

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

INVESTIGACIÓN: Proceso de la impresión 3D como aporte al Diseño Gráfico.

ESTRATEGIA: Taxidermia en el camino a una galaxia.

PROYECTO DE GRADO

**JOSELINNE MARINETH MORATAYA ARANA**

CARNET 10143-11

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JULIO DE 2015

CAMPUS CENTRAL

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

INVESTIGACIÓN: Proceso de la impresión 3D como aporte al Diseño Gráfico.

ESTRATEGIA: Taxidermia en el camino a una galaxia.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE  
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR

**JOSELINNE MARINETH MORATAYA ARANA**

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JULIO DE 2015  
CAMPUS CENTRAL

## **AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, 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. HERNÁN OVIDIO MORALES CALDERÓN  
SECRETARIA: MGTR. ALICE MARÍA BECKER ÁVILA  
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. ANA REGINA LÓPEZ DE LA VEGA

**NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN**  
MGTR. MARÍA DEL ROSARIO MUÑOZ GÓMEZ DE ALEGRÍA

**TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN**  
MGTR. ADAN CHRISTIAN MONTENEGRO CRUZ  
LIC. INES DE LEON VALDEAVELLANO  
LIC. JUAN MANUEL MONROY GOMEZ

# CARTA DE ASESORES



**Universidad  
Rafael Landívar**  
Tradición Jesuita en Guatemala

**Facultad de Arquitectura y Diseño**  
**Departamento de Diseño Gráfico**  
Teléfono: (502) 2426 2626 ext. 2428  
Fax: (502) 2426 2626 ext. 2429  
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16  
Guatemala, Ciudad. 01016

Reg. No. DG.013-2015

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

Por este medio hacemos constar que el (la) estudiante **MORATAYA ARANA,  
JOSELINNE MARINETH**, con carné 1014311, cumplió con los requerimientos del curso  
de Elaboración de Portafolio Académico. Aprobando las tres áreas correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio  
Académico, previo a optar el grado académico de Licenciado(a).

  
Mgtr. Rosario Muñoz  
Asesor Proyecto de Investigación

  
Lic. Ramón Gracias  
Asesor Proyecto Digital

  
Lic. Dania Mollinedo  
Asesor Proyecto de Estrategia

# ORDEN DE IMPRESIÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
No. 03337-2015

## Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante JOSELINNE MARINETH MORATAYA ARANA, Carnet 10143-11 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 0363-2015 de fecha 12 de junio de 2015, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

INVESTIGACIÓN: Proceso de la impresión 3D como aporte al Diseño Gráfico.  
ESTRATEGIA: Taxidermia en el camino a una galaxia.

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 7 días del mes de julio del año 2015.



MGTR. ALICE MARÍA BECKER ÁVILA, SECRETARIA  
ARQUITECTURA Y DISEÑO  
Universidad Rafael Landívar

# TAXIDERMIA EN EL CAMINO A UNA GALAXIA

Joselinne Marineth Morataya Arana

# ÍNDICE

|  |    |  |    |
|--|----|--|----|
| Introducción   | 1  | Planeación Estratégica de medios               | 34 |
| <b>Gestión de la Estrategia de Diseño</b>                |    | Bocetaje para Definir la Propuesta Preliminar  | 36 |
|  |    | Validación                                     | 49 |
| Familiarización con el Cliente y el Proyecto en General. | 3  | <b>Gestión de la Implementación del Diseño</b> |    |
| Comprensión y Definición del problema o Necesidad        | 4  |  |    |
| Objetivos  | 4  | Propuesta Final y Fundamentación               | 53 |
| Marco de Referencia                                      | 4  | Producción y Reproducción                      | 65 |
| Contenido Teórico de Diseño                              | 12 | Conclusiones y Recomendaciones                 | 67 |
| Comprensión del Grupo Objetivo                           | 20 | Referencias Consultadas                        | 69 |
| <b>Gestión del Proceso de Diseño</b>                     |    | Anexos   | 71 |
|  |    |  |    |
| Contenido del Material Gráfico                           | 23 |  |    |
| Diseño del Concepto                                      | 23 |  |    |
| Codificación del Mensaje                                 | 30 |  |    |
| Estrategia de Promoción                                  | 33 |  |    |

# INTRODUCCIÓN

Dentro de las características que componen una sociedad, se encuentra la cultura, que es fundamental para identificar áreas y comportamientos humanos propios de un mismo lugar en específico, es lo que diferencia a los grupos de personas unas de otras. La cultura se divide en:

- Cultura Material
- Cultura Social
- Cultura Artística

La cultura material, trata la artesanía en general en todas sus formas. La cultura social trata temas como tradiciones, expresiones de una comunidad y prácticas sociales. La cultura artística, trata temas de expresión, como música, teatro, pintura y escultura, entre muchos otros.

En Guatemala, las expresiones artísticas son muy variadas y se haya gran cantidad de artistas a lo largo del país que buscan apoyo, no sólo seguidores, sino también promoción de su material u obra, para ganar más terreno dentro del país y comenzar a participar fuera del mismo.

Mercedes Escobar es una cantautora guatemalteca, apodada cariñosamente en Antigua Guatemala como “la peregrina del blues”. Está a punto de publicar un material discográfico que compila varios temas de su autoría. Para publicarlo, necesita apoyo del diseño gráfico.

Este proyecto tiene como objetivo promocionar por medio de un diseño multimedia, el nuevo material discográfico de la cantautora Mercedes Escobar, para que su grupo objetivo lo descargue directa y gratuitamente desde su *fan page* en Facebook y se identifiquen con la idea general del disco que es voodoo, magia y noche. A continuación, se detalla el proceso llevado a cabo para cumplir con el objetivo planteado.



*GESTIÓN DE LA  
ESTRATEGIA  
DE DISEÑO*

# FAMILIARIZACIÓN CON EL CLIENTE

Mercedes Escobar es una cantautora guatemalteca independiente de música alternativa. Nació en la Ciudad de Guatemala en 1988, y desde temprana edad, se interesó por la música.

Es bastante popular en Antigua Guatemala, lugar donde reside actualmente, por sus numerosos conciertos en lugares públicos. Estudió producción musical en Noruega a los 18 años de edad y volvió a Guatemala para seguir desarrollándose como cantante. Comenzó cantando covers, y ahora ya comparte canciones de su autoría con su público.

Generalmente se presenta en bares de Antigua Guatemala y algunos eventos específicos en la Ciudad Capital de Guatemala. Aunque también se ha presentado en países europeos.

Es multi-instrumentista, toca guitarra, acordeón y piano.

Actualmente, sus seguidores en Facebook son personas bohemias, artistas, poetas, músicos, diseñadores en general de todas las edades (sin embargo, en este proyecto se limitará a trabajar con personas entre los 20 y 25 años de edad), ya que por ser cantante alternativa, tiene muchos géneros musicales para todo tipo de personas.

Durante el mes de septiembre 2014, produjo y grabó un EP que cuenta con 5 canciones; 4 en inglés y 1 en español. Dicha producción, podrá ser descargada gratis a través de su fanpage en Facebook, ya que Escobar desea compartir su música con sus seguidores (jóvenes adultos guatemaltecos, con edades entre los 20 y 25 años de edad), buscando así, que el grupo se identifique con la idea general del contenido, que es voodoo y magia.

Para este disco, es necesaria una promoción en Facebook, para que el grupo objetivo se entere del material y desee descargarlo (aunque éste sea gratuito y se pueda descargar desde su *fan page*), por lo que se pensó en diseñar un booklet interactivo con la idea general del contenido de las canciones.

El arte del booklet en general, desea que sean ilustraciones o fotografías pero que no sea necesario retratarla, porque a ella personalmente, no le gustan los retratos fotográficos.

Toda esta información, se recaudó del brief del cliente y del proyecto (anexo I).

## COMPRENSIÓN Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD

La cantautora guatemalteca, Mercedes Escobar, desea que sus seguidores en Facebook (jóvenes adultos guatemaltecos, entre los 20 y 25 años de edad) descarguen su nuevo material discográfico que gira al rededor de la idea de voodoo, magia y noche, que será gratuito en su *fan page* de Facebook.

## OBJETIVOS

Desarrollar una propuesta multimedia para promocionar el nuevo material discográfico de la cantante Mercedes Escobar, dirigido a sus fans en Facebook (jóvenes adultos guatemaltecos que comprendan edades entre los 20 y 25 años de edad). El material debe comunicar la idea general del contenido del disco.

## MARCO DE REFERENCIA

### INFORMACIÓN GENERAL DEL CLIENTE

**Biografía:** Mercedes Escobar nació en la Ciudad de Guatemala en abril de 1988. A temprana edad se interesó por la música, y a los 6 años empezó a tocar el acordeón. A los 13 optó por la guitarra, ya que era más portátil que el acordeón, y comenzó a cantar autodidácticamente.

Mercedes, generalmente, toca blues y folk, creando así su personalidad, lo cual le valió el título de “la peregrina del blues” por la prensa guatemalteca.

A los 18 años Mercedes viajó a Noruega para cursar producción musical, y cuando regresó a la Ciudad de Guatemala, decidió mudarse a Antigua Guatemala. Ahí es donde reside actualmente.

Internacionalmente, Mercedes ha dado conciertos en USA y Europa. Respecto a no haber grabado un CD antes, dice: “A pesar de que probablemente he tocado más horas en vivo de las que me puedo recordar, no podía grabar algo que no estaba listo y que no me naciera, debido a que prefiero tener una relación en persona con el público. Ojalá que los que me han visto en vivo puedan dar testimonio de esto. Entonces, es eso... Es el factor humano. Lo bueno es que ahora... ahora ya me nació”.

Su primer álbum, cuyo lanzamiento se prevé para el 2015, y podrá ser descargado gratis en su *fan page* de Facebook. Como será lanzado únicamente en internet, debe tener algo especial para interesar a su grupo objetivo para que lo lean, escuchen y disfruten. Esto, es un extracto de su biografía publicada en su fanpage de Facebook.

**Género musical:** old blues, folk, country, latin.

**Influencias musicales:** Bessie Smith, Howlin' Wolf, Screamin' Jay Hawkins, Andrews Sisters, Edith Piaf, Odetta, Doc Watson, Willie Gomez, Thomas L. Graham.

Dentro de las actividades importantes que ha participado en Guatemala, se encuentra: "¡A la mierda con cupido!", de la Erre; "Celebración Acústica", de Gaby Moreno e invitados.

A continuación, algunos afiches en donde se anuncia la participación de Mercedes Escobar en eventos:

## Antecedentes de Diseño



El color e imagen, sugieren el tema, el día del carño. El diseño es contemporáneo, al poner imágenes duplicadas, reflejadas y en negativo.

Al no utilizar jerarquías visuales, dificulta la lectura, lo cual hace un poco disfuncional el diseño, ya que el espectador no querrá leerlo.

La retícula es informal, los elementos no siguen un orden o ritmo. Hay equilibrio, pero los colores son pesados a la vista, cansan.

<http://bit.ly/1LezwDY>



La imagen es limpia y ordenada. Estilo "vintage", como Gaby Moreno y su música, lo cual invita al espectador a leer el afiche.

Es posible que los colores celeste y blanco, sean por la bandera de Guatemala, ya que ella es orgullosa de su nacionalidad.

Hay muchas tipografías diferentes, y muchos elementos de apoyo (líneas) de diferente punto, y esto crea ruido visual.

Pero el afiche, es funcional.  
<http://bit.ly/1J3IR2a>



Este ejemplo es parecido a los afiches y pinturas que se han hecho inspirados en la música blues; con planos y figuras irregulares, con colores ocres, guitarras y trompetas.

El afiche es funcional, ya que tiene información puntual de lo que se desea comunicar, incluso si el diseño es muy pobre.

<http://bit.ly/1NOzHB6>



El diseño es contemporáneo, al superponer 2 imágenes como falla de registro, es una nueva tendencia. Los círculos, sugieren la unión de géneros musicales, que es lo que se anuncia en el afiche.

Sin embargo, al igual que el afiche anterior, no representa a la cantante en absoluto, no queda claro qué tipo de música se presentará.

<http://bit.ly/1GXF6K5>



Este afiche, transmite el carácter o personalidad del lugar "La Erre", sin embargo dice muy poco de la cantante, sólo utiliza colores que puedan transmitir la sensación de música del siglo XX, pero nada que la represente.

<http://bit.ly/1CcgglL>



Este afiche representa a la cantante, no sólo por retratarla, sino que los colores utilizados, dan una idea del tipo de música que canta, blues.

Es limpio, y funciona como afiche de expectativa.

<http://bit.ly/1INMxBe>

## PROMOCIÓN DE COMPETENCIA

### Gaby Moreno

Para promocionar sus eventos, Gaby Moreno usa la estrategia de comunicarse amistosa y directamente con sus seguidores en Facebook, Twitter e Instagram; establece una relación de “tú a tú” para que la comunicación sea más íntima.

La información que publica, la acompaña de imágenes de sus conciertos anteriores, también comparte videos de sus conciertos y publica las fechas en las que se presentará en ciertos lugares.

También, es importante mencionar que, cuando se trata de un país de habla hispana, se dirige a sus fans en español, y cuando es uno europeo o estadounidense, se comunica en inglés. Esto es importante, ya que se debe tener claro a qué grupo objetivo se dirige, para comunicarse en el idioma que entienden mejor.

### Ishto Juevez

Ishto Juevez se comunica con sus seguidores por medio de Facebook únicamente, al igual que Mercedes Escobar.

Este artista, comunica su información muy puntual, publica fotografías con poca información sobre la misma o sobre sus proyectos.

También comparte ilustraciones de su autoría, pero no relativas a los proyectos musicales en los que trabaja.

También comparte links de entrevistas que le han realizado, y su lenguaje es bastante coloquial y personal, o sea, muestra su personalidad aunque escriba poco.

### Laura Marling

Laura Marling tiene muy poca presencia en redes sociales, y da la impresión que muchas veces, no es ella quien publica información.

Hasta el año 2015, abrió una cuenta de Twitter e Instagram, las cuales no utiliza mucho, por lo que se considera que si el artista, no se va a hacer cargo o a mantener actividad en las mismas, estas herramientas no le servirán para promocionar ni establecer lazos con sus fans.

Comparte pocas fotografías y videos en Facebook, cuando lo hace relativo a sus conciertos, es muy puntual, no es un lenguaje amistoso para el grupo objetivo, el cual, los fanáticos pueden sentir “frío”.

### Tame Impala

Aunque no es el mismo tipo de música ni competencia directa con Mercedes Escobar, son una banda independiente.

Esta banda comparte pósteres, videos y adelantos de su próximo disco en Facebook, lo cual genera expectativa y curiosidad por la calidad del arte de los afiches.

Aunque publican poca información, se percibe mucho más amistosa por los signos de admiración, o frases como “*Grab one at the show, doors at 7pm*”.

# ÁREA DE ESTUDIO

## Cultura

CULTURA se refiere a un desarrollo intelectual o artístico; que, refiriéndose a la sociedad, es el conjunto de estímulos ambientales que generan la socialización del individuo.

Puede existir una CULTURA DE LA IMAGEN, que es un sistema que su elemento clave es la iconografía; CULTURA DE MASAS, es un conjunto de valores que dominan en las sociedades desarrolladas, y se basa en la transmisión de conocimientos y creencias, todo esto, a través de comunicación masiva; CULTURA FÍSICA, es relativa a la gimnasia; CULTURA GENERAL, es el conjunto de conocimientos que toda persona debe saber para actuar en sociedad, independientemente de cualquier especialización; y CULTURA POPULAR, se refiere al folclore, el mito, la leyenda, la fábula, las canciones y la música popular, la artesanía y la indumentaria. Todo lo anterior por el Diccionario Enciclopédico: Uno Color (1997).

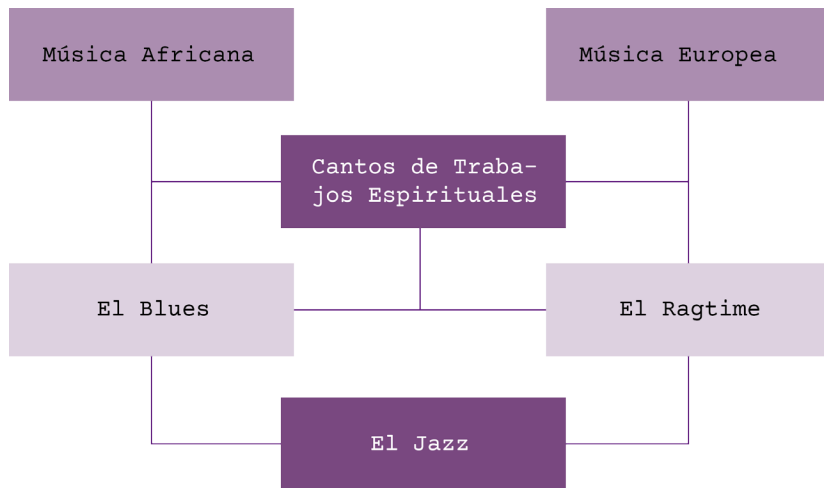
También existe la cultura artística, que involucra danza, música, teatro, ilustración y arte en general. Lo que tienen en común la cultura artística y popular, es la música, que es diferente en cada cultura y región, por lo que se debe conocer un poco sobre la historia de la música. A continuación una breve explicación.

## Música

La “historicidad” de la música, según López (2011), se inició en el siglo XIX, y cita al pianista y músico alemán Ulrich Michels, quien dice que “la música de cada momento se hacía según una obvia relación sobre la anterior”, y entonces, las personas comenzaron a apropiarse del pasado. La música del siglo XIX era la música clásica con compositores como Beethoven, Mozart, Haydn, entre muchos otros.

El cambio de la música siglo a siglo, es dramático. Ahora hablando del siglo XX, Morgan (1999), dice que la música “colorea” nuestra experiencia actual y ha hecho que el músico contemporáneo sea consciente del pasado musical, lo cual es relevante en el pensamiento musical y el conocimiento histórico para dar forma a las actitudes musicales. El pasado se mantiene en el presente y a la disponibilidad de un repertorio histórico muy amplio, que de manera fundamental, afecta la forma en la que percibimos el pasado, la forma en la que pensamos acerca de la tradición musical y la manera en la que vemos la música de nuestra época.

Los inicios del siglo XX, se caracterizó por el apogeo de la “música negra” (música hecha por gente de color, como blues, y ragtime), que luego influyó a grandes representantes en su propia música, como Elvis Presley, The Beatles, etc. Los géneros más populares que surgieron en esta época fueron: gospel, ragtime, blues, jazz, swing, folk, baladas, bluegrass, country y western, rock n’ roll, rythm n’ blues, soul, todo esto, antes de los 60’s, según Cripps (2001). En esta investigación, se limitará a hablar sobre blues, folk y country respectivos a la música del siglo XX.



Esquema por Marineth Morataya, con referencia del de Cripps (2001).

Cripps (2001), comienza a explicar los orígenes de la música africana con la abolición de la esclavitud en América en 1865. A estas personas, se les comenzó a conocer, no sólo como trabajadores, sino que también como músicos; porque sabían tocar violín o banjo en bailes sociales. Comenzaron a disfrutar su libertad tocando su música para cualquiera que pudiera pagarles, y así, cuenta el autor, comenzaron a tocar en teatros, salas de música y en bares.

El blues, es un tipo de música “negra” que surgió a principios del siglo XX. En este género, se cantaban los sentimientos, temores y esperanzas de los cantantes por lo que era muy personal.

En sus inicios, Cripps (2001), cuenta que, los instrumentos utilizados en el blues, eran guitarra, banjo, o piano, en algunas ocasiones.

Entre los cantantes de blues más populares, se pueden mencionar: Huddie Ledbetter (Leadbelly), Blind Blake, Blind Lemon Jefferson, Skip James, Jesse Fuller, Robert Johnson, entre otros.

Herzhaft (2003) comenta que el blues, nació al sur de Memphis, y dice que a finales del siglo XIX, no había diferencia de razas ni pueblos, sin embargo, la “segregación”, empujó a la cultura negra a separarse de los blancos. Y crearon el blues, una forma de cantar sus tormentos, su blues. Este tipo de música, interesó a los blancos del sur e, influenciados por el blues, crearon algo no muy diferente, el “country”. Hubo músicos como Sam McGee, Dock Boggs, Riley Puckett y Jimmie Rodgers.

Calvo (2013), En su libro “Historia de la Música Liger”, comenta que el folk es un género que tiene una relación muy directa con el entendimiento y desarrollo propio del hombre. En este género, se expresan libremente los sentimientos más profundos. Es un estilo que determina países, cultura y expresiones. Se cantaban a los seres queridos, a las tierras, al pueblo, o a la ciudad.

El mismo autor comenta que, hubo muchas maneras de contar la historia del pueblo americano: primero fue con baladas con influencias irlandesas e inglesas propias de los colonizadores europeos y luego, con el estilo más popular como variante del Folk americano, “el country and western”, expresión musical de personas dedicadas a la vida campestre y abierta, convirtiéndose en un estilo de blancos.



Con la invención del gramófono (imagen de la derecha), se generó la necesidad de fabricar discos de vinilo, para grabar las canciones y venderlos. Las primeras canciones de folk, se trataban de denunciar situaciones sociales, y rescatar reivindicaciones.

Dentro de los músicos importantes de este género, se encuentran Joe Hill, Bob Dylan, Pete Seeger, Woody Guthrie, Joan Baez, Peter, Paul and Mary, Judy Collins y los grandes del country como John Denver, Kenny Rogers, Willie Nelson, George Straits, Johnny Cash, entre otros.

Ahora, hablando de la música latina, Aretz (2004), cita a Locatelli, A, quien menciona que tiene influencias europeas, indígena y africana. Todo relativo a la conquista, los latinoamericanos comenzaron a mezclar o a acoplarse a los nuevos géneros que se les presentaba. Con el tiempo, fueron agregando instrumentos como piano, violín, arpa, conjuntos de cámara, orquestas o pequeños conjuntos instrumentales.

Luego, desde comienzos del siglo XVI, Aretz (2004) , cuenta que llega una corriente migratoria de esclavos africanos a América: se extendieron a lo largo de la costa atlántica, desde Norteamérica, hasta Argentina, incluyendo América Central, continental e insular. Entonces, en los lugares donde influyeron mucho más, fueron Cuba, Haití, Brasil, Panamá, Colombia y Venezuela; que son los países con más características de esta influencia africana: instrumentos musicales africanos, sonotipos rítmico-melódicos, y elementos expresivos.

Ahora, la música latina tiene muchas influencias, por lo que es cambiante, asegura Wolfe (2014). Entre sus géneros mejor definidos a nivel mundial se encuentran: Salsa, Funk Carioca, Reggaetón, Tejano, Samba, Bossanova y Pop Latino.



Gramófono, primer sistema de reproducción de música por medio de discos de acetato.  
<http://bit.ly/1GXOIVb>

La salsa, es un género de música cubana, que mezcla influencias africanas con españolas. El Funk Carioca, es un tipo de rap brasileño, con influencias del Rap Bass de Miami. El mismo autor, comenta que el Reggaetón, combina géneros como “dancehall reggae y el hip-hop español, pero también cuenta con elementos de varios estilos latinoamericanos, entre ellos el pop latino, la salsa y el merengue. Es originario del Caribe. El tejano (también conocido como Tex-Mex), es originario de la frontera entre México y Texas; combina estilos como el rock, mariachi, blues y country, acompañados por acordeón o guitarra. La samba es un baile y género musical brasileño, siendo de éste, precursor el Bossa Nova. El pop latino es como el pop americano pero con elementos latinos; cantado en español o portugués, según el autor.

Si bien es cierto que en Latinoamérica predomina el pop latino, también se escuchan otros géneros musicales como el soul, rock latino y electrónica, por ejemplo.

En Guatemala, sobresalen artistas como Ricardo Arjona, Gaby Moreno, Carlos Peña, Fabiola Rodas, Francis Dávila, Ishto Juevez y Mercedes Escobar, entre muchos otros.

## Voodoo

La música también habla sobre tradiciones que forman parte de la cultura o folclore de una región, algunos de los temas que hablaron cantantes de blues en sus canciones como Screaming Jay Hawkins y Howling Wolf, fueron voodoo y magia.

Verdad o Leyendas (2014), comenta que el voodoo se inició en África antes que los europeos los usaran como esclavos, y durante la esclavitud, esta religión fue prohibida.

Vudú, voodoo o vodoun, significa “Dios creador” o “Gran espíritu”, en donde “vodu” significa “oveja” y es el nombre para algún demonio o deidad tutelar.

Esta religión es la más antigua del mundo, y se ha tergiversado en superstición para entretenimiento en películas y televisión.

Durante un tiempo, adoptó elementos del cristianismo, ya que los esclavos fueron cristianizados a la fuerza.

La misma fuente asegura que la esencia del voodoo es que “todos somos partes diferenciadas de de uno mismo, no estamos separados”. Y en su ritual se invoca a espíritus a través de un baile frenético con tambores y cantos, y se espera que algún espíritu menos posea a alguno de los presentes.

Al final del ritual, siempre debe haber alguna muerte, y generalmente se utilizan gallinas o cabras; aunque también se dice que a veces ejecutan humanos.

Las “muñecas voodoo” eran parte de prácticas mágicas de los brujos o hechiceros haitianos, pero se confundió con la religión voodoo. Estos brujos se les llamaban “bokors”, según la misma fuente, e interpretaban el voodoo como una manera degenerada y diabólica, practicando magia negra.

## Magia Negra

Definición De (2015), explica que la magia pretende producir hechos anti-naturales., y para ello utilizan palabras, conjuros, actos y elementos diferentes.

La magia negra se refiere a los actos con malos fines dentro de la sociedad que se llevan a cabo. Se utilizan hechizo para afectar negativamente a una o más personas, ocasionándoles problemas de salud, accidentes o pérdidas de posesiones, entre otros.

La misma fuente comenta que a través de esta magia, se busca dominar o controlar a otros seres vivos.

También existe la magia roja, que se trata de utilizar sangre y tejidos orgánicos para los hechizos. Puede ser utilizado tanto para el bien, como para el mal.

# CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

## Promoción

PROMOCIÓN, según el Diccionario Enciclopédico: Uno Color (1997), es la “elevación o mejora de las condiciones de vida, de productividad, intelectuales, etc.” Y PROMOCIONAR, es “dar impulso a una idea, producto, empresa, etc.”

Y según la compañía G-Media (2011), El material promocional sirve para posicionamiento y para “fidelizar” al consumidor. Y logra crear impacto si se utiliza la herramienta adecuada (BTL, por ejemplo u otros medios creativos).

Rivera (2002) agrega que el marketing promocional es un conjunto de estímulos que refuerzan el impulso de venta, y se utiliza para fomentar la compra de un producto. Se trata de un incentivo para el consumidor y un “plus” para el producto.

No solamente existe la promoción de productos, sino que también de artistas. Rocknmagic (2012), detalla en una entrevista a una nueva empresa discográfica en España llamada Promociones Sin Fronteras información sobre la promoción de los artistas con los que trabaja.

Algunos puntos importantes de la entrevista son:

- Esta empresa cobra los servicios que el artista quiera contratar. Si se trata de un lanzamiento de disco, se cobra 3 meses de comunicación.

- Usan medios como radio y periódicos importantes en el país para promocionar. Ya que los escuchan y leen más personas. En este punto, también agregan que es importante que el artista tenga una página web y blogs, ya que ahora, toda la información se maneja mucho más digital que impresa.

- El artista es quien decide si comienza por empresas de comunicación grandes o pequeñas.

- Los CDs físicos casi no usan actualmente, en cambio los vinilos, aún son más populares.

- Hay muchos compradores que prefieren descargar el CD a través de links y no tener el físico.

- Respecto a las redes sociales, Rockmagic (2012) resalta que “son herramientas para estar en los medios pero también es un aparte más del proceso creativo de cada grupo y de cada artista”, son una forma de comunicar el proyecto del artista.

Ahora, relativo al lanzamiento de un nuevo disco, Fumanal (2014), sugiere 5 opciones para lograrlo exitosamente:

- Lanzar todas las canciones por medios digitales, aunque no todas las canciones sean suficientemente “pegadizas” para ser singles. Con esto, se logra conocer los gustos y percepciones de los fanáticos, y permite cambiar rápidamente algo que no funciona si es previo al lanzamiento del disco.

- Lanzar varios singles, o sea crear varias canciones que tengan el mismo patrón para ser “pegadizas” en un intervalo determinado de tiempo.

- “Lanzamiento secreto”. Este consiste en no anunciar el disco, a menos que sea con shows secretos en donde se anuncie el nuevo disco. Esto no funcionará si se trata de un artista nuevo, ya que no lo conocen.

- La exclusividad que tienen los fans. Se les debe dar algo más a los fanáticos más fieles, o hacer algo temporal, como lanzar el disco primero, exclusivamente para los fans y luego hacerlo masivamente, para que se sientan importantes.

- Llenar el disco de singles poco a poco, publicándolas con letras de canciones, portadas, versiones instrumentales, etc. Esto para crear expectativa y engagement (fidelización de los fans con el disco).

A esto, Blue (2015), agrega la estrategia mixta, que consiste en combinar algunas de las estrategias anteriores. Elige un buen ejemplo de esta técnica con el músico Jack White, que para el lanzamiento de su primer álbum como solista, eligió como single la canción Freedom at 21; introdujo un disco

flexible dentro de cada uno de los 1,000 globos de helio que soltó en Nashville, y solamente los afortunados los pudieron escuchar.

Él adelantó un single antes de su lanzamiento mundial y lo mezcló con exclusividad para sus fans. Y así, lograron, él y su disquera, atención pública y la de sus fans.

## Booklets para CD

Antes de publicar un material discográfico, se debe tener la imagen del mismo, por lo que a continuación, se mencionan características importantes de los booklets y portadas de CDs.

Davis (2014), comenta que los BOOKLETS para cd contienen fotografías, créditos, letras de canciones, la duración de cada tema que contiene el material discográfico, que se está publicando. Los booklets tienen ciertas características:

El papel debe ser satinado y mate especial que se puede manipular fácilmente (perforar, doblar, etc.). El tamaño, debe ser 4.75”x4.7”, sólo una página; para armar el folleto, debe medir el doble. El número de páginas, debe ser múltiplo de 4; sin embargo, no debe medir más de 0.09” de espesor.

Relativo al diseño de un booklet, Rivers (2006) cita a Ferry Felgate, en una entrevista del 2002 en Londres en donde dijo:

Muchos discos no sólo se recuerdan por la música, sino que también por la portada. Pero si el disco no consigue éxito, no se recordará.

Comenta algo muy importante sobre el lanzamiento de un nuevo artista: La portada es importantísima, ya que la gente se arriesgará a comprar un disco que no ha escuchado, de un artista que no conoce, y del cual, quizá sólo haya escuchado alguna canción o leído alguna crítica. Pero la portada, le dará una idea de qué es lo que encontrará dentro.

“La capacidad comercial se debe tomar en cuenta: ¿es suficientemente fuerte la imagen elegida? ¿Son legibles el nombre del artista y el título? Pero el diseño es el factor dominante”

La misma fuente, también cita a Stefan Sagmeister en una entrevista en Nueva York del 2002, Sagmeister comentó que:

Para diseñar la carátula de un cd, habla con la banda, no sobre la carátula sino que, sobre la música, lo que les inspira, las letras de los temas, y además, mientras diseña, escucha la música de la banda.

Considera que, aunque no hay pruebas numéricas, el packaging sí influye en las ventas.

También comenta que, el interior del folleto no se observe y no influye en las ventas, lo considera como un obsequio para quien lo mire.

Comenta que, para crear packaging innovadores, se necesita un buen presupuesto. Se puede trabajar con cualquier tipo de material y ser creativo.

Knab (2008), coincide con Sagmeister y Rivers cuando comenta para los músicos que, la portada del cd es lo que le posicionará en el mercado y llamará al consumidor, por lo que sí es importante, y sugiere revisar algunos puntos importantes, que se citan a continuación:

## Portada

- ¿El nombre del artista se lee claramente?
- ¿El nombre está escrito como logotipo o tipografía única?
- ¿El nombre del artista está escrito en el tercio superior de la portada?
- ¿El nombre del disco se diferencia de el del artista?
- ¿El género de la música se representa en el arte del disco?

## Contraportada

Información como: label, catalog number, código de barras, títulos de canciones con su tiempo de duración, información de contacto (website, email, redes sociales), créditos de producción, nombre del productor.

## Booklet

La información dentro del booklet, es relativa. Puede incluir letras de canciones, imágenes, agradecimientos, fotografías, por ejemplo.

Sin embargo, además de los booklets impresos, también hay nuevas plataformas para hacer booklets mucho más interesantes. iTunes, en el 2009, lanzó un nuevo formato llamado iTunes LP, que consiste en álbumes interactivos, en donde el usuario puede moverse a través del booklet digital como una página web. Los iTunes LP, generalmente incluyen material como fotos, videos y otros extras que incluyen la compra del material discográfico en formato digital y que se pueden visualizar en iTunes y en Apple TV.

iTunes LP es un documento HTML que iTunes lee como una página web. El contenido HTML debe ser HTML 4.01, XHTML 1.0 or HTML 5. También se puede incluir imágenes, audio, código CSS y JavaScript; pero no Flash ni Java.

La “anatomía” del paquete que contendrá todo el código del iTunes LP es la siguiente:

1. manifest.xml: Es el documento que contendrá la información para que el programa iTunes lo haga funcionar en las plataformas de iTunes LP.
2. iTunesArtwork: Es el documento que contiene todas las artes del booklet.
3. iTunesMetadata.plist: Es un documento XML, y es un documento que se genera con la compra del booklet.
4. index.html: es la página principal de todo el código.

Toda esta información, es proporcionada por Apple, Inc (2014).

## HTML5 y CSS3

Según Gauchad (2012), HTML5, es un código que provee características como estructura, estilo y funcionalidad. HTML5 trabaja junto con CSS y JavaScript; en donde, HTML es la estructura, CSS es el estilo, o la estructura que se ve en pantalla y Javascript son animaciones en plugins para hacer una página mucho más interesante.

La misma fuente, agrega que HTML5, tiene una estructura básica (tags) que es:

```
<!DOCTYPE> (donde se especifica qué archivo se está creando; que es un <!DOCTYPE html>).  
<html></html>  
<head></head> (es el encabezado de la página a crear).  
<body></body> (el cuerpo del contenido de la página).
```

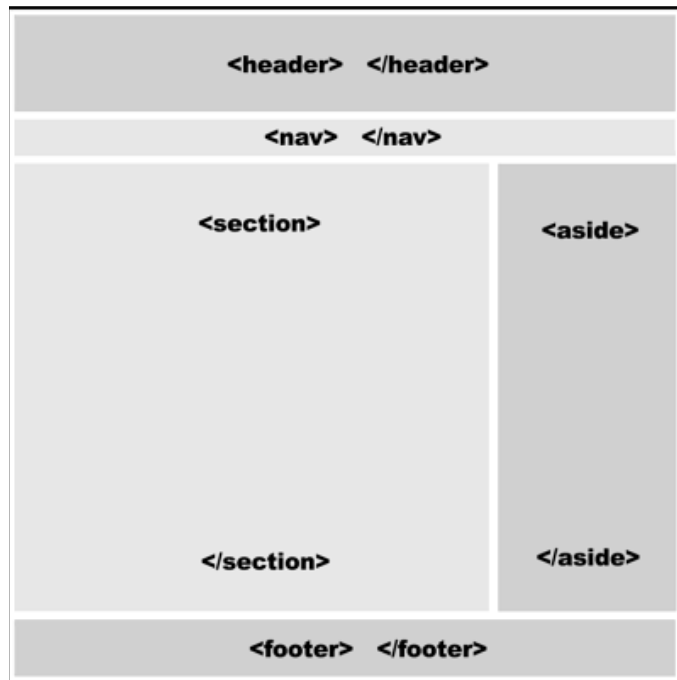
Dentro del <body>, se agregan:

<nav></nav> (el navegador o menú de la página que se puede ubicar donde desee).

<section></section> y <article></article>(las secciones de información).

<aside></aside> (para información que se quiera diagramar a los costados de la página)

<footer></footer> (el pie. de página).



Gauchad,J (2012, p.11)

Todos los tags se deben abrir y cerrar. Por ejemplo:

ABRE: <nav>

CIERRA: </nav>

Según la misma fuente, HTML se complementa con CSS3. El CSS3 es un código que se encarga del diseño de la página; y se desarrolló para evitar limitaciones de HTML y es mucho más fácil de programar.

La forma de usar CSS3 es, “linkear” el documento CSS al HTML, y se “llama” a cada tag utilizado en el código HTML y se estiliza. Se estiliza con colores, con bloques, con tipografías, columnas, animaciones sencillas, opacidad, hover en botones, anchos, altos, colores de fondo, imágenes, etc.

Por ejemplo:

```
body{
    background: black;
    width: 1024px;
    height: 768px;
}
```

Según Valdés (2007), “Javascript es un lenguaje con muchas posibilidades, utilizado para crear pequeños programas que luego son insertados en una página web y en programas más grandes, orientados a objetos mucho más complejos. Con Javascript podemos crear diferentes efectos e interactuar con nuestros usuarios”, o sea, ayuda a crear animaciones para que el usuario interactue con ellas.

Además de esta plataforma para crear booklets interactivos, también está Adobe Flash, que se utiliza precisamente para presentaciones interactivas. A continuación, se amplía información sobre este programa.

## Adobe Flash

Adobe (2014), describe a Adobe Flash como “el estándar para el envío de contenido web sofisticado e impactante. Los diseños, animaciones e interfaces de aplicaciones de usuario se implantan inmediatamente a través de todos los navegadores y plataformas, haciendo que los usuarios participen de una experiencia web de calidad”.

A lo anterior, Romero (2012), agrega que Adobe Flash Player es una aplicación que reproduce elementos multimedia. Puede reproducir archivos SWF, que son archivos creados en Adobe Flash, Adobe Flex o cualquier otra herramienta de Adobe. También comenta que fue creado para mostrar animaciones vectoriales, 2D, pero últimamente también se utiliza para crear sitios web con audio, video e interactividad.

Flash es un medio multimedia, por lo que a continuación, se explica a qué se refiere este término.

## Diseño de Sistemas Multimedia

Según Granollers (2005), sugiere 2 conceptos básicos que se deben tener en cuenta al diseñar cualquier interfaz de sistema multimedia:

- VISIBILIDAD
- COMPRENSIÓN INTUITIVA

La visibilidad, se refiere a que, si se tiene que interactuar con un objeto, éste debe ser visible. Y la comprensión intuitiva, que el objeto debe evidenciar en qué parte se debe hacer la acción y cómo. Además, debe tener “navegabilidad”, o sea, debe ser fácil la manera de navegar dentro del sitio o interfaz.

Granollers (2005), comenta que el diseño “es el principal instrumento de diferenciación”, ya que se encarga de la funcionalidad y lo práctico, lo estético o formal, lo tecnológico y lo económico. “El diseño es la medida en que aspira a resolver satisfactoriamente las necesidades materiales de los seres humanos”.

Entonces, la importancia del diseño en sistemas multimedia es:

- Organizar el material visual: que sea fácil la navegabilidad en el medio.
- Establecer consistencia en el “vocabulario visual”: Lo relativo a tipografía, diagramación, fotografías, colores, etc.
- Asegurar consistencia con elementos externos: Línea de diseño.

Además, el diseño debe crear confianza y seguridad al usuario del sistema multimedia o sitio web.

Behocaray (2014), amplía la información sobre diseño multimedia, y agrega que se trata de cualquier objeto o sistema, que puede ser físico o digital y se utiliza para presentar cierto tipo de información. Lo que le diferencia del diseño convencional, es que combina texto, sonido, imagen, fotografía, video, animación, de manera interactiva, y Behocaray hace énfasis en: creando un vínculo con el usuario. El diseño multimedia, crea un dinamismo visual para captar la atención del usuario.

También comenta que cuando se trata de un sitio o aplicación en el que se ofrece la libertad para navegar, se habla de un contenido multimedia interactivo.



## Diseño Interactivo

Murray (2014), agrega que el diseño interactivo, se distingue por la intervención de un diseñador interactivo y un diseñador gráfico. El diseñador interactivo es quien conceptualiza una aplicación o sitio, es el programador; el diseñador gráfico, se ocupa de cómo se presenta la información, de la navegabilidad, estética, etc.

Murray, explica que el diseño interactivo “requiere de destrezas visuales y verbales y una comprensión de los procesos cognitivos. Sobre todo, requiere la habilidad para pensar más allá del medio actual, e inventar nuevas convenciones de interacción que transformarán el aumento exponencial de información disponible en un avance del conocimiento humano.”

Ogel (2012), agrega que, en el diseño interactivo “se refiere más a las potencialidades interactivas de los medios informatizados desde la estrategia de comunicación entre diseño y propósito para construir una relación o un proceso de comunicación que invite al usuario participar tanto física como mentalmente.”

## Ilustración

Parte del diseño interactivo y multimedia, también son importantes los elementos de apoyo, los gráficos que acompañan la información.

El Diccionario Enciclopédico Uno Color (1997), define ilustración como “la representación gráfica que complementa y explica un texto. “ Pueden ser publicaciones, láminas y dibujos.

Ilustración promocional y publicitaria (2014), divide la ilustración en géneros, medios y usos.

La ilustración según su género, puede ser:

- Conceptual: Desarrolla una idea personal.
- Narrativa: Muestra un suceso, “cuenta algo”.
- Decorativa: Acompaña un texto para “embellecer” la hoja.
- Cómico: Interpreta un guión, cuenta una historia.
- Humor Gráfico: Tiene que ver con el humor, gracia de la persona, generalmente es caricaturesco.
- Infantil: Es para niños y compañía obras literarias infantiles.
- Portadas: Debe ser de acuerdo al diseño general del libro o revista.
- Publicitaria: Sirve para dar personalidad a una marca.
- Moda: Es relativa al diseño de modas.

La ilustración de acuerdo al medio:

- Pluma y Tinta
- Lápiz y carboncillo
- Lápices de colores
- Goauche (acuarela oscura)
- Acrílico y Óleo
- Collage
- Digital

Dentro de las técnicas de la ilustración digital, Arriola (2007), comenta que hay diferentes softwares y técnicas para llevarla a cabo, entre los cuales, están:

- Vectoriales: Imágenes formadas por curvas.
- Bitmap: Imágenes creadas con mapas de cuadrículas de bits.
- Adobe Photoshop: En este programa, se puede ilustrar con “pinceles” de diferentes texturas. Se puede, incluso, ilustrar imágenes 3D, o 2D que den esa sensación tridimensional.
- Painter Corel: Con las mismas funciones de photoshop para ilustrar (con pinceles).

La ilustración digital, como se mencionó anteriormente, puede ser a través de vectores o con una tableta graficadora. Con esta última, se pinta con un lápiz, con el que el ilustrador puede sentirse ilustrando sobre una hoja de papel normal, y se pueden graficar técnicas como hatching (sombreado con líneas, acuarela, crayón, marcador, etc.).

## Código de Color RGB

Además de los gráficos, también es importante el código de color. Un concepto muy básico, es el RGB, que se utiliza para imágenes que se verán únicamente en monitores o pantallas. Sin embargo, hay dos códigos para el RGB: el sRGB y el AdobeRGB.

Perea (2012), explica que el RGB, fue definido por las empresas Hewlett Packard y Microsoft, para las fotografías que se visualizarían en internet, considerando canales de color que todas las computadoras reconocen. Y el sRGB, sirve para ser visualizado a través de una pantalla y considera su impresión, su conversión a CMYK.

Fotonostira (2014), amplía la información diciendo que el modo RGB puede reproducir hasta 16,7 millones colores en pantalla, "El modo RGB asigna un valor de intensidad a cada píxel que oscile entre 0 (negro) y 255 (blanco) para cada uno de los componentes RGB de una imagen en color."

Letona(2014), comentó que los colores con bastante porcentaje en el canal rojo, tienden a pixelarse en web. Ahora, Jenkins, S. (2013, p.195), comenta que son los elementos con colores planos en formatos PNG y JPG que tienden a pixelarse, y por ello es recomendable guardar el archivo en formato GIF. Y el formato JPG es mejor para guardar gradientes.

## Fuentes para Diseño Digital

Otro elemento importante a considerar mientras se diseña para web o para medio digital en general, es el uso de la tipografía, ya que por el espacio en el monitor, todo en cuanto a espacios y tamaño cambia.

Trigueros (2014), propone algunos consejos para el uso de tipografía en diseño web:

- Jerarquía tipográfica: es importante marcar una diferencia clara entre títulos, subtítulos y cuerpo de texto. Esto facilita la navegación en el sitio.
- Tamaño de cuerpo de texto: no hay que hacerlo pequeño. 14 puntos es aceptable, sugiere.
- Elegir una tipografía legible: evitar tipografías caligráficas para cuerpo de texto.
- No usar más de 3 tipografías en cada página.
- Interlineado correcto: estar pendiente del interlineado, ya que dependiendo del código para diseñar páginas web, el interlineado varía, por ser programado y no determinado.
- No usar letras capitales en textos largos, dificultan la lectura.
- No exceder de textos centrados.
- Usar contrastes adecuados para los cuerpos de texto. Si es muy pálido y mucho contenido, dificultará la lectura.

## COMPRENSIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Se entrevistó a 15 jóvenes universitarios de edades comprendidas entre los 20 y 25 años de edad (ver anexo II), para definir sus gustos musicales, sus percepciones de diseño y qué redes sociales usan con frecuencia para promocionar el material discográfico de Mercedes Escobar por esos medios. Fue una entrevista por medio de Google Drive. Además, se le preguntó a la cantante sobre algunas características que ha observado en su grupo objetivo (ve anexo I).

### PERFIL GEOGRÁFICO

Son jóvenes que viven dentro de la Ciudad Capital de Guatemala y la Ciudad de Antigua Guatemala, por lo que se determina que hablan español y por lo menos nivel medio de inglés, que son los idiomas en los que la cantante hizo sus canciones. Quienes viven en la Ciudad de Guatemala, suelen viajar a Antigua Guatemala por sus bares, según Mercedes Escobar en entrevista relativa al grupo objetivo (anexo I).

### PERFIL DEMOGRÁFICO

Son hombres y mujeres que comprenden edades entre los 20 y 25 años de edad. Utilizan internet, smartphones y computadoras portátiles ya que son estudiantes universitarios la gran mayoría de ellos, pertenecen al nivel socioeconómico C+. Y según Mercedes Escobar, son artistas y estudiantes de diseño gráfico, por lo que tienen grandes expectativas de materiales gráficos e interactivos.

### PERFIL PSICOGRÁFICO

Jóvenes adultos, que trabajan y/o estudian en la universidad. Tienen acceso a una computadora, un reproductor de música y smartphone; tienen acceso a internet, y saben navegar en él.

A un 60% de los entrevistados, les gusta la música, por lo que se asume que utilizan iTunes, y saben comprar y descargar discos online.

Son personas curiosas, que les gusta explorar y experimentar. Les gusta la música en vivo, por lo que cuando tienen oportunidad, acuden a conciertos en Guatemala.

De un 100%, a un 93% les gustan las bellas artes, principalmente cine, música, pintura y literatura. Les gusta los libros y películas de fantasía o con temas sociales.

Respecto a sus gustos musicales, a un 33%, les gusta la música indie; a un 40%, pop; a un 20%, alternativo, y el otro 7% varía entre R&B, folk, electro pop, trip ho, pop rock y britpop. Algunos artistas que escuchan son Britney Spears, Red Hot Chili Peppers, Arctic Monkeys, Lykke Li, entre otros.

Un 53% frecuenta las exposiciones de arte y fotografía; un 13%, centros culturales; 20%, conciertos, y el otro 14%, otros lugares, como bares, cines y restaurantes.

Las redes sociales que más usan en orden de jerarquía:

- Facebook
- Instagram
- Pinterest
- Twitter
- Tumblr

A un 67% le resulta leer más fácil las tipografías sin serifas. Un 73% prefieren los textos acompañados de imágenes, y al otro 27%, le es indiferente.

Un 40% prefiere los trazos orgánicos, informales. Un 27% los prefiere formales y elegantes, un poco fuertes. Un 33%, prefiere los trazos hechos a mano, libres, infantiles.

Y un 60% prefiere interfaces con cuadros, botones y colores, y el otro 40%, prefiere los diseños limpios, con bastante espacio blanco.

Cornachione (2006), comenta que en este período de adultez temprana, de los 22 a 30 años de edad, tanto el hombre como la mujer, establecen relaciones con personas con quienes tendrán una familia. También comienzan a trabajar.

También es en este período en donde deciden si casarse o permanecer solteros, tener o no tener hijos

Para las personas durante este período de adultez temprana, es importante mantener una relación de pareja.

Berger (2008), agrega que durante la juventud, la salud es excelente, sin embargo, pueden tener malos hábitos que pueden perjudicarles en el desarrollo. Un muy buen hábito es la actividad física, ya que contribuye a una buena salud en la edad mediana y más adelante; y quienes no practican actividades físicas, son propensos a desarrollar diabetes y presión arterial alta.

La buena alimentación, también es un buen hábito para evitar enfermedades como obesidad; aunque también pueden desarrollar enfermedades como anorexia y bulimia.

Los jóvenes también tienden a tomar riesgos y son vulnerables a abusar de drogas y alcohol.

*GESTIÓN* DEL PROCESO  
DE *DISEÑO*

## CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO

Letra de Canciones:

- Sangre Negra.
- Chasing the Moonshine.
- Exorcism.
- Ghost Blues.
- I'm ok mama.

Historia de Canciones:

- Sangre Negra.
- Chasing the Moonshine.
- Exorcism.
- Ghost Blues.
- I'm ok mama.

Bonus (una ilustración por cada canción):

- Sangre Negra.
- Chasing the Moonshine.
- Exorcism.
- Ghost Blues.
- I'm ok mama.

Créditos:

- Canciones.
- Músicos.
- Productor.
- Artwork (ilustraciones y diseño).

## DISEÑO DEL CONCEPTO

Para encontrar un concepto, se utilizó 3 métodos de conceptualización, que son:

- **Ideart:** Consiste en realizar una lluvia de ideas relativa al tema y una relativa a una canción, imagen, etc.

- **Lo más cercano - lo más lejano:** Consiste en derivar de una palabra clave (relativa al tema), otras que tengan que ver con ella particularmente.

- **Inspira-Video:** Consiste en realizar una lluvia de ideas relativa al tema. Luego, se elige una palabra al azar y de esa palabra, se busca un video y se elige uno al azar. Luego, se hace una lluvia de ideas sobre lo que se sintió o percibió del video.

A continuación, los 3 procesos conceptuales usados.

# IDEART

Ideart es un método de conceptualización que consiste en elegir al azar una imagen, escultura, pintura, canción, etc. y hacer una lluvia de ideas de la misma. Luego, se debe hacer una lluvia de ideas del tema que se está trabajando y, por último, se relacionan forzosamente palabras de ambas lluvias

## Norman Bates



- Azul
- Miedo
- Psicópata
- Blackouts
- Asesino
- Tierno
- Sensible
- Olvido
- Amigable
- Malvado
- Oscuro
- Diversión
- Alma vieja
- Comprensivo
- Arte
- HDR
- Sonrisa
- Esconder
- Macabro
- Cuadros
- Elegante
- Simpático
- Secreto
- Taxidermia
- Contraste
- Miedo
- Presentimiento
- Desconocido
- Influir
- Real
- Desvanecer
- Joven
- Estudiante
- Sabio
- Opuestos
- Iluminación
- Cambio
- Raro
- Horror
- Muerte

de ideas para crear frases conceptuales. Para este método, se eligió al personaje Norman Bates, de Bates Motel, y se realizó una lluvia de ideas de Mercedes Escobar, para relacionarlo con el tema del proyecto.

## Mercedes Escobar



- Folk
- Rudo
- Crudo
- Vibración
- Poder
- Autoridad
- Verdad
- Fantasmas
- Desaparición
- Leyendas
- Cultura
- Historias
- Pesadillas
- Negro
- Noche
- Luna
- Morado
- Rojo
- Sinceridad
- Pureza
- Simple
- Instrumental
- Guitarra
- Vintage
- Victoriano
- Saturación
- Equilibrio
- Dulce
- Amigable
- Disfrutar
- Concierto
- Percibir
- Vivir
- Recordar
- Diferente
- Inusual
- Covers
- Compartir
- Comienzo
- Éxito
- Exorcismo

## LO MÁS CERCANO-LO MÁS LEJANO

Este tipo de conceptualización consiste en elegir palabras claves del tema e ir derivando otras, que se relacionan con la palabra, no con el tema. El objetivo es alejarse del tema.

Guitarra - madera - árbol - ramas - hojas - bichos - animales - aplastar - gelatina - dulce - caramelo - derrite - estómago - desecho.

Música - sonido - ondas - espacio - galaxias - estrellas - soles - lejano.

Instrumentos - banda - personas - amistad - abrazo - cariño - chocolates - impurezas.

Disco - circular - brillo - luz - mezcla - prisma - Pink Floyd - The Wall - ladrillos - rojo - sangre - vida.

Canción - vocal - garganta - amígdalas - virus - bacterias - gripe - mocos- pañuelo - suave - algodón - poodle - pequeñez - ternura.

Las frases obtenidas de este método son:

- Presentimiento de una pesadilla de muerte.
- **Recordar un cuadro vintage secreto.**
- Asesino disfrutando un concierto.
- Malvados fantasmas de la noche.
- Blackouts luego de un concierto elegante.
- Tierna pesadilla bajo la noche.
- La pureza de un exorcismo macabro.
- **La taxidermia es una dulce pesadilla.**
- Fantasma sensible que sonrío en la noche.

Las frases obtenidas de este método son:

- Mocos en ladrillos galácticos de ondas de sonido.
- Disco impuro de dulces estrellas.
- Pequeños brillos de animales galácticos.
- **Animales galácticos sobre una pared.**
- **Tiernos animales cubiertos de sangre galáctica.**



## INSPIRA VIDEO

Este tipo de conceptualización consiste en realizar una lluvia de ideas en base a un video musical. Se hace una lluvia de ideas del tema y se selecciona una palabra al azar, y esa palabra se busca en plataformas de video (como Youtube. com) y se ve un video. Luego, de ese video, se hace una lluvia de ideas para generar frases conceptuales.

En este caso, además de la lluvia de ideas del video “Disparition” (desaparecer, palabra de la lluvia de ideas en la primeraa conceptualización), también se hizo lluvia de ideas de 2 canciones de cantantes que influyen a la cantante; tales como I Put a Spell on You de Screaming Jay, y I ain’t superstitious, de Howling Wolf.



**Disparition - Taran Wanderer**



**I put a spell on you - Screaming Jay Hawkins**



**I ain't superstitious - Howling Wolf**

- Camino
- Viaje
- Tranquilo
- Despacio
- Calma
- Naturaleza
- Inestable
- Pequeñez
- Ansia
- Control
- Limpieza
- Vacaciones
- Repetitivo
- Paisaje
- Inolvidable
- Soledad
- Independencia
- Logro
- Aire Fresco
- Animada
- Descanso
- Sueño (dormir)
- Mareo
- Náusea

- Sátira
- Circo
- Burla
- Blues
- Magia Negra
- Oscuro
- Embrujos
- Locura
- Desesperación
- Brujo
- Grito
- Pertenencia
- Necesidad
- Teatro
- Ópera
- Baluceo
- Drama
- Ira
- Propiedad
- Amenaza
- Obsesión
- Amor tóxico
- Chamán
- Risa
- Malvado
- Sincero
- Delirio
- Obligación
- Primitivo
- Humo
- Estallido

- Blues
- Rasposo
- Despacio
- Lento
- Gato
- Creencias
- Superstitioso
- Mala Suerte
- Camino
- Cruzar
- Cuentos
- Muerte
- Convencerse
- Mentira
- Irónico
- Ocultar
- Cantina
- Noche
- Cultura
- Repetición
- Generaciones
- Verdad
- Animales
- Negar
- Prevenir
- Variado
- Sorpresa
- “Bow”

Las frases obtenidas, son las siguientes:

- Necesidad de convencerse con la mentira.
- Mareo de animales amenazantes.
- Brujos negros con gatos calmados.
- Ópera en el camino a la calma.
- **Viaje en la cantina del drama.**
- **Paisaje oculto del delirio negro.**
- Descanso después de grito de suerte.
- **Drama en el camino de la muerte.**
- Noche propiedad de la desesperación.
- Amenaza de una superstición nauseabunda.

Luego, se tomó cada una de las frases elegidas de las conceptualizaciones, y se fusionaron para crear otras nuevas a partir de las palabras de las anteriores. Se eligieron 3 finales que se detallan a continuación.

## Frases Anteriores

- **Viaje en la cantina del drama.**
- Paisaje oculto del delirio negro.
- Drama en el camino de la desesperación.
- Recordad un cuadro vintage secreto.
- Taxidermia es una dulce pesadilla.
- Fantasma sensible que sonrío en la noche.
- **Animales galácticos sobre una pared.**
- Tiernos animales cubiertos de sangre galáctica.

## Frases Nuevas

- **Taxidermia en el camino a una galaxia.**
- Sonrisa oculta en la cantina del delirio.
- Paisaje con animales sonrientes de desesperación.
- Sonrisa cubierta de sangre animal.
- Pesadilla secreta en la pared.

Ahora, se explica cómo las 3 últimas frases conceptuales se relacionan con el grupo objetivo, la cantante, la necesidad y objetivos:

## VIAJE EN LA CANTINA DEL DRAMA

Como retórica, se le puede atribuir la metáfora, metonimia e hipérbole. Metáfora, porque habla de un viaje a una cantina, se percibe como un hundimiento, pérdida de la sobriedad en la cantina. Metonimia porque el drama en una cantina, se asocia a los problemas de las personas que estén ese lugar. E hipérbole, porque se está exagerando la experiencia en una cantina.

Esta frase, se conecta con el grupo objetivo, en el sentido en que ellos frecuentan bares. Y con el cliente, porque sus canciones son dramáticas, los temas son oscuros y crudos.

Ahora, analizando cada palabra, según el diccionario enciclopédico Océano Uno Color (1997):

- **Viaje:** Jornada que se hace de una parte a otra. Relación o libro donde se relata lo que ha visto u observado un viajero. Agua que por acueductos o cañerías se conduce para el consumo de una población. Arrancada o velocidad de una embarcación. Corte sesgado que se da a una cosa.

- **Cantina:** Sótano donde se guarda el vino para el consumo de la casa. Puesto público en que se venden bebidas y algunos comestibles. Caja cubierta de cuero y dividida en varios compartimientos, para llevar provisiones de boca.

- **Drama:** Pieza de teatro cuyo tema puede ser a la vez cómico y trágico. Género literario que comprende las obras escritas para ser representadas. Suceso en la vida real en que ocurren desgracias.

## ANIMALES GALÁCTICOS SOBRE UNA PARED

Alguna retórica que se le pueden atribuir a la frase es antífrasis, porque se habla de animales galácticos que están sobre una pared, si son de una galaxia, no deberían estar en una pared terrícola.

Esta frase, se conecta con el cliente, ya que, personalmente, le gustan los animales; y en el proyecto, en sus canciones y sus influencias, hablan de animales, ya que algunos temas son sobre supersticiones y alucinaciones.

Analizando cada palabra de la frase, según el diccionario enciclopédico Océano Uno Color (1997):

- **Animales:** Persona incapaz o muy ignorante. Ser orgánico que vive, siente y se mueve por propio impulso. Relativo a la parte sensitiva e in ser viviente, a diferencia de la parte racional o espiritual.

- **Galaxia:** Sistema estelar en forma de disco, que comprende de 100, 000 a 150, 000 millones de estrellas y nebulosas.

- **Pared:** Obra de fábrica levantada a plomo, con grueso, longitud y altura proporcionados para cerrar un espacio o sostener las techumbres. Conjunto de cosas o personas que se aprietan o unen estrechamente.

## TAXIDERMIA EN EL CAMINO A UNA GALAXIA

El concepto se refiere a llevar a cabo el proceso de diseccionar animales mientras se está en un viaje que termina al llegar a una galaxia. El fin, es hacer que algo muerto, parezca vivo para interactuar con algo durante el viaje. Y galaxia, es un espacio en donde todo puede pasar, es un sitio desconocido pero intrigante.

Se relaciona con el cliente, en cuanto a que, de nuevo, los temas en sus canciones, algunas veces se mencionan animales, también se habla de muerte, y la taxidermia son animales muertos. Las galaxias se pueden relacionar con el grupo objetivo, porque son personas de mente abierta, y generalmente se sienten atraídos por figuras y formas libres en movimiento.

El concepto se relaciona con la idea del cliente redactada en la necesidad de este proyecto, de representar voodoo, magia y noche, de la siguiente manera:

- **Taxidermia:** Se relaciona con voodoo y magia al hacer que un objeto inanimado parezca vivo, darle a algo practicando el arte de la taxidermia, y la taxidermia sería la magia al lograrlo.

- **Galaxia:** Se relaciona con noche al ser un espacio con poca luz, o sea oscuridad y estrellas, una pequeña parte de lo que se ve desde la Tierra.

El significado de cada palabra de la frase, según el diccionario enciclopédico Océano Uno Color (1997):

- **Taxidermia:** Arte de reparar, diseccionar y disponer los animales de modo que representen, de la forma más fiel posible, al animal vivo.

- **Camino:** Tierra hollada por donde se transita habitualmente. Cualquier vía de comunicación. Medio para hacer o conseguir alguna cosa.

- **Galaxia:** Sistema estelar en forma de disco, que comprende de 100, 000 a 150, 000 millones de estrellas y nebulosas.

Se seleccionó “Taxidermia en el camino a una galaxia” como concepto final, ya que es el concepto que tiene más relación con el cliente y el grupo objetivo, por lo explicado anteriormente, además es mucho más “graficable”:

Taxidermia, puede sugerir texturas, porque es un trabajo manual y para simular el cosido, y se debe hacer al animal parecer vivo, lo que sugiere que sea un booklet interactivo en donde los objetos se animen. Y elementos como botellas y frascos por los líquidos que se utiliza para diseccionar.

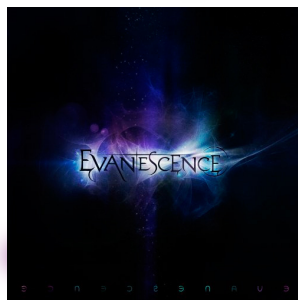
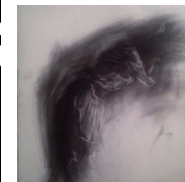
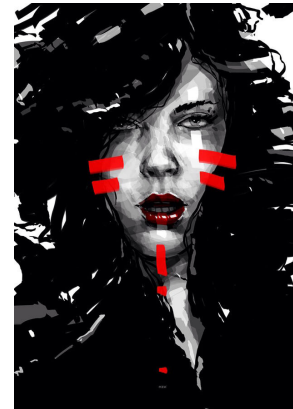
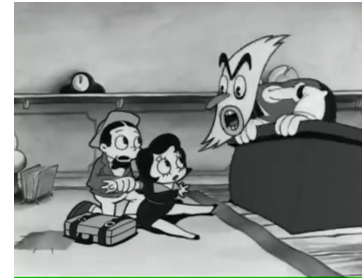
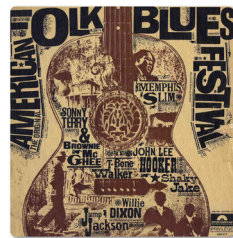
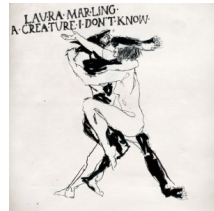
Camino, porque la animación será un recorrido, un camino hacia algo, dentro de una casa que parece museo al exponer elementos con luces que guían la atención.

Galaxia, puede sugerir formas y colores, porque son formadas de nebulosas y estrellas. Además, en las galaxias hay asteroides, que se pueden graficar como “sorpresas”, animaciones inesperadas en el recorrido.

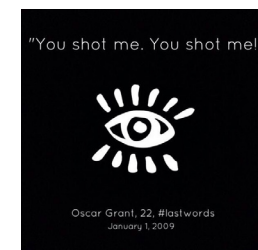
Una retórica en esta frase, es metáfora, porque se habla de un camino a una galaxia, y una galaxia está en el espacio abierto, por lo que no tiene un camino específico para llegar a ella.

# CODIFICACIÓN DE MENSAJE

Respecto a la técnica, como se desea representar algo “crudo”, se desea ilustrar con ashurado o sketch, tomando como referencia, imágenes que el mismo estilo de ilustración, y que sugieren volumen en los elementos, para hacerlos más realistas y menos infantiles por el estilo de música y las letras “crudas” de las canciones, además que va dirigido a jóvenes adultos, por ello el estilo debe ser más maduro. También se desea agregar algunos detalles de color, para crear puntos focales o interés.




Para el estilo de la portada, se desea representar algo folclórico, para denotar crudeza, algo hecho a mano, por el tipo de música (folk, country). Por lo que se considera ilustrar a tinta o digital. Y se consideran elementos victorianos, por los gustos del artista. Para la paleta de colores, se quieren usar ocre, por el folclor y lo antiguo; o colores azules y morados para representar noche, que es uno de los requisitos del cliente.



## Tabla de Requisitos

### Booklet digital, imágenes para Facebook, wallpapers y videos.

| ELEMENTO DE DISEÑO | FUNCIÓN  | TECNOLOGÍA   | EXPRESIÓN           |
|--------------------|--|--|---------------------|
| ILUSTRACIONES      | Graficar la crudeza de las canciones, y el proceso manual que conlleva la <b>taxidermia</b> .      | Ashurado digital, hecho a mano, con volúmenes en las formas.   | Oscuridad. voodoo.  |
| COLOR              | Transmitir noche y oscuridad, ya que son cualidades del espacio y <b>galaxias</b> .                |  <p>R: 149 G: 27 B: 129</p> <p>R: 41 G: 35 B: 92</p> <p>R: 0 G: 0 B: 0</p> <p>R: 190 G: 22 B: 34</p> <p>R: 230 G: 0 B: 126</p> | Suspense, brujería. |
| FUENTES            | Titulares: Continuar con el tema de <b>taxidermia</b> , algo hecho a mano, una tecnología antigua. | Seriff.<br>Pt.20 para títulos<br>Pt. 16 para subtítulos.<br>Texto centrado, o justificado.   | Antigüedad.         |
|                    | Bloques de Texto: Formalidad pero contemporánea.   | Sans serif.<br>Pt. 12.<br>Regular<br>Texto justificado o centrado.   | Fresco, joven.      |

## Tabla de Requisitos

| ELEMENTO DE DISEÑO     | FUNCIÓN  | TECNOLOGÍA   | EXPRESIÓN              |
|------------------------|--|--|------------------------|
| <b>EJES Y RETÍCULA</b> | Mostrar un <b>camino</b> en línea recta, para que el usuario se sienta libre de navegar y observar detalles.                             | Ejes rectos, horizontales y verticales. Reticula semiformal.   | Espacioso, curiosidad. |
| <b>FORMATO</b>         | Crear un espacio, que aunque sea reducido, se puede apreciar bastante detalle en las ilustraciones y que tampoco sea pesado visualmente. | <p><b>Booklet digital.</b><br/>Formato digital.<br/>Tamaño: 1024x768px.<br/>Orientación: horizontal.<br/>Técnica: Flash, action script 3.</p> <p><b>Imágenes para Facebook</b><br/>Formato digital.<br/>Tamaño: 2048 x 2048 px.<br/>Orientación: horizontal.</p> <p><b>Portada de Facebook</b><br/>Formato digital.<br/>Tamaño: 851 x 315 px.<br/>Orientación: horizontal.</p> <p><b>Wallpapers para Celular</b><br/>Formato digital.<br/>Tamaño: 2448 X 3264px<br/>Orientación: vertical.</p> <p><b>Videos para Facebook</b><br/>Formato digital.<br/>Tamaño: 1280x720px<br/>Orientación: horizontal.</p> | Limpieza, atrapar.     |
| <b>SOPORTE</b>         | Acompañar al usuario en todos los medios que utiliza.  | Digital.<br>72 dpi.  | Acosar.                |

## ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Para promocionar el nuevo material discográfico de Mercedes Escobar, se comenzará con una promoción de expectativa. Esta promoción consiste en publicar pequeños extractos (15 seg.) de las canciones del nuevo disco en forma de video en Facebook (una canción por cada mes, desde julio hasta noviembre), y lo que se mostrará en el mismo, será la portada del disco, para que el G.O. comience a familiarizarse. Esto deberá ser un viernes de cada mes.

La razón por la que las canciones se publicarán una por cada mes, es para no cansar al grupo objetivo, para que no se sientan bombardeados de información y muy constantemente.

Con esto, se pretende que el G.O. comience a conocer el contenido del disco y querrá escuchar las canciones completas, por lo que cuando salga el disco, querrán descargarlo. Es importante resaltar que, el disco podrá ser descargado gratuitamente a través de la fan page en Facebook de la cantante.

Luego, para anunciar que el disco ya está disponible, la cantante deberá cambiar su portada de Facebook, y resaltar que es gratuito para sus seguidores de Facebook y que luego de un mes será el lanzamiento oficial. Esto es para convencer al G.O. que son especiales, creando *engagement* con el artista y el disco.

Mientras el disco esté disponible en la fan page, la artista deberá publicar durante ese mes, cada viernes, una imagen que estará compuesta por un detalle de los wallpapers disponibles en el booklet y un extracto de cada una de las letras de sus canciones. Esto es para motivar y presionar al grupo objetivo a bajar el disco tan pronto como pueda, y le muestra las gráficas del booklet.

Y junto con estas imágenes, la cantante deberá decir al G.O. que la imagen completa de la cual sólo se estará mostrando un detalle, se puede encontrar en el booklet digital que viene acompañando al disco que puede ser descargado gratuitamente en su misma *fan page*.

La razón por la cual, los videos y las imágenes deben ser publicadas cada viernes, es porque ese día el G.O. descansa de la universidad y tiene tiempo en la noche para revisar más despacio sus redes sociales, ya que entre semana tiene tareas y fines de semana sale a distraerse.

A continuación, por medio de una tabla, se muestra a detalle las fechas en las que cada pieza debe ser publicada y el responsable de cada una.



# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MEDIOS

| PIEZA  | MEDIO   |             | MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN                   |  |   |
|--|---------|-------------|---|--|---|
|  | FÍSICO  | CARÁCTER    | RESPONSABLE                                       | DURACIÓN   | LUGAR   |
| <b>Videos para Facebook</b><br>Promocionar y anunciar el nuevo disco.                        | Digital | Promocional | Mercedes Escobar.<br>escobar_mercedes@outlook.com | Desde de julio 17, agosto 21, septiembre 18, octubre 16, hasta noviembre 6 del 2015. | Fan page en Facebook de la cantante.                |
| <b>Portada de Facebook</b><br>Promocionar el nuevo disco.                                    | Digital | Promocional | Mercedes Escobar.<br>escobar_mercedes@outlook.com | Noviembre 2015.  | Fan page en Facebook de la cantante.                |
| <b>Booklet digital</b><br>Animar al grupo objetivo a adquirir el nuevo cd de la cantante.    | Digital | Promocional | Marineth Morataya<br>5514-7898.                   | Noviembre 2015.  | Fan page en Facebook de Mercedes Escobar.           |
| <b>Imágenes para Facebook</b><br>Promocionar y anunciar el nuevo disco.                      | Digital | Promocional | Mercedes Escobar.<br>escobar_mercedes@outlook.com | Desde 13, 20, 27 de noviembre, 4 y 11 de diciembre 2015.                             | Fan page en Facebook de la cantante.                |
| <b>Wallpapers para celular</b><br>Promocionar el nuevo disco en una más personal con el G.O. | Digital | Promocional | Marineth Morataya<br>5514-7898.                   | Noviembre 2015.  | Dentro del Booklet interactivo en el área de Bonus. |

| PIEZA                                       | NECESIDAD   | G.O.  | CONCEPTO  |
|---|---|---|---|
| <b>VIDEOS EN FACEBOOK</b>                   | Promociona por medio de la expectativa el nuevo material discográfico de Mercedes Escobar, creando que el G.O. quiera descargar el disco.         | Se entusiasmará por las pequeñas muestras que se le presentará en Facebook.   | Se enlaza directamente con cada una de las canciones sobre voodoo, magia y noche.   |
| <b>BOOKLET DIGITAL</b>                      | Promociona y acompaña al material discográfico para que los fans de la cantante puedan aprender y escuchar las canciones interactivamente.        | Adquieren el cd por la calidad artística y la interactividad del mismo, porque no hay booklets interactivos con los que se pueda "jugar". | Es un recorrido (camino) en una casa, en donde los elementos están expuestos (taxidermia), en donde hay animaciones que sorprenden al usuario (galaxia).                            |
| <b>PORTADA DE FACEBOOK</b>                  | Anunciará y promocionará el material discográfico, para que el grupo objetivo sepa antes y después del estreno del cd, que ya lo pueden adquirir. | Estará pendiente del material discográfico, porque estará en la plataforma que más usan.  | Los colores se relacionan con los colores de la galaxia y lo oscuro del tema del cd, voodoo.  |
| <b>IMÁGENES PROMOCIONALES PARA FACEBOOK</b> | Anunciará y promocionará el material discográfico, para que el grupo objetivo sepa que habrá un nuevo cd de la cantante.                          | Le dará seguimiento al lanzamiento, creando la necesidad de saber cómo son las imágenes completas y descargará el disco.                  | Una muñeca voodoo que parece estar viva (taxidermia) que encamina, o es una introducción a lo que vendrá con el cd.   |
| <b>WALLPAPERS PARA CELULAR</b>              | Promociona el material de manera indirecta, y les recuerda las letras de las canciones.   | Llevarán consigo la ilustración de su canción favorita.   | La muñeca voodoo de la portada tiene movimientos, lo que denota estar viva, siguiendo con la palabra "taxidermia" del concepto; y que se trata de hacer parecer vivo algo sin vida. |

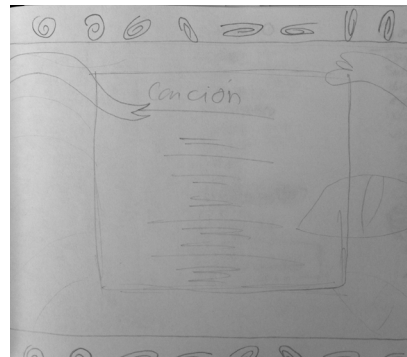
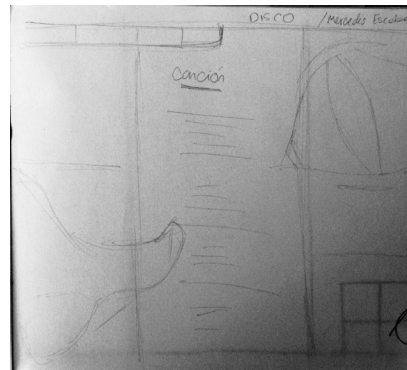
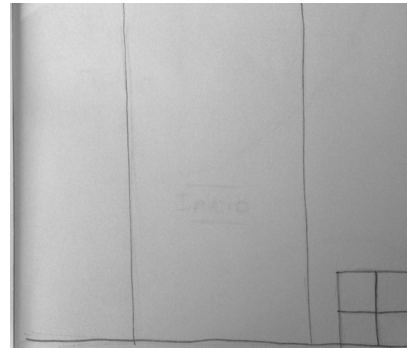
Piezas y su relación con la necesidad, grupo objetivo y concepto.

## BOCETAJE PARA DEFINIR LA PROPUESTA PRELIMINAR

Para la etapa de bocetaje se trabajó bajo el concepto “**Taxidermia en el camino a una galaxia**”, y con la necesidad que el grupo objetivo descargue el nuevo material discográfico que gira al rededor de la idea de voodoo, magia y noche de la cantante Mercedes Escobar,

Para que el proceso cumpliera con el concepto y la necesidad, además de ser funcional, se bocetó tomando en cuenta los elementos descritos en la tabla de requisitos.

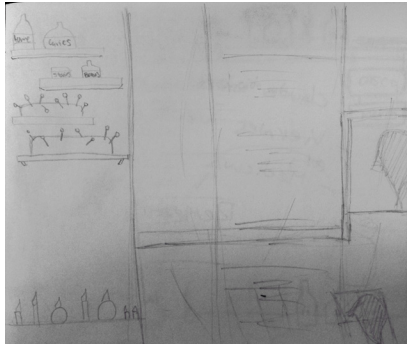
A continuación, se ilustra y explica el proceso llevado a cabo.



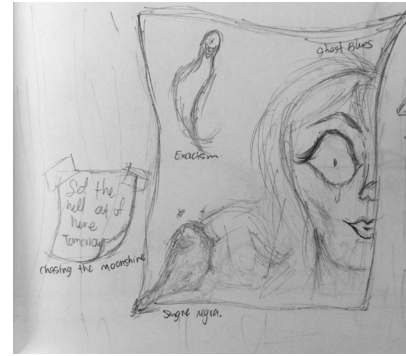
Para la distribución de los elementos, se bocetó inicialmente, retículas verticales, además de un menú cuadrado, en el que cada uno de los espacios, es un botón.

Los espacios se usarían: el del medio para información y los lados para ilustraciones con efecto parallax (se consideraba animar en HTML5 y CSS3).

Luego, siguiendo lo especificado en la **tabla de requisitos**, sobre espacios horizontales, se bocetaron para dar la impresión de **camino** en línea recta, del **concepto**. Esta retícula tenía menús en la parte superior e inferior. También con efecto parallax. Se optó por esta opción de diagramación para transmitir la sensación de **espacio** mencionado en la **tabla de requisitos**.

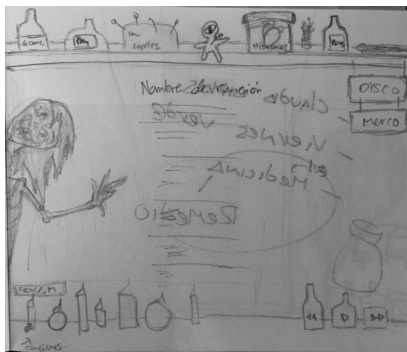


Para representar la **crudeza y voodoo** de la **tabla de requisitos** en el área de función y expresión y la **necesidad** del proyecto, se comenzó a bocetar una casa antigua con elementos propios del voodoo y brujería. Además que el estilo de ilustración representan el trabajo manual (cosido) de la **taxidermia**.



Para el playlist, se decidió ilustrar un elemento de cada canción para cumplir con el **objetivo** del proyecto de **comunicar la idea general del disco, que es voodoo y magia.**, para que al hacer hover, apareciera el nombre de la canción.

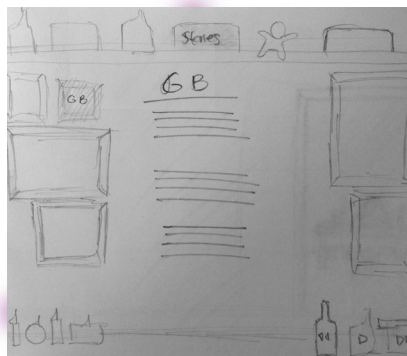
Se comenzó bocetando una hoja en un escritorio, pero no fue la idea final porque los menús quedaban fuera de contexto al encontrarse en un escritorio.



Luego, se consideró que el menú se integrara al entorno totalmente, entonces cada botón sería un elemento de voodoo y magia en una estantería. Y como parte del concepto (**Taxidermia en el Camino a una Galaxia**), por **"taxidermia"**, se agregó frascos, para simular las sustancias usadas en ese arte.

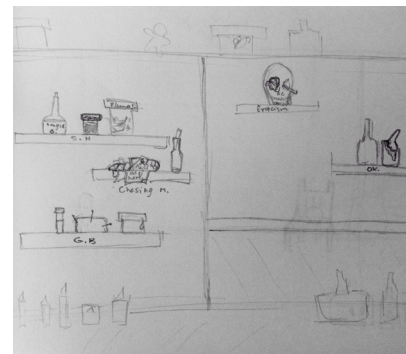


Luego, con la misma idea de ilustrar cada canción, ahora se contextualizó sobre una pared, como referencia a algunos rituales religiosos en donde manchan paredes con mensajes y símbolos.

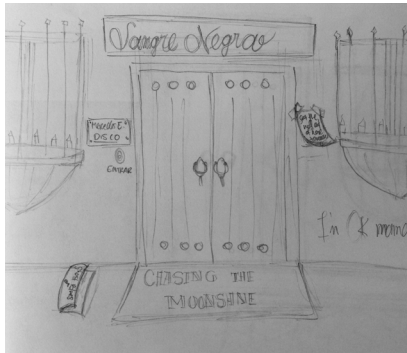


Se decidió mantener el texto a una columna con una luz amarilla que guíe la lectura, por la palabra **"camino"** del **concepto**.

Para la galería de "Bonus", se decidió poner cuadros con ilustraciones en una pared, para expresar **exposición**, ya que la **taxidermia se expone**.



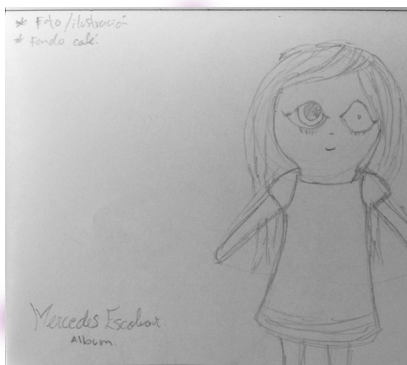
Para representar mejor el concepto, **"taxidermia en el camino a una galaxia"**, se decidió **"exponer"** elementos, por **"taxidermia"**, que es un arte que se expone, en una pared y contrastarlos con luz, por **"camino"**, que guía o encaminar la vista, además, cada elemento tiene relación con las canciones y el tema **"voodoo"**.



Para el home, se ilustró la fachada de una casa, para tener relación con el “camino” dentro de la casa. Por ser la página de inicio, se ilustró elementos relativos a cada una de las canciones. Es la fachada de una casa antigua, ya que en esas casas antiguas hay leyendas, como en las canciones de la cantante.



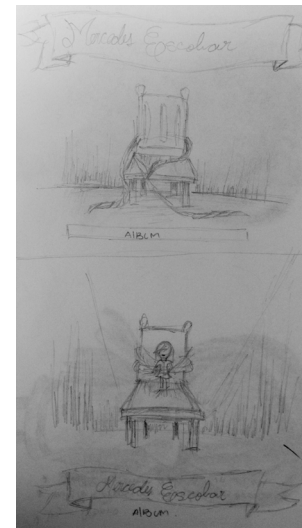
Se bocetó una propuesta mucho más limpia, pero a la artista le pareció más adecuada la anterior, por tener más relación con los temas del disco.



Para la portada del disco, se decidió ilustrar a la cantante, para que sus seguidores la reconozcan, además que una especificación del cliente era no retratos fotográficos. Se decidió ilustrarla como una muñeca voodoo para seguir con el tema de **taxidermia**, que algo muerto que parezca vivo.



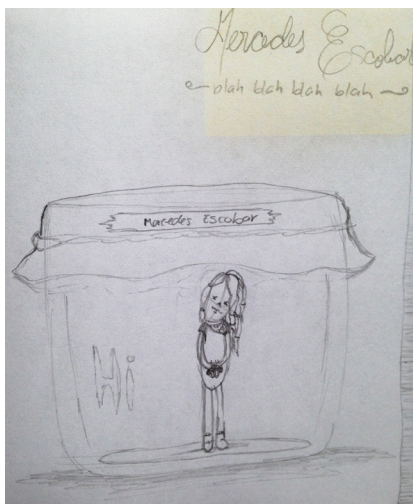
Se propuso la muñeca dentro de un frasco, para denotar que está viva y por ello está encerrada, para denotar que la muñeca está viva.



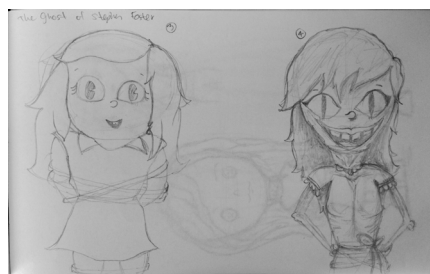
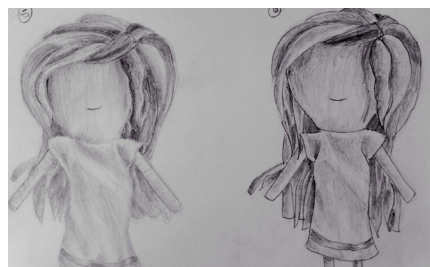
Luego, se bocetó una silla vacía, denotando que alguien se escapó, pero ya no representa a la artista. Entonces, se bocetó la muñeca sujeta a la silla.



Se volvió a la idea inicial para la portada y se fusionó con la idea de amarrar a la muñeca. En esta propuesta, la muñeca está de pie, el vidrio empañado y hay algo escrito, para representar, como se ha mencionado anteriormente, **taxidermia**, que la muñeca está viva.



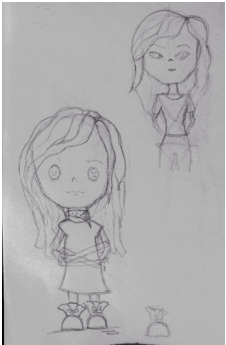
Luego, se decidió diagramar el nombre del disco fuera de la ilustración, para representar **limpieza y espacio** mencionados en la **tabla de requisitos**.



Se bocetó técnicas a mano para el tipo de ilustración, se bocetó hatching a lápiz y tinta, y sketch a lápiz y tinta también. Y hatching digital, para decidir qué técnica representaba mejor la **crudeza** mencionada en la **tabla de requisitos**.

Luego se bocetó diferentes tipos de ilustración como caricaturas, sin embargo se decidió un tipo de ilustración realista, para representar mejor las facciones de la cantante.

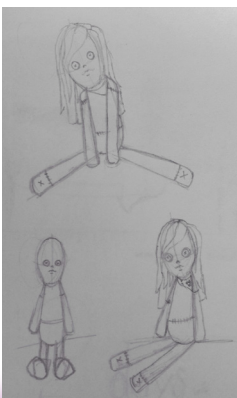




Para la personalización de la muñeca, se bocetó una muñeca con muchos rasgos faciales humanos, pero lucía más como caricatura infantil que muñeca realista.



Y se concluyó con una muñeca de piernas largas y cabello de lana, para hacerla lucir más adulta, para que el **grupo objetivo** (que son jóvenes adultos) la identificaran como tal, como una joven.



También se probó posiciones, pero se decidió dejarla de pie, porque las posiciones no eran adecuadas para representar "sobrenaturalidad" como el resto del material basado en el tema voodoo del contenido del disco.

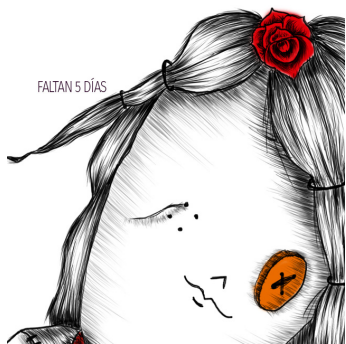


Para las imágenes de expectativa en Facebook, se bocetó una imagen sin ilustración, sólo con hatching, pero se desligaba del tema del disco y era muy vacío. Es importante mencionar que estas imágenes contarían los días que faltan para la publicación del material.

Luego se bocetó una ilustración relativa a los temas del disco, pero no había relación con las del disco.



Finalmente, se decidió relacionar los temas musicales del disco con la muñeca de la portada, para que exista conexión entre todas las piezas. Son 5 canciones, por lo que se harían 5 ilustraciones, una para cada día en cuenta regresiva hasta el día de la publicación del material.



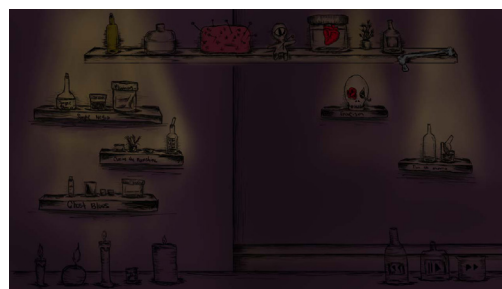
Luego, se decidió colocar únicamente detalles de las ilustraciones, para que cumplan con la definición del Diccionario Enciclopédico Uno Color (1997) sobre promoción, que es dar impulso a una idea.



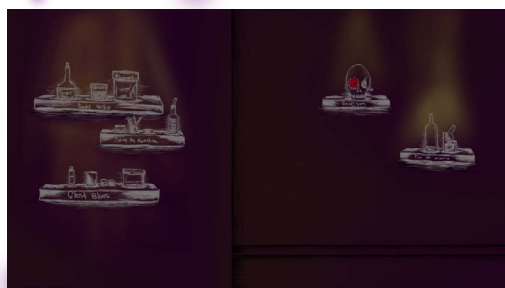
Los botones se dejaron negros y se agregó una luz, por la palabra del concepto, “camino”, “encamina” o dirige la vista a algo.



Para los colores del booklet, se probó ocre, por una de las canciones del disco que es country,



Se agregó color a los botones del menú principal, pero creaba ruido visual.



Se bocetó con color morado, como se detalló en la sección de función de color de la **tabla de requisitos**, se quería representar “noche”. Los botones se bocetaron como grises, pero eran ilegibles.



Se dejó el menú principal sin color, sólo se le agregó amarillo y pocos detalles en color para resaltar los íconos y a algunas velas en el menú de playlist.





Las ilustraciones que servirían para promoción de expectativa y fondos de pantalla para celular (como parte del bonus del booklet), se comenzaron a colorear completamente y se le agregó un fondo morado con degradados y pequeños brillos por la palabra en el concepto “galaxia”, además el fondo conectaba con el booklet.



Si se quería suprimir el fondo morado, se debía buscar la manera de conectar la ilustración con el booklet, entonces se bocetó una propuesta sin colores, sólo detalles, ya que los elementos del booklet no están pintados solamente tienen algunos detalles en color.



Como prueba de color, se suprimió el fondo morado, diseñando una composición más limpia, como se menciona en la **tabla de requisitos**., específicamente en la sección de formato. Además, para resaltar y centrar la atención únicamente en la muñeca.



Sin embargo, a la propuesta sin color en la muñeca, se le agregó un fondo morado, para relacionarlo mejor con el booklet.



Luego se bocetó la muñeca con color sobre un fondo beige, para darle un toque más vintage, porque el género musical es blues, es antiguo, con un degradado morado, por los antecedentes observados. También se le agregó destellos blancos, por "galaxia", igual que el degradado.



Para la portada de facebook, se bocetó siguiendo la línea de los wallpapers, y con un pequeño detalle de una ilustración.



Luego se consideró agregar más detalle, ya que el disco ya estaría publicado, solamente sería para animar más al grupo objetivo a conocer más sobre el material.



Para la portada, se quería connotar que la muñeca estaba viva, entonces se ilustró el envase empañado, por la respiración de la muñeca.



Luego, se suprimió el efecto, y de esta manera le pareció mejor a la cantante, fundamentando que la ilustración se ve más clara y limpia.



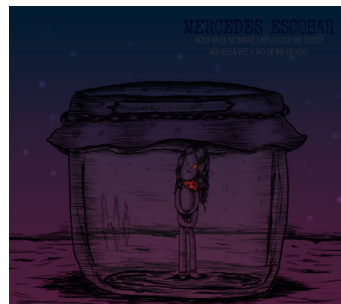
Se bocetó una versión sin fondo morado y coloreando la muñeca para conectarla con los wallpapers.



En el “tape” del frasco, se eliminó el nombre completo de la cantante, ya que redundaba con el de la composición de la portada.



Para que tuviera una relación más notoria con los wallpapers, se agregó el mismo fondo: beige con degradado morado y destellos.

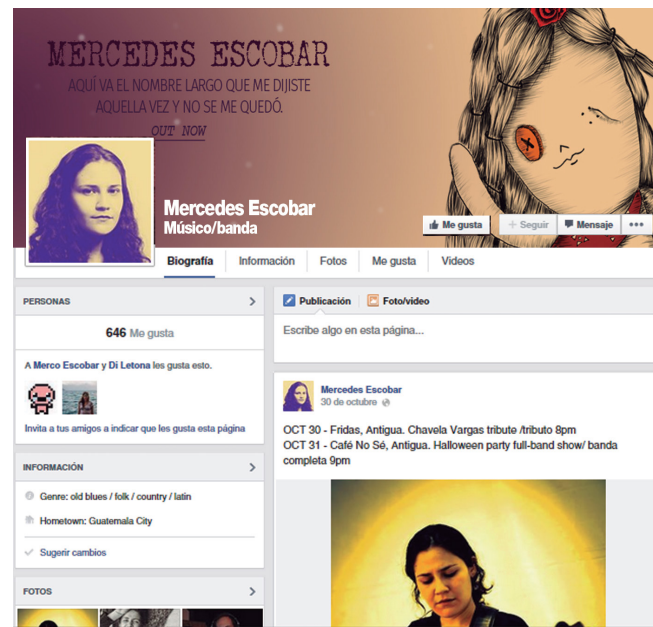


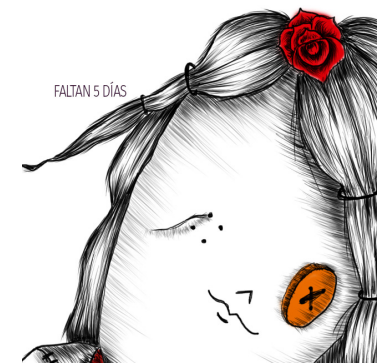
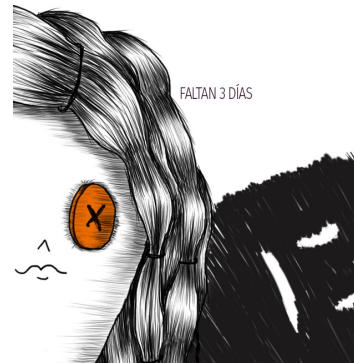
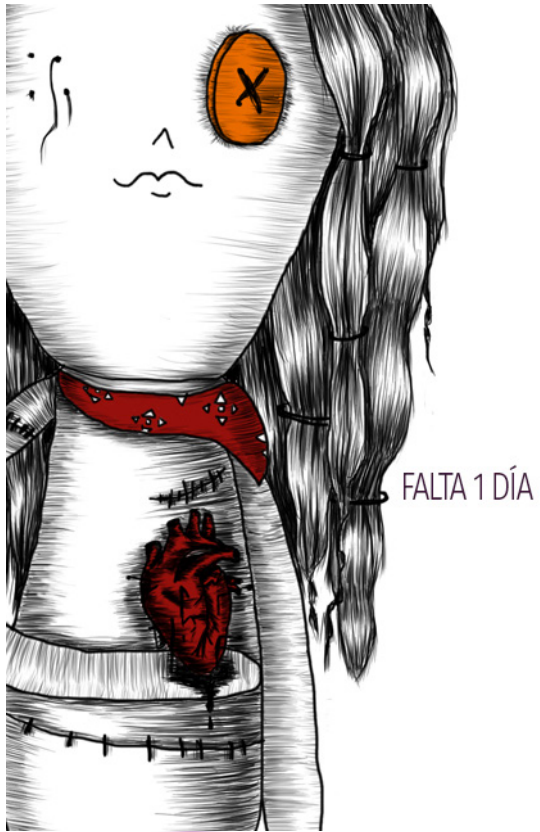
Se bocetó una versión con morado y azul, para connotar noche, pero no se optó por ella, ya que era demasiado oscura y no se apreciaba la ilustración.

# PROPUESTA PRELIMINAR

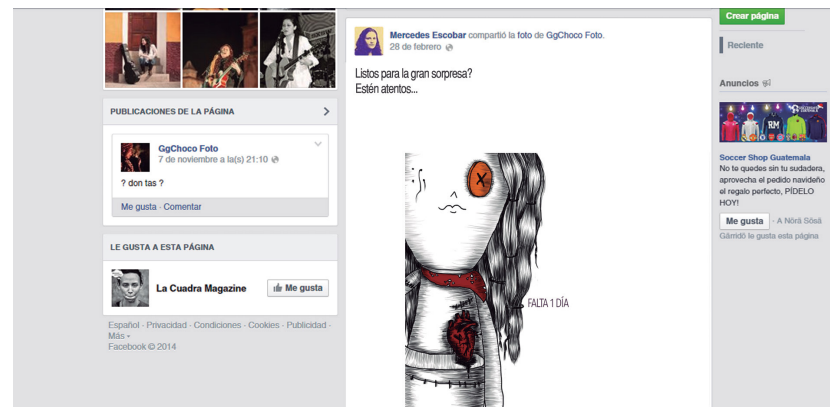


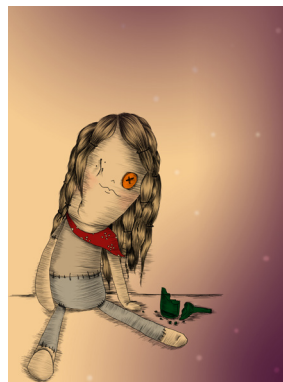
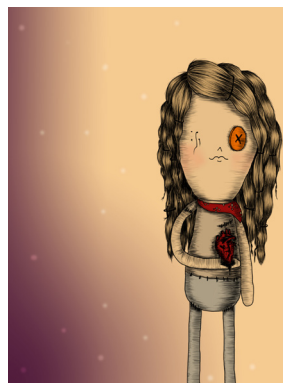
Portada para la fanpage de Mercedes Escobar en Facebook.  
Medidas: 851px X 315px.  
Soporte Digital, SRGB.



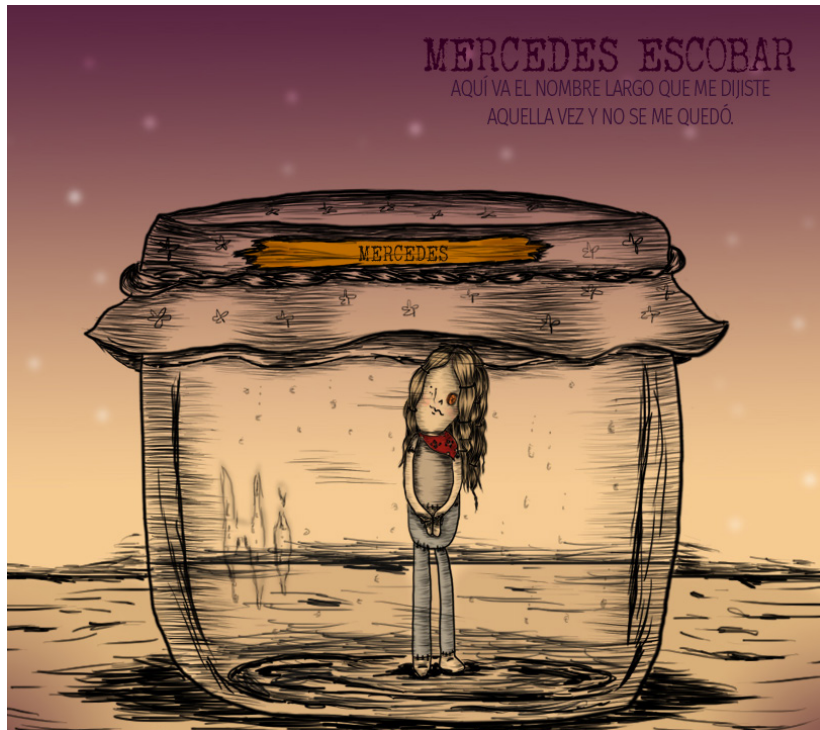


Imágenes de promoción para la fanpage de Mercedes Escobar en Facebook antes de publicar el material discográfico.  
 Medidas: 2048px X 2048px.  
 Soporta Digital, SRGB.

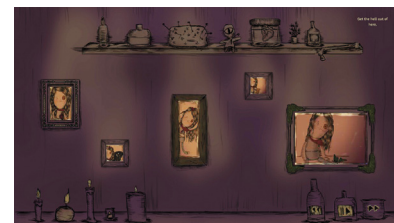
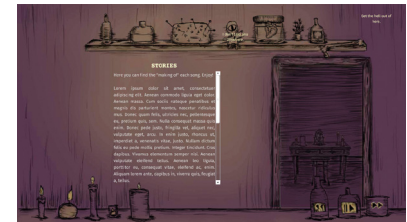
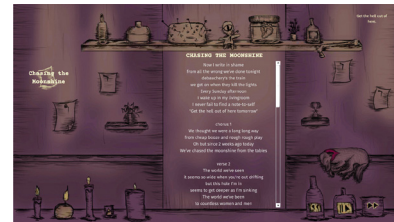




Ilustraciones para wallpaper de celular del booklet.  
Medidas: 2448px X 3264px.  
Soporte Digital, SRGB.



Booklet interactivo.  
 Medidas: 1280px X 720px.  
 Soporte Digital, SRGB.



# VALIDACIÓN

Se encuestó a 20 jóvenes adultos entre 20 y 25 años (anexo II), de profesiones variadas; como artistas, diseñadores, comunicadores gráficos y visuales; ya que cumplen con el grupo objetivo planteado por la cantante Mercedes Escobar (anexo I). Personas relativamente bohemias con gusto por las bellas artes, especialmente por la música.

También se encuestó a 3 músicos; 2 diseñadores especialistas en medios multimedia y software y 1 ilustrador.

Se les encuestó de cara a cara al grupo objetivo y a los diseñadores, y a los músicos se les pasó pregunta por pregunta vía web, al g.o. y diseñadores se les dio el instrumento impreso y se les prestó la computadora para que navegaran y probar la intuitividad del booklet.

Al grupo objetivo se les preguntó 10 incisos; a los diseñadores, 14; y a los expertos, 10.

A continuación, se detallan los resultados obtenidos de la validación (gráficas en anexo II).

El diseño del sitio se relaciona con la música blues y rock. Se relaciona con el rock por los colores oscuros y la técnica de hatching, sin embargo, cumple con el concepto de diseño “taxidermia en el camino a una galaxia”; en donde “taxidermia” se representa por la técnica, connotando costuras en los animales disecados, “camino” en las guías visuales amarillas, y “galaxia” por los degradados fundidos en morado, la oscuridad del universo y algunos destellos por las estrellas, también por las sombras y animaciones que sorprendieron al grupo objetivo, para representar asteroides inesperados. Además, con la paleta de colores mencionada en la tabla de requisitos, en el área de expresión, se menciona que se desea representar “noche”.

La navegación es algo que confundió al grupo objetivo y a los músicos, por lo que los diseñadores sugirieron suprimir alguno de los 2 menús de música: el de la sección de playlist o el que acompañaba durante todo el recorrido. Se optó por suprimir el que acompañaba en el recorrido, y al de la sección de playlist, se le cambió el nombre a “home” y se le agregó detalles al hover que demuestran humo y magia con color verde. Ya que el área de introducción y home también confundía por la relevancia de las secciones.



Antes



Después



Otro problema que se detectó, fue la sección de créditos, el ícono casi no era percibido y el fondo de color de la sección era muy oscuro, por lo que en pantallas LED era ilegible. Entonces, los botones se corrieron dejando el primero y el último inactivos, y el fondo se cambió de color a uno más claro, pero siempre en la paleta de los morados. Y de esta manera, ya todos los botones y secciones eran bien percibidos.

La letra en los menús resultaba un poco ilegible y no se integraba a las ilustraciones, por lo que se cambió a una tipografía que denotaba haber sido escrita a máquina y fotocopiada, para que se integrara más al diseño de "handmade".



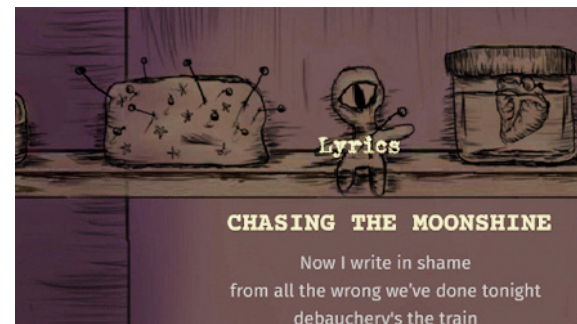
Antes



Muestra de la tipografía de los botones antes.



Después



Muestra de los botones después de la validación.

El botón de salida también se cambió, ya que era un texto nada más y no se percibía como botón. Entonces se agregó una hoja en la pared con una “x” encima, ya que la “x” es un signo de “salir” o “quitar”.



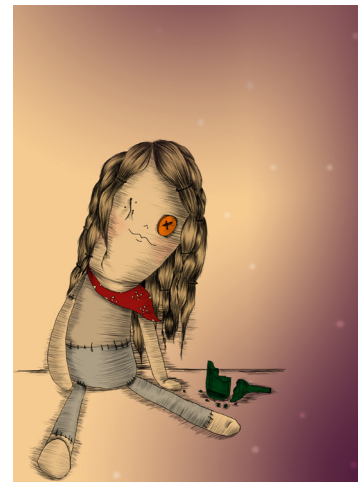
**Botón de salida antes de la validación.**



**Botón después de validación.**

Para las ilustraciones, se quitó el color, dejando solamente algunos detalles, y también se suprimió los colores del fondo, ya que hacían ver la ilustración un poco infantil y así, se desligaba del booklet. Sin el color, el tema “voodoo” se volvía a percibir, y se veía adulto de nuevo.

Se le agregó un degradado morado, para conectarlo con el booklet y versos de las canciones a las que corresponden cada ilustración, para que la identificación de las mismas sea óptima y para que el G.O. lleve consigo su canción favorita.



**Antes**



**Después**

*GESTIÓN DE LA  
IMPLEMENTACIÓN  
DE DISEÑO*

# PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

Mercedes Escobar es una cantautora guatemalteca de música blues, muy conocida en bares de Antigua Guatemala y la ciudad capital. Recientemente, grabó unos temas para un disco EP de 5 canciones; de las cuales, 4 son en inglés y 1 en español.

Para este disco, Escobar deseaba que sus seguidores (jóvenes adultos guatemaltecos, entre los 20 y 25 años de edad) identifiquen la idea general del contenido de su nuevo material discográfico, que gira alrededor de la idea de **voodoo, magia y noche**. Por lo que **es necesario generar una propuesta digital** para que el grupo objetivo **desea descargar el material discográfico gratuito** de la cantante que estará disponible en su fan page de Facebook.

Para responder a la necesidad planteada anteriormente, se decidió establecer el objetivo de desarrollar una propuesta multimedia para promocionar el nuevo material discográfico de la cantante Mercedes Escobar, dirigido a jóvenes adultos guatemaltecos que comprendan edades entre los 20 y 25 años de edad. El material debe comunicar la idea general del contenido del disco.

Entonces, luego de establecer el objetivo, se investigó sobre temas relativas al cliente y la idea general del cd.

Por ejemplo, se investigó sobre cultura, música, voodoo y magia negra. Cultura, por ser el tema del proyecto, cultura musical; en donde se define cultura como un conjunto de características que un grupo de personas poseen.

En música, se investigó sobre los géneros que la inspiran o que ella misma interpreta, tales como el blues, jazz, country, por ejemplo. Voodoo y magia, por ser los temas dominantes en el contenido del disco; en los que se habla de fantasmas y exorcismos, por ejemplo; aunque se debe aclarar que los temas no son nada oscuros, al contrario, tienen un poco de comedia.

Luego, se formó un contenido teórico con temas propios de diseño para generar una propuesta que cumpla con los requisitos necesarios técnicos para ser funcional. Con este material, se **desea promocionar** el disco para que el grupo objetivo lo descargue, según lo planteado anteriormente, por lo que promoción se refiere a lo que estimula al grupo objetivo a tener un objeto.

Otro tema clave para el desarrollo de este proyecto, es multimedia. Para diseñar sistemas multimedios, es importante considerar la **intuitividad** y la **visibilidad** de los objetos con los que se debe interactuar.

En este tipo de diseño, se debe incluir sonidos, animaciones, fotografías y texto, para que el usuario pueda interactuar con el diseño.

Terminado el proceso de investigación de marco teórico, se prosiguió a estudiar al grupo objetivo por medio de encuestas por Google Drive.

Se determinó que tienen acceso a computadoras, smartphones e internet, son curiosos y les gusta la música.

Usan muchas redes sociales, o por lo menos las más populares como Facebook, Instagram, Pinterest y Twitter en este orden.

Previo a diseñar el sistema multimedia, se estableció una frase conceptual, obtenida luego de realizar 3 procesos creativos; siendo éstos ideart, lo más cercano-lo más lejano e inspira video.

Se eligió como frase conceptual “taxidermia en el camino a una galaxia”. Más adelante se explicará con gráficas cómo se representó el concepto en el diseño.

Luego, se bocetó propuestas de retículas y colores, añadiendo brillos y degradados; esta propuesta se validó, y se realizó los cambios pertinentes y que ayudarían a que propuesta fuese funcional. Por lo que, finalmente se llegó a la siguiente propuesta.

Se desarrolló una propuesta multimedia de un booklet interactivo, para promocionar el nuevo material discográfico de Mercedes Escobar, que previo a ser publicado, se creará expectativa con videos con extractos de sus canciones ya que llamará la atención del grupo objetivo y querrán escucharlas completas, por lo que descargarán el disco lo más pronto posible, con la presión que sólo estará disponible durante un mes.

Este material, tiene dimensiones de 1280px X 720px, para llenar completamente la pantalla de los ordenadores, ya que es una medida que manejan la mayoría de estos.

También cuenta con 7 secciones: intro, home, lyrics, stories, bonus y créditos.

En el intro se presenta la fachada de una casa antigua, ya que la magia negra y el voodoo son prácticas antiguas. El ambiente de todas las secciones es morado, para representar noche, y tiene detalles verdes para representar magia.

En el home, se encuentra el playlist de las canciones. Cada una está representada por elementos de la misma canción en estanterías, que se complementa con elementos de magia; como líquidos, frascos viejos, especias, etc.



En la sección de lyrics, se encuentran las letras de todas las canciones que contiene el disco; que al hacer hover sobre cada botón, aparece el nombre de la canción, para crear suspenso y evitar el ruido visual al tener muchos elementos en un mismo espacio. Para que el grupo objetivo, pudiera identificarse con ella, se agregó a su mascota a la composición, que es una perrita durmiendo.

En la sección de stories, se encontraría la historia de cada canción (información aún no proporcionada por la cantante). En esta sección se presenta una habitación con una mesa y un corazón con alfileres sobre ella; esto, para representar voodoo.

En la sección de bonus, se presentan los wallpapers en cuadros para fotografía, para añadir elementos femeninos para representar a la cantante.

Y en la sección de créditos, hay repisas con más elementos voodoo y de magia, además de una bola de cristal que cambia de color.

La idea de diseñar una casa, es para representar “camino”, se trata de un “tour” por la casa de alguien que practica voodoo y magia. Esta palabra del concepto, también se representó como puntos de luz en las repisas y cuadros para guiar la atención hacia esos elementos.

“Galaxia”, se representó en las fusiones de colores morados y degradados, imitando las nebulosas del espacio. Además, también en elementos como pequeños brillos para representar estrellas.

Y “taxidermia”, en el personaje voodoo, que parece estar vivo; ya que la taxidermia procura que algo muerto parezca vivo;

y en la forma de ilustración, ya que se pretende representar las costuras de los animales rellenados.

Para la portada del disco, se ilustró al mismo personaje, que es la cantante Mercedes Escobar, como una muñeca voodoo amarrada y enfrascada, para denotar que tiene vida y es peligrosa por ser voodoo. Está sobre una mesa, para unirla con el booklet interactivo.

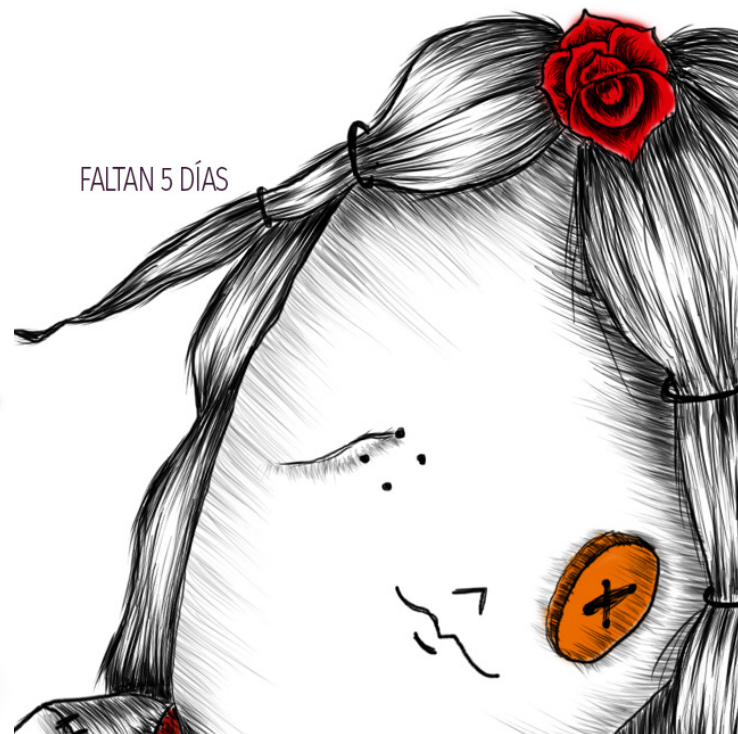
Y para apoyar la promoción del disco, se diseñó una portada para Facebook, que se acompaña de imágenes de expectativa para con extractos de las letras de las canciones del disco, para recordarles que sólo tienen un mes para descargarlo y presentarles las ilustraciones y wallpapers que pueden descargar en el booklet.

Y así, se representó “**taxidermia en el camino a una galaxia**”.

A continuación, se presentan más detalles gráficos del proyecto acompañado de su explicación más específica.

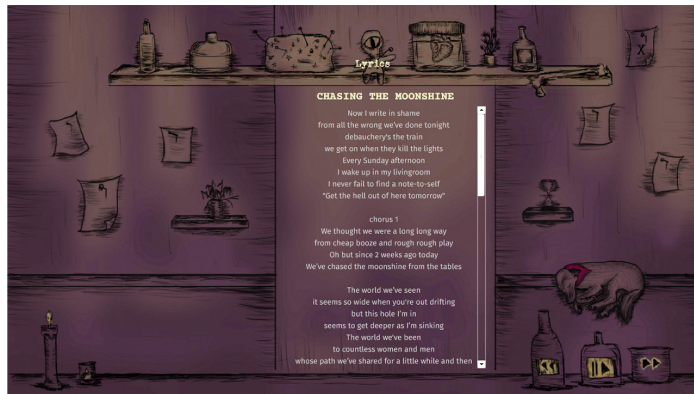
Se presentan detalles del tipo de ilustración que cumplen con “taxidermia”, al representar las costuras de los animales disecados, además de un proceso completamente manual.

Y en el personaje, porque denota vida y esto fue también detectado por el grupo objetivo en una post-validación.



Siguiendo el proceso de Sagmeister, entrevistado por Rivers (2006), mientras se diseñaba, se escuchaba cada canción del disco, enfocándose más en la canción “Exorcism”, y es por esto que el tema del booklet y el diseño en general, es oscuro y “crudo”. Los colores son morados, para representar “noche”, que es lo que se planteaba en la tabla de requisitos en el área de expresión.

También, se siguió los puntos que propone Knab (2008), para el diseño de la portada, siendo algunos que el nombre del artista se lea claramente y con tipografía diferente, que el nombre del artista esté en la parte superior y que se diferencie del nombre del disco.

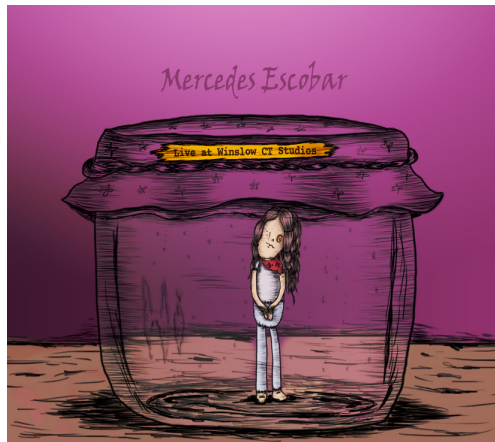


“Camino”, se representó por las guías de interés que señalan las “luces” amarillas a lo largo del recorrido, porque guían o encaminan a ver algo en específico.

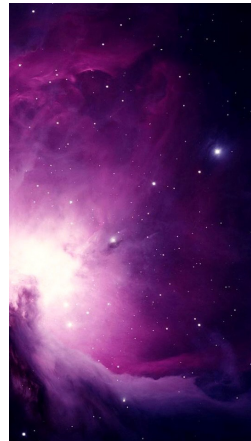
Granollers (2005), sugiere que el material visual debe tener navegabilidad fácil, y por ello, luego de las validaciones se suprimió el menú inferior porque confundía al usuario si se trataba de otras canciones diferentes o no. También, sugiere la consistencia en una línea gráfica, es por ello que las ilustraciones siempre mantienen algún degradado morado, para relacionarlas con los colores del booklet interactivo; además, es por ello que se consideró incluir una galería con ilustraciones de la muñeca (que representa a la cantante), para que esa muñeca esté presente en todas las piezas: en la portada, en el booklet y en las imágenes de expectativa.



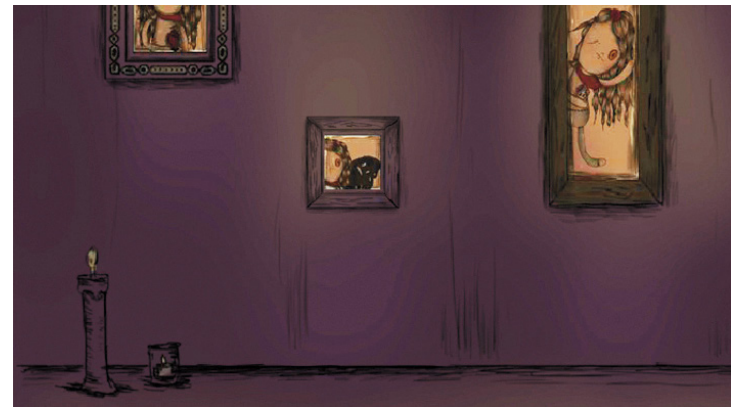
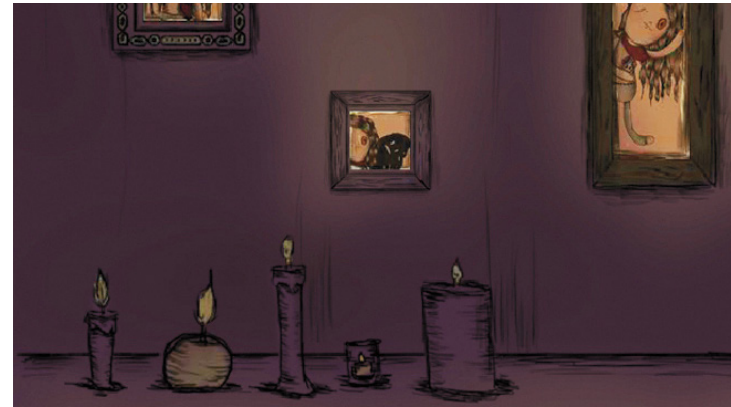
## Portada



## Referencia de galaxia



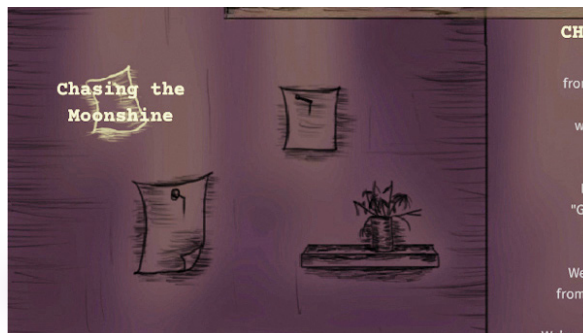
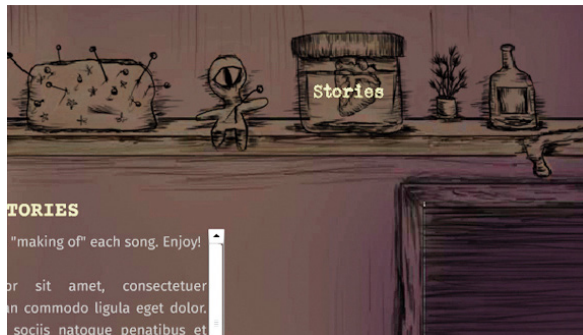
“Galaxia”, se representó en los degradados de morado y en los brillos aplicados en algunos detalles en el booklet, como en el hover de los botones del home.



En estas imágenes, se muestra el cambio en el menú inferior.

Trigueros (2014), aconseja utilizar jerarquía tipográfica para marcar diferencias entre títulos, subtítulos y cuerpo de texto para facilitar la navegación, y es por ello que los botones del menú principal tienen una tipografía distinta a los títulos, aunque tienen los mismo colores, no hay confusión en absoluto, además de crear diferencias por los elementos que contienen las tipografías al hacer hover.

A continuación unos montajes para demostrar cómo se ven las piezas aplicadas.



Diferencia entre la tipografía del menú principal y de los botones dentro de las secciones del booklet.



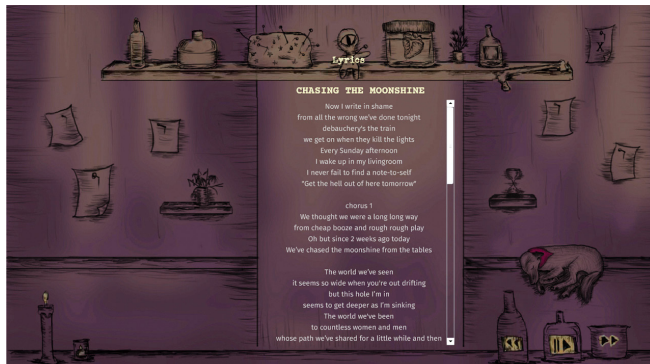
Booklet interactivo



Introducción con carátula del disco para no confundir al usuario al ver la introducción interactiva.



Home con el playlist de las canciones que contiene el booklet.



Lyrics: en esta sección se accede a la letra de cada canción por medio de un botón para cada una.



Stories: en esta sección se cuenta el por qué de cada canción, cómo fue hecha, etc.



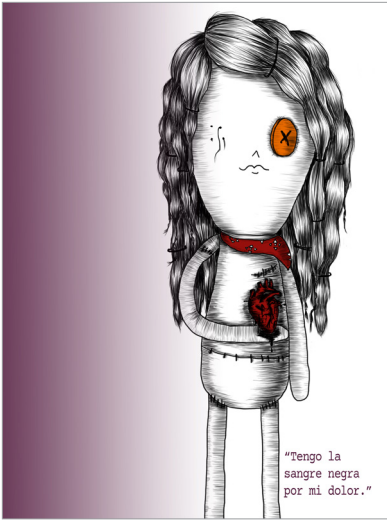
Bonus: galería con la función de poder descargar la ilustración de la canción favorita.



Credits: esta es la sección final del recorrido.



Wallpapers para celular



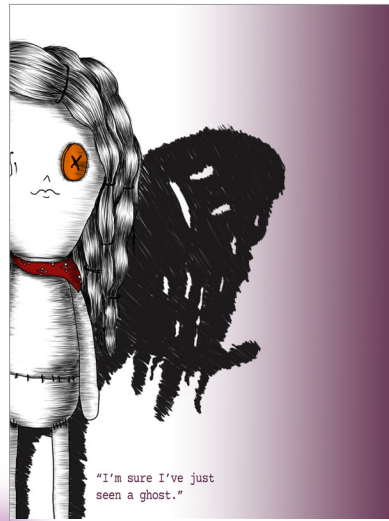
"Tengo la sangre negra por mi dolor."



"I never fail to find a note-to-self."



"Go home or you're dead."



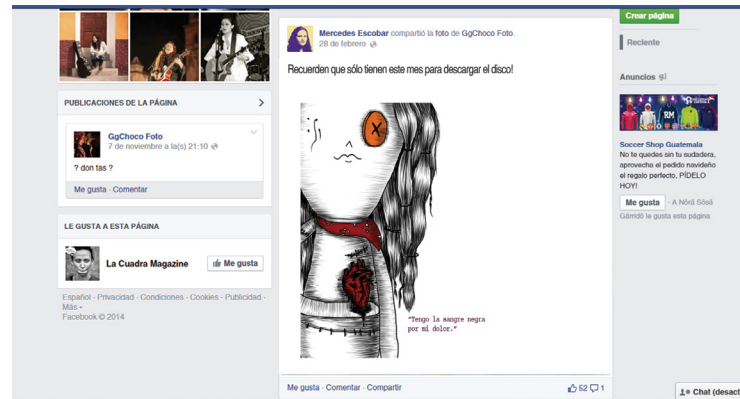
"I'm sure I've just seen a ghost."



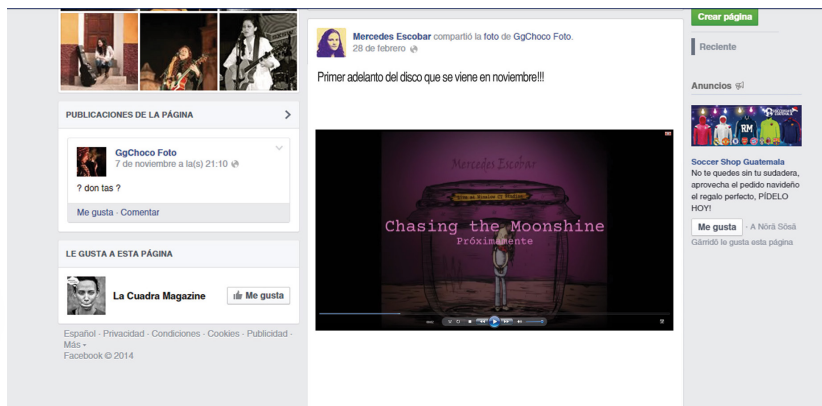
"This is an exorcism."



Portada para Facebook



Promoción para recordar al grupo objetivo sobre descargar el disco.



Video Expectativa para Facebook.

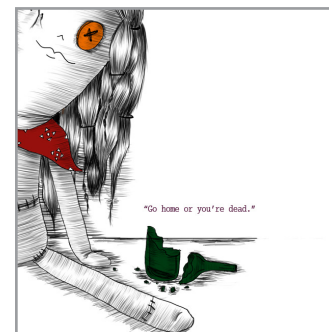
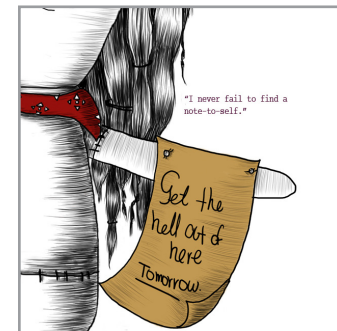
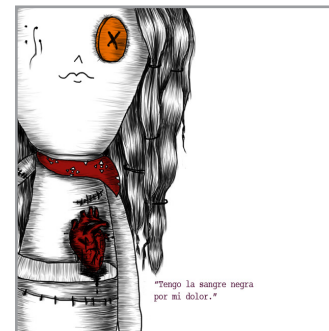




Imagen para Facebook



Portada del disco.

# PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

### Videos para Facebook

Dimensiones: 1280x720px.

Color: RGB.

Diseñado en Adobe After Effects CS6.

### Portada para Facebook

Dimensiones: 851 x 315 px, 72 dpi.

Color: SRGB.

Diseñado en Adobe Photoshop CS6.

### Imágenes para Facebook

Dimensiones: 2048 x 2048 px, 72 dpi.

Color: SRGB.

Diseñado en Adobe Photoshop CS6.

### Booklet interactivo

Dimensiones: 1028x768 pixeles, 72 dpi.

Color: SRGB.

Diseñado en Adobe Flash, Action Script 3.

### Wallpapers para celular

Dimensiones: 2448 x 3264px, 72 dpi, para iPhone específicamente.

Color: SRGB.

Diseñado en Adobe Photoshop CS6.

## INFORME TÉCNICO QUE ACOMPAÑA A LAS PIEZAS.

Guatemala 5 de mayo, 2015.

Cantautora Mercedes Escobar:

Para que pueda subir a su sitio web el booklet digital es importante que sepa las especificaciones técnicas para que el programa funcione apropiadamente en cualquier computador.

Dentro del cd, se encuentran 2 archivos:

Uno con extensión .exe y otro .app, ambos tienen el nombre de “Mercedes Escobar-Live at Winslow CT Studios”.

La diferencia entre ambos es la siguiente:

El archivo con la extensión .exe es para usuarios con computadoras windows, y el archivo .app para usuarios con computadoras Mac. Por lo que es importante, al momento de subir los archivos, hacer notar esta diferencia para que el usuario descargue el programa especial para su computadora.

Además, se debe adjuntar la carpeta “bonus”. Esta carpeta contiene las imágenes que se abrirán en el explorador a la hora de solicitar la acción en el booklet, por ello es importante hacer notar al usuario de no borrarla por ningún motivo.

No es necesario ningún programa especial para abrirlos, solamente descargar la versión para cada computadora (windows o mac).

Por su atención, muchas gracias.

En caso que hubiese alguna duda, por favor comunicarse conmigo al correo [marineth.morataya@gmail.com](mailto:marineth.morataya@gmail.com) o al número (502) 5514-7898.

Marineth Morataya.



## PRESUPUESTO DE DISEÑO

### Presupuesto de producción (diseño y animación)

|             |   |
|-------------|---|
| Q. 3,922.65 | Proceso de visualización <ul style="list-style-type: none"><li>- Análisis de antecedentes</li><li>- Investigación</li><li>- Encuestas a grupo objetivo</li><li>- Bocetaje</li><li>- Pruebas a mano</li><li>- Pruebas de color</li></ul> |
| Q. 3,577.65 | Proceso creativo <ul style="list-style-type: none"><li>- Conceptualización</li><li>- Moodboard</li><li>- Propuesta preliminar</li><li>- Validación</li></ul>  |
| Q. 1,674.00 | Desarrollo de artes finales para reproducción Flash <ul style="list-style-type: none"><li>- Animaciones</li><li>- Programación con código Action Script 3.</li></ul>  |
| Q. 3,054.00 | Ilustraciones <ul style="list-style-type: none"><li>- Digitalización</li><li>- Color</li></ul>  |

---

TOTAL  
Q.12,228.35

### Presupuesto de reproducción (diseño de la página web donde podrá ser subido el archivo)

En caso que la cantante decidiera subir el archivo, no sólo en su fanpage de Facebook, sino que también en una página web, se realizó una cotización para ésta.

Se recomienda el servicio de Guateportal, ya que su portafolio es bastante profesional y puede aportar a la imagen de la cantante, tanto para el diseño como para el desarrollo de la página web.

El precio de este servicio, es de Q. 3,000.00 con IVA incluido, y también cuenta con alojamiento web, correos electrónicos, garantía y asistencia.

Debería comunicarse con Mauricio Juárez, para mayor información, al número 3404-1266, o al correo [mjuarez@guateportal.com](mailto:mjuarez@guateportal.com).

## CONCLUSIONES

Luego de todo el proceso llevado a cabo, desde las investigaciones hasta las validaciones, se concluyó con un proyecto que cumple con su objetivo de desarrollar una propuesta multimedia para promocionar el nuevo material discográfico de la cantante Mercedes Escobar, dirigido a jóvenes adultos guatemaltecos que comprendan edades entre los 20 y 25 años de edad, que claramente identifican los temas voodoo, magia y noche del material discográfico.

Para que el material sea funcional, se promocionó con videos de un extracto de las canciones del disco de 1 min. cada una como expectativa, y para seguir presionando al g.o., imágenes en Facebook, para que lo descarguen en un mes.

Los videos y las imágenes cumplen con su objetivo de promocionar, ya que como se mencionó en el párrafo anterior, los videos son expectativa, inquietan al g.o. y lo preparan para el disco completo, y las imágenes sólo lo presionan para que lo descarguen gratuitamente desde la fan page en Facebook de la misma cantante.

Las imágenes denotan lo que se desea (taxidermia, en cuanto al concepto y, magia en cuanto a la idea del disco), entonces representa al contenido del disco, ya que el concepto fue pensado para representar las canciones del disco. Y cada canción tiene su propia ilustración y video con su título respectivo.

## RECOMENDACIONES

Es importante tomar en cuenta para la promoción de un disco de un cantante indie o nuevo, que debe hacer sentir especiales a sus fanáticos para creen un engagement con el artista y su material, y de esta manera aumentar su número de fans por el “boca a boca” que estas exclusividades provocan compartir. Por esto, se recomienda premiar a los fanáticos con algún bonus especial, o presentar de forma exclusiva el lanzamiento de su nuevo disco.

Para reforzar la expectativa, se recomienda compartir, ya sea teasers o canciones completas en ciertos lapsos de tiempo para que los fanáticos se entusiasmen, conozcan el material y deseen tenerlo.

Además, como se trata de una plataforma digital, es importante asegurarse que el modo RGB está en gama 2.0, ya que ésta es la gama que en la mayoría de las pantallas está configurada como predeterminada, especialmente las computadoras Mac.

REFERENCIAS  
CONSULTADAS *y* ANEXOS

## REFERENCIAS

Adobe (2014). **Adobe Flash Player**. Consulta del 2014 en: <http://www.adobe.com/es/software/flash/about/>

Apple, Inc. (2014). **iTunes LP: Development Guide V1.0**. [PDF].

Aretz, I. (2004) **América Latina en su música**. México: Siglo XXI Editores, S.A, y UNESCO.

Arriola, H. (2007). **Proyecto de Graduación. Manual Interactivo de Técnicas de Ilustración Digital aplicadas a la Caricatura y al Cómic, para el curso de Expresión Gráfica 2**. [PDF].

Berger (2008). **Psicología del Desarrollo: Adulthood y Vejez**. Nueva York. W.H: Freeman and Company.

Behocaray, G. (2014). **Diseño Multimedia**. Cuaderno 1: Combinación de medios y de contenido. [PDF].

Blue, A. (2015). **6 estrategias para lanzar tu nuevo álbum con éxito**. Consulta del 2015 en: <http://marsmusicacademy.com/6-estrategias-para-lanzar-tu-nuevo-album-con-exito/>

Calvo, J. (2013), **La historia de la música ligera**. “El Folk”. Consulta del 2014 en: <http://www.elperiodicodecanarias.es/historia-de-la-musica-ligera-el-folk-por-juan-pedro-calvo/>

Cornachione, M. (2006). **Psicología del Desarrollo: adultez**. Argentina: Editorial Brujas.

Cripps, C. (2001). **La Música Popular en el Siglo XX**. Madrid, España: Editorial Aka, S.A.

Davis A. (2014), **Características de los folletos de CD**. Consulta del 2014 en: [http://www.ehowenespanol.com/caracteristicas-folletos-cd-info\\_204274/](http://www.ehowenespanol.com/caracteristicas-folletos-cd-info_204274/)

Definición de. **Magia**. (2015). Consulta del 2015 en <http://definicion.de/magia/>

Fotonostra (2014). **Modo de color RGB**. Consulta del 2014 en: <http://www.fotonostra.com/grafico/rgb.htm>

Fumanal, C. (2014). **5 Formas Para Lanzar Tu Nuevo Álbum**. Consulta del 2015 en: <http://blog.muwom.com/5-formas-para-lanzar-tu-nuevo-album/>

Gauchad,J (2012). **El gran libro de HTML5, CSS3 y Javascript**. Barcelona, España: Marcombo, S.A.

G-Media (2011), **Diseño Promocional**. Consulta del 2014 en: [http://www.gmediacompany.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=17:diseño-de-material-promocional&catid=5&Itemid=50](http://www.gmediacompany.com/index.php?option=com_content&view=article&id=17:diseño-de-material-promocional&catid=5&Itemid=50)

Granollers, T. (2005). **Diseño de Sistemas Interactivos centrados en el Usuario**. Barcelona, España: Editorial UOC.

Herzhaft, G. (2003) **La Gran Enciclopedia del Blues**. Barcelona, España: Ediciones Robinbook, s.l.

Ilustración promocional y publicitaria. (2014). **Géneros, medios y usos de la ilustración**. Consulta en <http://ilustracioneditorialypublicitaria.blogspot.com/p/ilustradores-importantes.html>

# REFERENCIAS

Jenkins, S. (2013), **Web Design All-in-One for Dummies**. Hoboken, New Jersey. : John Wiley & Sons, Inc.

Knab, C. (2008). **Your CD Cover Is Your Most Important Advertisement**. Consulta del 2014 en: <http://www.musicbizacademy.com/knab/articles/cdcover.htm>

Letona, J. (2014), **Visuals for Music**. Discurso dado en las conferencias anuales de las Jornadas del Diseño de la Universidad Rafael Landívar de Guatemala, Guatemala.

López, J. (2011), **Breve Historia de la Música**. España: Imprenta Faresco.

Morgan, R. (1999), **La Música del Siglo XX**. Madrid, España: Editorial Akal, S.A.

Murray, J. (2014). **Diseño interactivo: Una profesión en búsqueda de una formación profesional**. [PDF].

Océano Uno Color, **Diccionario Enciclopédico** (Ed. 2000). (1997). Barcelona: Diccionario Enciclopédico.

Ogel, L. (2012). **El diseño interactivo en diseño**. Sección 7: El Diseño Interactivo. Consulta del 2014 en: [http://www.eoi.es/wiki/index.php/El\\_dise%C3%B1o\\_interactivo\\_en\\_Dise%C3%B1o](http://www.eoi.es/wiki/index.php/El_dise%C3%B1o_interactivo_en_Dise%C3%B1o)

Perea, S. (2012). **Espacios de color AdobeRGB y sRGB ¿con cuál trabajar?**. Consulta del 2014 en <http://www.xatakafoto.com/tutoriales/espacios-de-color-adobergb-y-srgb-con-cual-trabajar>

Rivera, J. (2002). **La Promoción de Ventas. Variable Clave del Marketing**. Pozuelo de Alarcón, Madrid, España: ESIC Editorial.

Rivers, C. (2006), **Diseño de portadas y packaging para CD**. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.L.

Rockmusic (2012). **Agencias de promoción musical, ¿cómo funcionan?**. Consulta del 2015 en: <http://www.hispasonic.com/blogs/agencias-promocion-musical-como-funcionan/37599>

Romero, Z. (2012). **Adobe Flash Player**. Consulta del 2014 en: <http://adobeflashplayerzuleidyromero.blogspot.com/2012/08/adobe-flash-player-que-es-adobe-flash.html>

Trigueros, R. (2014). **Uso de la Tipografía en Diseño Web**. Consulta del 2014 en: <http://mlgdiseno.es/uso-de-la-tipografia-en-diseno-web/>

Valdés, D (2007). **¿Qué es Javascript?**. Consulta del 2014 en <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/%C2%BFque-es-javascript/>

Verdad o leyendas. (s.f.) **¿Qué es el vudú y cuál es su origen?**. Consulta del 2015 en <http://www.verdadoleyendas.es/que-es-el-vudu-y-cual-es-su-origen/>

Wolfe, M. (2014) **Tipos de Música Latinoamericana**. Consulta del 2014 en: [http://www.ehowenespanol.com/tipos-musica-latinoamericana-lista\\_107690/](http://www.ehowenespanol.com/tipos-musica-latinoamericana-lista_107690/)

# ANEXOS

|   |     |
|---|-----|
| Brief   | I   |
| Instrumentos y Gráficas del primer acercamiento al G.O. | II  |
| Instrumentos, encuestas y gráficas de validación.       | III |
| Cotizaciones  | IV  |
| Presupuesto de diseño                                   | V   |
| Post-Validación   | VI  |

Brief

Instrumento y Gráficas del primer acercamiento al grupo objetivo.



Instrumentos, encuestas y gráficas de validación.



Cotizaciones



Presupuesto de diseño

Post-Validación

# Validación

Solamente, subraya la respuesta que te parezca conveniente. ¡Gracias!

1. Los colores representan:

- Juventud.
- Fantasía.
- Magia.

2. La técnica te parece:

- Interesante.
- Mal realizada.
- Regular, llama mi atención pero no mucho.

3. Con estas imágenes, se quiere representar voodoo y proceso manual, ¿sí lo percibes?:

- Sí, claro.
- No para nada.
- No del todo.

4. ¿El personaje te parece que está vivo?

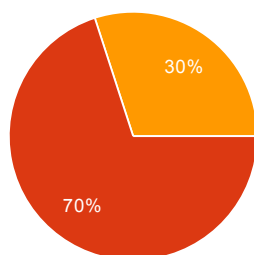
- Sí, absolutamente.
- Más o menos.
- No, para nada.

5. ¿Quisieras conservar estas ilustraciones?

- Sí, son interesantes.
- No, no me llaman la atención.
- Tal vez.

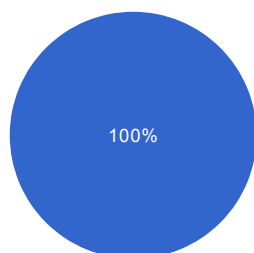
# RESULTADOS

## Los colores representan:



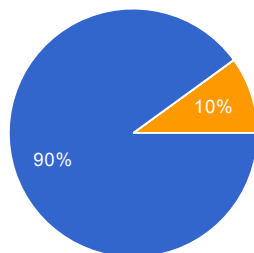
|          |   |     |
|----------|---|-----|
| Juventud | 0 | 0%  |
| Fantasia | 7 | 70% |
| Magia    | 3 | 30% |

## La técnica te parece:



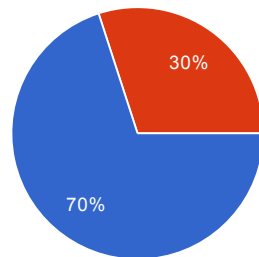
|   |    |      |
|---|----|------|
| Interesante                               | 10 | 100% |
| Mal realizada                             | 0  | 0%   |
| Regular, llama mi atención pero no mucho. | 0  | 0%   |

## Con estas imágenes, se quiere representar voodoo y proceso manual, ¿sí lo percibes?:



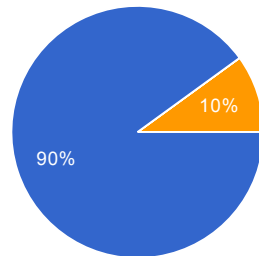
|                |   |     |
|----------------|---|-----|
| Sí, claro.     | 9 | 90% |
| No, para nada. | 0 | 0%  |
| No del todo.   | 1 | 10% |

**¿El personaje te parece que está vivo?**



|                    |          |     |
|--------------------|----------|-----|
| Sí, absolutamente. | <b>7</b> | 70% |
| Más o menos.       | <b>3</b> | 30% |
| No, para nada.     | <b>0</b> | 0%  |

**¿Quisieras conservar estas ilustraciones?**



|                               |          |     |
|-------------------------------|----------|-----|
| Sí, son interesantes.         | <b>9</b> | 90% |
| No, no me llaman la atención. | <b>0</b> | 0%  |
| Tal vez.                      | <b>1</b> | 10% |

## Presupuesto de producción (diseño y animación)

Hora hombre

$Q.10,000 / 21.75 / 8 = Q.57 \times 23 \text{ hrs} = Q.1,311.00$

Q.300.00

Q.500.00

Q.500.00

Q.700.00

Q.50.00

Q.50.00

+-----

$Q.2,100 + Q.1311 \text{ (hora hombre)} \times 15\% = Q.3,922.65.00$

Proceso de visualización

- Análisis de antecedentes

- Investigación

- Encuestas a grupo objetivo

- Bocetaje

- Pruebas a mano

- Pruebas de color

Q.300.00

Q.100.00

Q.500.00

Q.300.00

+-----

$Q.1800 + Q.1311 \text{ (hora hombre)} \times 15\% = Q.3,577.65$

Proceso creativo

- Conceptualización

- Moodboard

- Propuesta preliminar

- Validación

Desarrollo de artes finales para reproducción

Flash

- Animaciones

- Programación con código Action Script 3.

Q.100.00

Q.700.00

+-----

$Q.800 + 655.5 \text{ (hora hombre)} \times 15\% = Q.1,674.00$

Ilustraciones

- Digitalización

- Color

Q.2,000.00

Q.100.00

+-----

$Q.2,000 + Q.6555.5 \text{ (hora hombre)} \times 15\% = Q.3,054.00$

**TOTAL**

**Q.12,228.35**