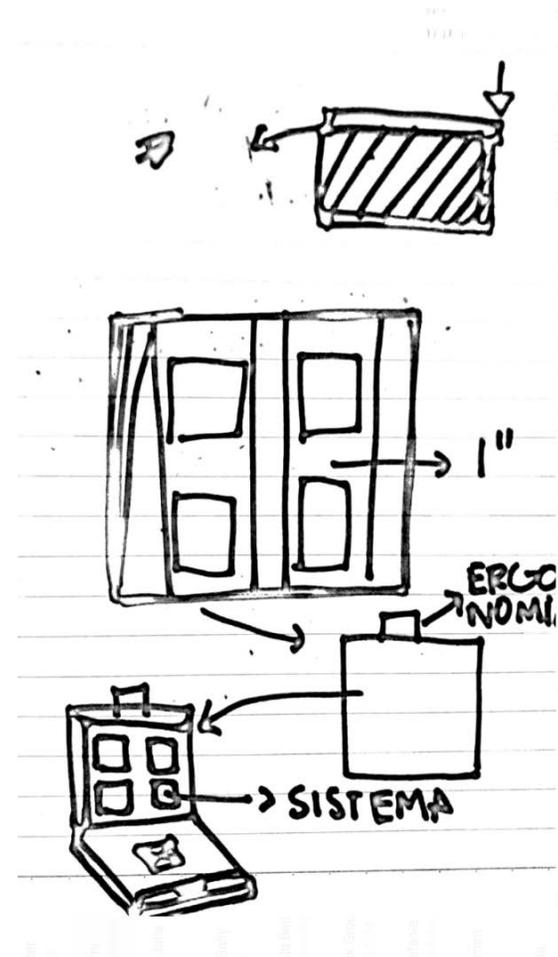


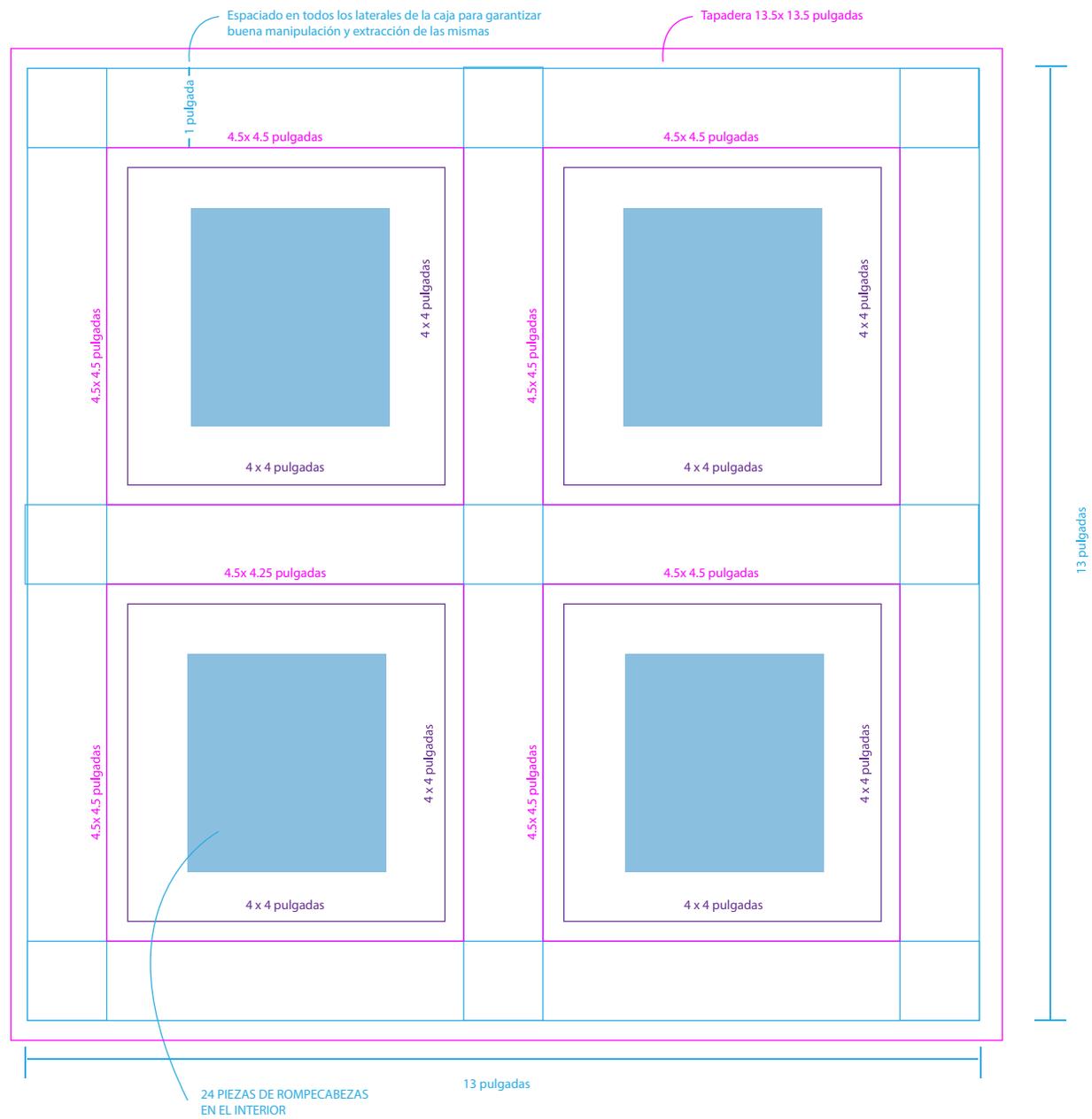


Los afiches interactivos se descartaron mediante el proceso de validación por lo que se dispuso a generar un recurso pedagógico a modo de rompecabezas, en el cual todos los niños tuvieran oportunidad de participación. Se detallaron las medidas:

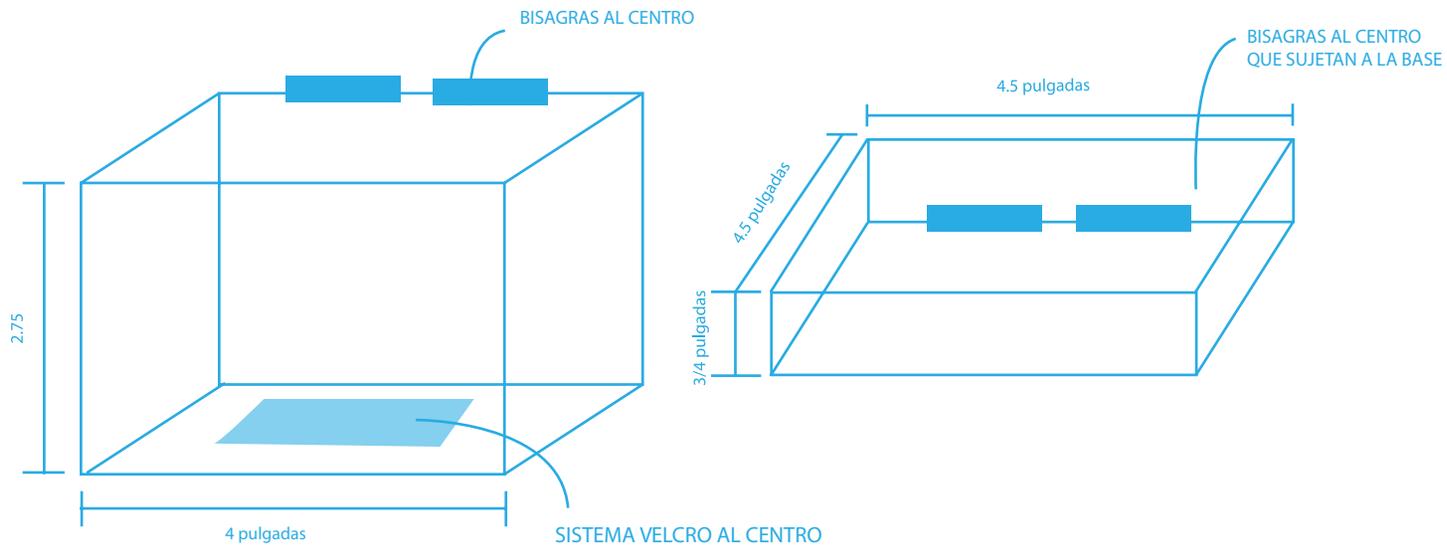


Fue importante considerar un tamaño prudencial para facilitar la manipulación de cada caja. El material pensado para el empaque es madera debido a su alta durabilidad.

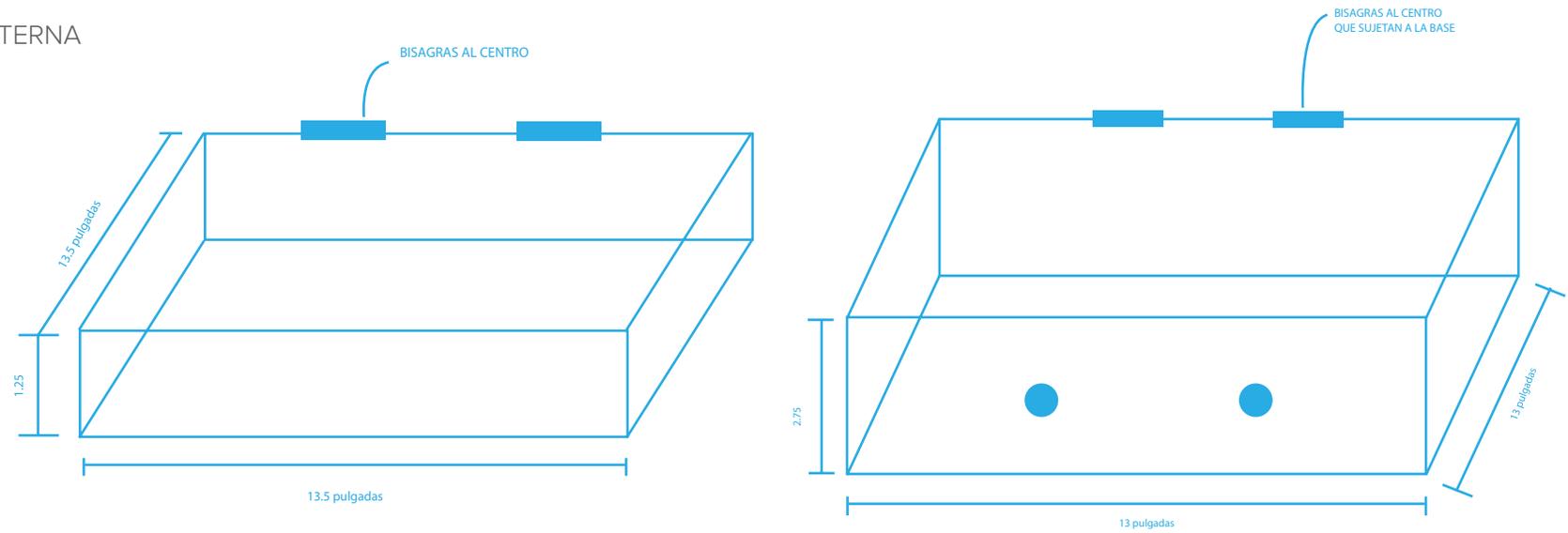




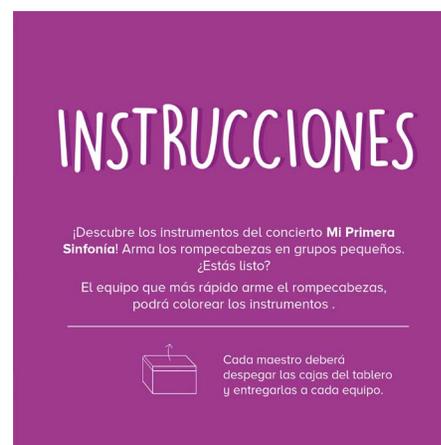
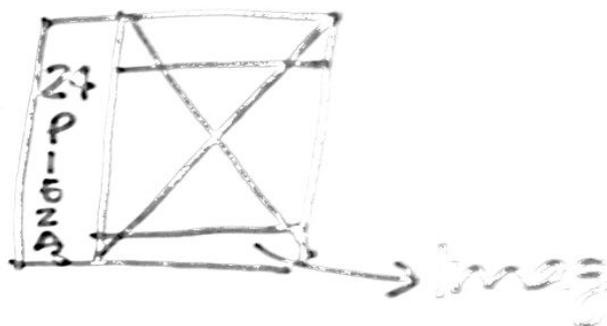
CAJA INTERNA



CAJA EXTERNA



La imagen gráfica fue adaptada al sticker exterior. Se seleccionó el nombre “La Caja de la Música” para contextualizar con el evento y otorgarle un tono divertido a la propuesta. Fue importante añadir un sticker de instrucciones en la cara interior de la tapa para evitar dudas.



Los afiches anteriores fueron adaptadas a un formato de menor tamaño 11x14 pulgadas y 24 piezas para garantizar que todos los niños van a participar.

Se adaptó la imagen y el número de piezas para asegurarse de que todas las piezas estén contenidas en el empaque.



Se añadieron frases para otorgarle sentido a cada imagen para finalizar en “Próximamente en tu colegio”.

ANEXO 19

COTIZACIONES



CONTÁCTENOS, S.A.
NIT. 4436888-7

COTIZACIÓN NO. **13,477** FECHA: **10/04/17**

CLIENTE: **Scarleth Amaya**

DIRECCIÓN: _____ NIT: _____

EMAIL: _____

COTIZACIÓN VÁLIDA: **Por 15 días hábiles** TIEMPO DE ENTREGA: **15 DÍAS HÁBILES**

FORMA DE PAGO **Efectivo** PREPARADA POR **Pablo Villela**

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
4,400	Botones de 3" incluye impresión	Q 2.50	Q 36,000.00
4,400	Desplegables impresión litográfica full color duplex tamaño carta en papel bond.	Q 0.27	Q 3,888.00
			Q 39,888.00

La variación del color del trabajo puede ser +/- 5% — Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega
Una vez firmada la cotización, ésta puede ser tomada como orden de compra y el Cliente acepta los diseños como artes finales
NOTA: Si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas, el valor de esta cotización está sujeto a revisión

Firma de Aceptado _____ Fecha Aceptado _____

2473-8095 // 4740-6809 cotizaciones@lastminute.net.gt www.lastminute.net.gt

JUMBO Almacen Jumbo, S.A.			Cotización No.			
Asesor a cargo: ELVIA SOC ventas.7@ajumbo.com			ES-01-18			
			23806000 ext. 131			
Cliente	Contacto	Fecha	Validez de la oferta			
Scarleth Amaya	Scarleth Amaya	23/04/2018	15 días			
Tiempo de Entrega	Condiciones de Pago	Empaque	Lugar de entrega			
15 días hábiles	50% de anticipo y 50% al entregar la mercadería	En bolsas de origen	En sala de ventas			
No.	Código	Descripción	Imagen	Cantidad	Precio U.	Precio T.
1		Botones de 03 pulgadas con impresión full color		14,400	Q 3.35	Q 48,240.00
2						Q -
3						Q -
					Total	Q 48,240.00
SI LA CANTIDAD ES MENOR VARIA PRECIO.						
A nombre de quien se factura:					NIT:	
Scarleth Amaya						
<p>* Pago de contado es: el realizado con depósito en efectivo o cheque (debe ser verificado y liberado) / con cheque preavisado / o con tarjeta de crédito (solo puede pagar la persona que aparece con su nombre en la tarjeta, sufre un recargo).</p> <p>* Tiempo de entrega: inicia a partir de confirmado el pago o la autorización de crédito aprobada por el área financiera.</p> <p>* Lugar de entrega: que sea dentro del perímetro de la ciudad y en área seguras. Existe un mínimo de compra, su asesor le informara.</p> <p>* Envíos departamentales: los gastos corren a cuenta del cliente quien indica a que lugar y porque transporte se envía.</p> <p>* No se aceptan cambios ni devoluciones, exceptuando productos con daño de origen.</p>						

Se eligió Last Minute como opción para impresión de botones, habiendo una diferencia significativa en el precio, ante Almacenes Jumbo, el segundo proveedor.



COTIZACIÓN No: 1245 FECHA: 16/04/2018
 CLIENTE: Scarlet Amaya
 DIRECCIÓN: NIT:
 EMAIL:
 COTIZACIÓN VALIDA: 7 días TIEMPO DE ENTREGA: 5 días
 FORMA DE PAGO: Contado PREPARA POR: Maria Dolores Ordoñez

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
240	Hojas de trabajo, impresión b/n en papel bond tamaño carta	Q0.75	Q180.00
120	Sticker de 2"x2" en adhesivo blanco	Q0.43	Q51.60
3	Tarjetas en opalina full color de 9"x9" laminado mate	Q9.00	Q9.00
720	Afiches full color en opalina 11x17	Q8.00	Q5,760.00
12	Rompezabezas 11"x14" Corte según día de troquel piezas rectangulares (Adjunto imagen) y laminado soft ambas caras	Q29.00	Q348.00
TOTAL			Q6,348.60

La variación del color del trabajo puede ser +/- 5% Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega
 Una vez firmada la cotización, esta puede ser tomada como orden de compra y el cliente acepta los diseños como artes finales.

NOTA: Si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas, el valor de esta cotización esta sujeta a revisión.

Firma de Aceptado

Fecha



CONTACTENOS, S.A.
 NIT. 4436888-7

COTIZACIÓN NO. M-0047 FECHA 24/04/2018
 CLIENTE IRIS LORENA
 TELÉFONO CELULAR
 EMAIL hiris1304@gmail.com
 COTIZACIÓN VÁLIDA POR 7 DÍAS TIEMPO DE ENTREGA
 FORMA DE PAGO PREPARADA POR

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
12	ROMPECABEZAS EN VINIL CON LAMINADO PATE SOBRE PVC, CORTADOS	Q 40.8333	Q 490.00
TOTAL			Q 490.00

La variación del color del trabajo puede ser +/- 5% — Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega
 Una vez firmada la cotización, esta puede ser tomada como orden de compra y el Cliente acepta los diseños como artes finales
NOTA: Si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas, el valor de esta cotización está sujeto a revisión

Firma de Aceptado

Fecha Aceptado



Att. Scarleth Amaya
CIUDAD

Presupuesto N°: 8093

Fecha: 17 abril 2018

Estimado cliente:
Nos es grato pasarles nuestra mejor oferta para la realización del siguiente trabajo:

Opción n°: 1 - HOJAS DE TRABAJO

Preimpresión: archivos suministrados por el cliente
Tamaño final: Carta (8.5" X 11")
Impresión: 1 color negro Tiro
Papel: Bond de 90 gr/m2
Finalización: cortar a tamaño final
Empaquetado: empaquetado de 240

Cantidad
240
Precio
Q 224,00

Opción n°: 2 - STICKER

Preimpresión: archivos suministrados por el cliente
Tamaño final: 2" X 2"
Impresión: full color Tiro
Papel: Adhesivo
Finalización: cortar a tamaño final
Empaquetado: empaquetado de 240

Cantidad
120
Precio
Q 235,20

Opción n°: 3 - STICKER

Preimpresión: archivos suministrados por el cliente
Tamaño final: 9" X 9"
Impresión: full color Tiro
Papel: Cartulina Smooth 216 Gramos
Finalización: cortar a tamaño final
Empaquetado: empaquetado de 3

Cantidad
3
Precio
Q 280,00



Att. Scarleth Amaya
CIUDAD

Presupuesto N°: 8246

Fecha: 19 abril 2018

Estimado cliente:
Nos es grato pasarles nuestra mejor oferta para la realización del siguiente trabajo:

Opción n°: 1 - HOJAS DE TRABAJO

Preimpresión: archivos suministrados por el cliente
Tamaño final: Carta
Impresión: 1 color negro Tiro
Papel: Bond de 90 gr/m2
Finalización: cortar a tamaño final
Empaquetado: empaquetado de 1000

Cantidad
14,400
Precio
Q 3.920,00

Conforme Cliente
Firma y sello

Atentamente les saluda,
Vanessa Ortiz
5030-7055
sac@mayaprin.com

Términos y condiciones.

- Esta cotización debe ser autorizada para proceder con el ingreso de toda orden de producción. Por favor, considerar la siguiente información.
1. La autorización de un archivo en PDF, libera de responsabilidad a la empresa de cualquier inconveniente por pautas incorrectas, imágenes en baja resolución, color (impreso-POD) y otros, indicados en el mismo.
 2. Las guías de troquel a utilizar en producción se autorizan a través del dummie firmado.
 3. Para la aplicación de acodix al material, siempre debe existir un pliegue autorizado.
 4. Los acabados seleccionados para el producto final (glástico matte, plástico soft touch y barniz matte), pueden variar el color del material impreso, que no se aprecian en la prueba de color.
 5. Cualquier inconformidad con respecto al producto final debe presentarse en un periodo máximo de 30 días desde la entrega.
 6. Para la reposición de cualquier material, es necesaria la devolución del mismo.
- Como firmante AUTORIZADO y reconozco haber leído esta cotización; verificando que no tenga ninguna alteración, y que el material ingresado a MAYAPRIN S.A. cumple con todos los requisitos solicitados para su proceso.

Mayaprin fue elegido como la mejor opción para la impresión de las hojas de trabajo, siendo estas por la cantidad, impresión litográfica. Ofrece un mejor precio a comparación de Last Minute.

Quienes poseen un proveedor externo para este tipo de impresión.



COTIZACIÓN No: 1245 FECHA: 16/04/2018
 CLIENTE: Scarlet Amaya
 DIRECCIÓN: NIT:
 EMAIL:
 COTIZACIÓN VALIDA: 7 días TIEMPO DE ENTREGA: 5 días
 FORMA DE PAGO: Contado PREPARA POR: Maria Dolores Ordoñez

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
240	Hojas de trabajo, impresión b/n en papel bond tamaño carta	Q0.75	Q180.00
120	Sticker de 2"x2" en adhesivo blanco	Q0.43	Q51.60
3	Tarjetas en opalina full color de 9"x9" laminado mate	Q9.00	Q9.00
720	Afiches full color en opalina 11x17	Q8.00	Q5,760.00
12	Rompezabizas 11"x14" Corte según día de troquel piezas rectangulares (Adjunto imagen) y laminado soft ambas caras	Q29.00	Q348.00
TOTAL			Q6,348.60

La variación del color del trabajo puede ser +/- 5% Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega
 Una vez firmada la cotización, esta puede ser tomada como orden de compra y el cliente acepta los diseños como artes finales.

NOTA: Si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas, el valor de esta cotización esta sujeta a revisión.

Firma de Aceptado _____ Fecha _____



CONTÁCTENOS, S.A.
 NIT. 4436888-7

COTIZACIÓN NO. 13,655 FECHA: 26/04/17
 CLIENTE: **Scarleth Amaya**
 DIRECCIÓN: NIT:
 EMAIL: scarlethamaya@gmail.com
 COTIZACIÓN VÁLIDA: **Por 15 días hábiles** TIEMPO DE ENTREGA: **03 DÍAS HÁBILES**
 FORMA DE PAGO **Efectivo** PREPARADA POR **Pablo Villela**

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
18	Stickers vinil adhesivo matte o brillante con laminado de tamaño - 3 de 12.5x12.5" - 12 de 5x8" - 3 de 8 x8" (tamaño carta)	Q 7.78	Q 140.04
			Q 140.04

La variación del color del trabajo puede ser +/- 5% — Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega
 Una vez firmada la cotización, ésta puede ser tomada como orden de compra y el Cliente acepta los diseños como artes finales

NOTA: Si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas, el valor de esta cotización está sujeto a revisión

Firma de Aceptado _____ Fecha Aceptado _____

2473-8095 // 4740-6809 cotizaciones@lastminute.net.gt www.lastminute.net.gt

Considerando la cantidad a imprimir de stickers y afiches se consderó a Last Minute quien ofrece impresión digital.



CONTÁCTENOS, S.A.
NIT. 4436888-7

COTIZACIÓN NO. 13,477

FECHA: 10/04/17

CLIENTE: **Scarleth Amaya**

DIRECCIÓN:

NIT:

EMAIL:

COTIZACIÓN VÁLIDA: **Por 15 días hábiles**

TIEMPO DE ENTREGA: **15 DÍAS HÁBILES**

FORMA DE PAGO **Efectivo**

PREPARADA POR **Pablo Villela**

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
14,400	Botones de 3" incluye impresión	Q 2.50	Q 36,000.00
4,400	Desplegables impresión litografica full color duplex tamaño carta en papel bond.	Q 0.27	Q 3,888.00
			Q 39,888.00

La variación del color del trabajo puede ser +/- 5% — Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega
Una vez firmada la cotización, ésta puede ser tomada como orden de compra y el Cliente acepta los diseños como artes finales

NOTA: Si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas, el valor de esta cotización está sujeto a revisión

Firma de Aceptado

Fecha Aceptado

2473-8095 // 4740-6809

cotizaciones@lastminute.net.gt

www.lastminute.net.gt



Att. Scarleth Amaya
CIUDAD

Presupuesto N°: 7885

Fecha: 10 abril 2018

Estimado cliente:

Nos es grato pasarles nuestra mejor oferta para la realización del siguiente trabajo:

Opción n°: 1 - Volantes

Preimpresión: archivos suministrados por el cliente
Tamaño final: Media Carta
Impresión: full color Tiro y retiro
Papel: Papel Bond de 80 gr/m2
Finalización: cortar a tamaño final
Empaquetado:

Cantidad 14.400
Precio Q 1.568,00

Opción n°: 2 - Afiche

Preimpresión: archivos suministrados por el cliente
Tamaño final: 11x17"
Impresión: full color Tiro
Papel: Adhesivo
Acabados: Troquelado con expulsión
Finalización: cortar a tamaño final
Empaquetado:

Cantidad 360
Precio Q 4.328,56

Opción n°: 3 - Afiche

Preimpresión: archivos suministrados por el cliente
Tamaño final: 11x17"
Impresión: full color Tiro
Papel: Cartulina smooth
Finalización: cortar a tamaño final
Empaquetado: empaquetado de 180

Cantidad 180
Precio Q 1.968,96

Página 1 de 2

PBX (502) 2380-3200 • FAX (502) 2380-3232 • 49 Calle 24-03 Zona 12, Calzada Atanasio Tzul.

Mayaprin fue elegido para la impresión litográfica de los desplegados, ante Last Minute.

Para gastos extra, se consideró a la librería Platino. Siendo la única que ofrece precios al por mayor.



OFICINAS CENTRALES
6 avenida 7-45 zona 9
PBX: (502) 24109696
Fax: (502) 23945013

Email: SALADEVENTAS@PLATINO.COM.GT Fecha Cotización: 11/04/2018 2:28:54 p. m

Referencia: **4183573**

Nombre: Scalesh Amaya Codigo: COTI
Dirección: Nit: 9684465-5
Vendedor: 00802 03 VENDEDOR SALA Teléfono:
Fecha Vencimiento: 14/04/2018

Bodega	Sku	Cantidad	UniMed	Descripción de Producto	Precio Uni.	Total
00001	06294	360.00		00001 MASKING TAPE HYSTIK 1" X 25 YDS=24MM.X22.83M. (60)	5.2500	1,890.00 00 %
00001	13290-BLANCO	15.00		00001 SOBRE FLASHMAIL BX25 10"x13" ENGOMADO BLANCO (20)	23.7500	356.25 00 %
00001	07307	60.00		00001 SOBRE MANILA TRASA 6004 EXTRA CARTA 10"x13" ENGOM	0.5500	33.00 00 %
TOTAL LINEAS 3						

LOS PRECIOS YA INCLUYEN IVA!!

Total Letras: Dos Mil Doscientos Setenta y Nueve Con 25/100

Observaciones: hiris1304@gmail.com
SUJETO A PAGOS TRIMESTRALES

Total Cotización: **Q2,279.25**

La carpintería Tzul fue elegida debido a que son especialistas ebanistas, quienes garantizan mejores acabados.

CARPINTERIA "TZUL"

COTIZACIÓN

Guatemala, 15 mayo 2018.

Señorita
Scarleth Amaya

Por este medio, le presento la cotización solicitada:

- 1 caja de madera tipo valija con su agarrador
- 4 cajitas adicionales en su interior

Madera: Caoba, con aplicación de barniz

Tiempo de entrega: 4 días
Precio: Q.250.00 por cada caja completa
Anticipo: 75% y 25% contra-entrega

Quedo a la espera de su confirmación.



Cotización: 1025-17

Señorita
Scarleth B. Amaya
Ciudad.

Estimada señorita Amaya:

1 caja de madera grande con 4 cajas pequeñas
en su interior de madera de pino barnizada

Q. 250.00