



## Conservatorio Nacional de Música Germán Alcántara

Estrategia de comunicación para el  
Conservatorio Nacional de Música  
Germán Alcántara, sobre la industria  
musical en Guatemala.



*Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico*

**Pablo Estuardo  
Zeceña Rivera  
201016586**

u u  
u uu uu u

u u  
u uu uu u

u u  
u uu uu u

u u  
u uu uu u

u u  
u uu uu u

u u  
u uu uu u

u u  
u uu uu u

u u  
u uu uu u

u u  
u uu uu u

u u  
u uu uu u

u u  
u uu uu u

u u  
uu uu



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico



Estrategia de comunicación para el  
Conservatorio Nacional de Música Germán Alcántara,  
sobre la industria musical en Guatemala.

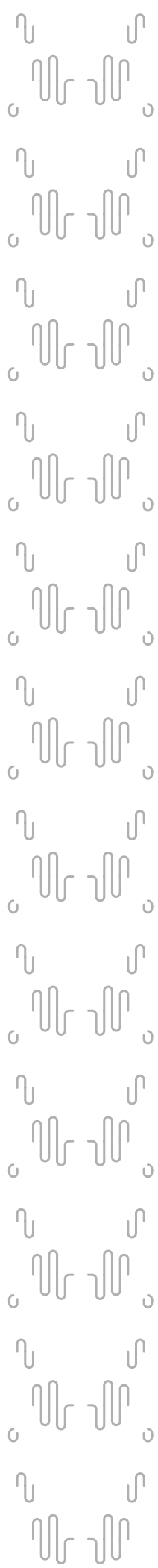


Proyecto desarrollado por  
Pablo Estuardo Zeceña Rivera

Para optar al título de  
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, abril 2016

El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos





Nómina  
de Autoridades



Tribunal  
Examinador

Decano

Msc. Arq. Byron Rabé Rendón

Vocal I

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea

Vocal II

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

Vocal III

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras

Vocal IV

Br. Héctor Adrián Ponce Ayala

Vocal V

Br. Luis Fernando Herrera Lara

Secretario

Msc. Arq. Plubio Rodríguez Lobos

Asesor Metodológico

Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada

Asesor Gráfico

Lic. Francisco Javier Donis Guerrero

Tercer Asesor

Licda. Mónica Roxana Noriega Medrano

Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

u u  
u u u u

u u  
u u u u

u u  
u u u u

u u  
u u u u

u u  
u u u u

u u  
u u u u

u u  
u u u u

u u  
u u u u

u u  
u u u u

u u  
u u u u

u u  
u u u u



## Agradecimientos y Dedicatoria

Dedico el presente proyecto principalmente a Dios, al Universo; que es quién nos pone en los caminos para hacer cosas increíbles para el mundo, a mi familia que siempre sin importar que suceda o lo que esté por venir están siempre a mi lado dándome ánimos y amor.

A mis amigos, colegas que han crecido conmigo tanto en la vida como profesionalmente, dónde muchos de ellos se han convertido para mí en hermanos, parte de mi familia, socios de grandes metas.

Y a toda la gente que estuvo conmigo apoyándome, enseñándome y soñando conmigo, que por cuestiones de la vida, hemos tomado caminos distintos. A todos y cada uno de ellos les agradezco más de lo que pueda realmente expresar en papel; mi cariño, mi apoyo y mis bendiciones estarán siempre con ustedes.



## Presentación del Proyecto

El presente proyecto muestra cada uno de los procesos de investigación, gestión, análisis y producción para la estrategia de comunicación para el Conservatorio Nacional de Música Germán Alcántara y su incidencia en la industria musical en Guatemala.

Para el sector artístico del país existen muchos obstáculos y limitantes debido a las creencias populares, estigmas y estereotipos que aún están muy arraigados en la sociedad local; es por eso que muchas de las actividades culturales que suceden en el país se van extinguiendo y es por ello que el desarrollo social se deteriora en muchas áreas, por eso es muy importante la implementación de soluciones desde la perspectiva del diseño gráfico para generar un gran impacto en la coyuntura social actual.





# Índice de Contenidos

## Capítulo 1. Introducción

- Antecedentes
- Identificación del Problema
- Justificación del Proyecto
  - Magnitud del Problema*
  - Trascendencia del Problema*
  - Vulnerabilidad del Problema*
  - Factibilidad del Proyecto*
- Perfil del Cliente
  - Diagnóstico de necesidades de comunicación visual*
  - ¿Quiénes Somos?*
  - Visión*
  - Misión*
  - Objetivos*
  - Necesidades de Comunicación Visual detectadas*
  - Factores que lo causan*
  - Soluciones propuestas por el profesional de diseño gráfico multimedia*
  - Ejes transversales*
  - Servicios que ofrecen*
- Perfili del Grupo Objetivo
  - Características Sociodemográficas*
  - Características Socioeconómicas*
  - Características Psicográficas*
  - Relación grupo objetivo e institución*
- Objetivos
  - Objetivo Principal*
  - Objetivos Específicos*

## Capítulo 2. Marco Teórico

- Dimensión Social
  - Educación Musical*
  - Infravalorización del Música*
- Dimensión Estética y Funcional
  - Diseño Gráfico*
  - Elementos del Diseño Gráfico*
  - Multimedia*

## Capítulo 3. Proceso Creativo y Producción Gráfica

- Retrato del Consumidor
  - Spice*
  - Poems*
- Conceptualización
  - Insight*
  - Concepto*
- Pre Producción

- Ruta del Usuario*
- Primera Fase*
- Segunda Fase*
- Tercera Fase*

## Capítulo 4. Comprobación de la Eficacia y Propuesta Gráfica Final

- Primera Fase : Branding
  - Etapa de Bocetaje*
- Segunda Fase : Sitio Web
  - Mapa de Sitio*
  - Fotografía*
  - Etapa de Bocetaje*
- Tercera Fase : Video
  - Ficha Técnica*
  - Sinópsis*
  - Argumento*
  - Ejes Temáticos*
  - Producción*
  - Scouting*
  - Sonido*
- Comprobación de la Eficacia de la Propuesta Gráfica Final
  - Escenario y desarrollo de la sesión*
  - Educación Musical*
  - Tema y Objetivos de la evaluación*
  - Método: Grupo de discusión*
- Perfil del Informante
- Perfil del Moderador
- Instrumento
- Análisis de la Información
- Evidencia

## Capítulo 5. Propuesta Gráfica Final Fundamentada

- Aplicación del Concepto Creativo
- Código Tipográfico
- Código Lingüístico

## Capítulo 6. Especificaciones Técnicas y Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta

- Medios y Usos Sugeridos
- Presupuesto
- Manual de Uso

## Conclusiones

## Recomendaciones

## Lecciones Aprendidas

## Fuentes Consultadas

## Glosario

## Anexos









Capítulo 1.  
Introducción



# 1

## Introducción

### Antecedentes

La gráfica que representa al Conservatorio Nacional de Música “Germán Alcántara” se presenta con limitaciones de composición y diagramación en todo su diseño, carece de un logo en alta resolución disponible, por el contrario a la Orquesta Sinfónica Nacional que gracias a un concurso se hizo acreedora de un diseño conceptualmente innovador que sería la competencia directa del Conservatorio ya que son entidades ligadas que debería presentar el mismo nivel de gráfica.

En los últimos años se han abierto programas culturales, enfocándose en el área musical por parte de la Municipalidad de Guatemala, teniendo una gran cantidad de puntos de atención y una recepción alta de estudiantes, que por el momento, aceptan únicamente niños de hasta 17 años, teniendo recitales y la oportunidad de formar parte de una orquesta.

El Sistema de Orquestas y Coros de la Ciudad de Guatemala, comenzó hace 4 años con la creación de la primera Escuela Municipal de Música bajo la iniciativa del Alcalde Álvaro Arzú, ubicada en el Centro Municipal de Arte y Cultura, Antiguo edificio de correos. Esta escuela comenzó con 50 alumnos, a los 6 meses fue creada la “Orquesta juvenil Municipal” como un resultado del desarrollo de sus alumnos, y a pasos agigantados comenzó a crecer y crecer, cuando en el 2008 llegó a más de 600 alumnos.

Luego, en el 2009 con el apoyo de Cementos Progreso y la Fundación Carlos F. Novella, se creó el “Núcleo Carlos F. Novella” ubicado en la finca la pedrera zona 6. Entre algunos módulos en los que cabe destacar el programa de músico-terapia para los niños con cáncer de la UNOP.

Esta multiplicación de Escuelas Municipales de Música, fueron cada vez mostrando mejores resultados y creando sus propias agrupaciones lo que los llevó a gestar un programa de “Sistematización” para lograr más productividad y mejor articulación de los núcleos.

A continuación se presenta una lluvia gráfica de ejemplos de competencias directas limitando la comparación entre el Conservatorio Nacional de Música “Germán Alcántara” y Orquesta Sinfónica Nacional de Guatemala.



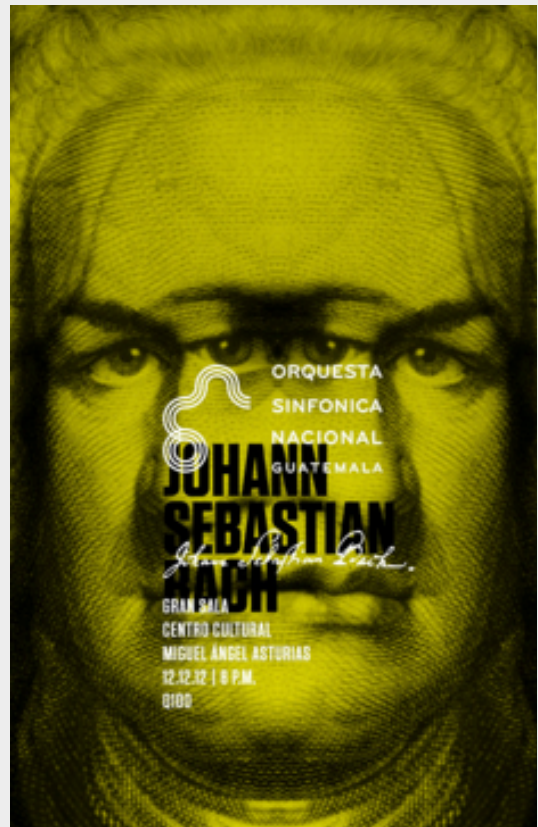
(Fig.1) ejemplo de uso de línea gráfica. Conservatorio Nacional 2014



(Fig.2) ejemplo de uso de línea gráfica. Conservatorio Nacional 2014



(Fig.3) ejemplo de uso de línea gráfica de la OSN. Jorge Letona 2012



(Fig.4) uso de logotipo de la OSN. Jorge Letona 2012

### Identificación del Problema

En la historia de cada civilización siempre ha habido personas encargadas del entretenimiento y poco a poco esa tarea se fue refinando de una tarea tan básica hasta diversificarse en distintas ramas que sus fines han variado incluso de objetivos. La profesión del músico en la región de centro américa a pesar de llevar décadas industrializada, fue gravemente dañada por los acontecimientos del conflicto armado en el país, y en los últimos años el rubro de los músicos profesionales ha ido fluctuando y ha sido duro el camino por encontrar un espacio digno en la sociedad como cualquier profesional debería tener. En el país el salario promedio de un músico estudiado y trabajando en la Sinfónica Nacional es de 3 mil quinientos quetzales (CERIGUA, 2013).

En esta problemática, las entidades que han luchado más por encontrar el apoyo en el propio gobierno y en la sociedad han sido el Conservatorio Nacional de Música Germán Alcántara y la Orquesta Sinfónica Nacional, sin embargo no ha habido resultados fructíferos; no solo los músicos se ven afectados con esta problemática sino también la misma sociedad guatemalteca al no poder contar con exponentes de la música académica a un nivel adecuado por distintas razones.

### Estrategia de comunicación

Al hablar de una estrategia de comunicación, se habla de un tema de voluntad, ya que la gran mayoría del contenido publicitario y digital son proporcionados por estudiantes, maestros y personas con interés de ayudar al conservatorio de alguna manera pero que no tienen ningún conocimiento sobre las herramientas o métodos adecuados para el manejo de identidad de la institución, y como resultado tenemos una marca débil sin estatutos que regulen o mantengan un objetivo visual.



(fig.5) Manifestación sobre pocos recursos para la Orquesta.  
Prensa Libre 2012



Dentro del marco de la población beneficiada están todas aquellas agrupaciones musicales que por la misma sociedad se han visto obligados a establecer su nicho comercial únicamente en los bares, restaurantes y muy pocos espacios culturales, donde el apoyo es apenas un poco mayor, pero la paga sigue siendo injustificable; todos los estudiantes del conservatorio que quieren optar a una beca de música en el extranjero, también todos los melómanos y personas interesadas en el tema.

### **Trascendencia del problema**

A nivel individual el problema afecta mayormente en las áreas económicas y emocionales ya que no se trata el asunto de la misma manera que otras profesiones por no considerarla “productiva” para la sociedad en lo que a funcionalidad se refiere, también es importante tener en cuenta que la mayoría de los músicos tiene responsabilidades familiares que deben mantener de la mejor forma posible.

Torres (2003) nos da una breve interpretación de la importancia del desarrollo musical dentro del desarrollo humano: “La actividad musical no sólo afecta cada una de las áreas que conforman a un ser humano, mejor aún, las interrelaciona en lo que puede ser la máxima muestra de integralidad; así, sus efectos se multiplican hasta el infinito: Es posible ilustrar este concepto con el crecimiento de una semilla (experiencia pedagógica) que requiere tres elementos sin los cuales es imposible que subsista: el Sol (aspecto afectivo), la tierra (aspecto cognositivo) y el agua (aspecto motriz)” (p.25).

Los aspectos culturales están empezando a tener un auge dentro del marco metropolitano del país, pero mayormente centralizado dentro de las artes visuales, posiblemente por ser “más tangible” y el aspecto musical queda totalmente relegado a espacios y tiempos muy limitados sin ser casi percibidos por el público general, reforzando más el círculo vicioso sin información-no apoyo haciendo que los

## *Justificación del Proyecto*

### **Magnitud del problema**

La problemática abarca toda la comunidad de personas que se dedican a la música profesionalmente en todo el territorio guatemalteco y que se ven afectados por los limitantes monetarios. El Conservatorio atiende a cientos de estudiantes durante la semana y miles durante los fines de semana; desde el inicio de la institución cualquier persona que tuviera el interés de ingresar, bastaba con llegar y presentarse, pero esto creaba espacios para el desorden y un número desbordante de desertores, por eso en los últimos años se implementó un examen de admisión para darle orden y transparencia a los procesos, sin embargo las estadísticas de la afluencia de estudiantes aún no están concretadas.

músicos profesionales o aficionados se queden sin oportunidades de crecimiento y recurran a triunfar en otros países, dejando a Guatemala débil culturalmente.

### **Vulnerabilidad del problema**

La situación en el país en el tema de la industria musical aún está estancada en un proceso de evolución que empezó a darse y por motivos tan variados que la manera más práctica de avanzar en el proceso es gestionar un cambio de conciencia en la sociedad que poco a poco presionaría los medios necesarios para el cambio adecuado que beneficie a los involucrados.

Es en ese momento donde la participación del diseñador gráfico es indispensable en la estructuración de una estrategia comunicacional para desarrollar una conciencia en la sociedad sobre la importancia de la industria musical dentro de la sociedad, las bellas artes y la cultura en general, al mismo tiempo reforzar una institución que tenga peso social y vele por los derechos y espacios para la industria.

### **Factibilidad del proyecto**

El Conservatorio Nacional Civil cuenta con su propia biblioteca donde se encuentra la historia y estudios sobre los músicos nacionales y el avance del gremio en el país, otro punto a favor es que la institución es ampliamente conocida por su trayectoria y logros a lo largo de los años y el nexos con la Orquesta Sinfónica Nacional hace que su reputación sea aún más sólida.

El grupo de profesionales que laboran y estudian en el lugar tienen consciente cuáles son sus carencias como rubro y por el mismo medio en el que se desenvuelven tienen una mente más abierta y receptiva a todo tipo de cambio a mejor.

## *Perfil del cliente*

### **Diagnóstico de necesidades de comunicación visual**

Conservatorio Nacional de Música German Alcántara

### **¿Quiénes somos?**

El Conservatorio Nacional de Música, surge en 1873, su fundador fue el maestro italiano Juan Aberle quien además lo financiaba personalmente. Está localizado en la tercera avenida 4-61 de la zona uno de la capital; ofrece bachillerato en arte especializado en alguno de los instrumentos disponibles, dentro del plan diario y en plan sábado ( y a partir del 2011 también disponible Domingos) Diplomado en música especializado en uno de los instrumentos disponible.

El conservatorio nacional está dentro del organismo del Ministerio de Cultura y Deporte.

Conservatorio Nacional Germán Alcántara (2011) tiene estos estatutos como su filosofía:

### **Visión**

Con una metodología musical actualizada, en conjunción simultánea con los estudios académicos de cultura general, en los niveles de Educación Primaria, de Cultura General Básica y de Bachillerato. Esto, con la pretensión de que pueda desempeñarse como profesional musical de alto nivel y como persona culta en todos los ámbitos en que se ponga de manifiesto su personalidad. Ser una Institución que forme integralmente a profesionales de la Música.

### **Misión**

El conservatorio Nacional de Música tiene como misión, desde su especialidad docente musical, participar en la conformación y solidificación permanente del

movimiento cultural guatemalteco y en el rescate de la riqueza musical del país dentro de su multiculturalidad. Su participación la realiza mediante la sólida formación académica de las generaciones que en un futuro serán los máximos exponentes del arte musical, tanto en el ámbito nacional, como en el concierto de los países del mundo, en donde expondrán su calidad con la mayor seguridad personal, afianzada por la formación integral del nuevo modelo del egresado del establecimiento, desempeñándose con éxito en cualquier escenario y ante los públicos más exigentes.

### **Objetivos**

Contribuir al desarrollo científico cultural del país, mediante la formación integral de sus estudiantes, consolidando el aspecto artístico-musical con la cultura general, de manera que el resultado final sea la formación de personas cultas con conocimientos generales que les permita ser mejores ciudadanos y mejores profesionales; así también, que tengan mayores posibilidades de superación en la vida, sin dejar de ser artistas.

### **Necesidades de comunicación visual detectadas**

- Falta de promoción
- Poca difusión de eventos a realizar
- Informar a los estudiantes del prestigio de la entidad
- Falta un mejor desarrollo del sitio web
- Falta de señalética dentro del establecimiento

### **Factores que lo causan**

- Mala calendarización de eventos.
- Mal uso de canales de comunicación.
- Falta de conocimiento de necesidades de los estudiantes.
- Mala distribución de espacios para publicidad.
- Falta de conocimiento de la entidad en la sociedad guatemalteca.

### **Soluciones propuestas por el profesional de diseño gráfico multimedia.**

- Rebrandeo total de la institución.
- Uso del recurso del social media para promoción y concientización.
- Mejora de plataforma virtual aplicando UI/UX.
- Diseño de material multimedia para información

### **Ejes transversales:**

- Música
- Industria y conocimiento
- Educación
- Gestión cultural
- Conciertos
- Apoyo a las artes

### **Servicios que ofrecen:**

- Clases
  - Conciertos
  - Educación
  - Talleres
  - Clases individuales y especializadas.
-

## Perfil del grupo objetivo

### **Características Sociodemográficas**

El grupo objetivo son personas entre los 15 y 40 años, de ambos sexos con un nivel medio de estudios relacionados con música o superior al diversificado, que se movilizan y habitan dentro del territorio metropolitano del departamento de Guatemala por medio de transporte público o privado.

Que pertenezcan a un grupo musical, o con intereses genuinos por la música como espectadores; el estado civil o responsabilidad familiar es abierto, pueden ser casados, solteros unidos o en dependencia de los padres.

### **Características Socioeconómicas**

Sus ingresos son fruto de la manutención de sus padres o su trabajo. Pertenecientes a las clases media baja, media, media alta o alta, sus ingresos también son presupuestados para invertir en instrumentos musicales o equipo de sonido.

### **Características Psicográficas**

Personas que se encuentran ligadas a la música, gustan de géneros musicales variado aunque se definen en algunos preferidos. Su círculo social se limita a conciertos, bares, restaurantes, y festivales de música, el área de socialización se presenta entre z. 1, 2, 4, 9, 10 y 13.

### **Relación grupo objetivo e institución**

La relación descansa en ser la institución dónde la mayoría de músicos a nivel histórico han recibido su educación vinculada a nivel musical y ser el centro de ejecución de gran parte de la historia musical de la industria musical en Guatemala.

La desinformación de la institución y su intento por fortalecer la industria se limita a una mala gestión del diseño que necesita ser adaptada a una estrategia funcional para que el mensaje sea claro y llegue a los músicos interesados en fomentar su carrera a nivel nacional.



(fig.6) ejemplo del grupo objetivo.  
Stela Cramer 2012

## Objetivos

### **Objetivo Principal**

Coadyuvar al Conservatorio Nacional de Música Germán Alcántara a gestionar canales de comunicación para promover la solidez de la industria musical.

Colaborar con el Conservatorio Nacional de Música Germán Alcántara en la gestión y desarrollo de una estrategia de comunicación visual que facilite la promoción de la industria musical en Guatemala.

### **Objetivos Específicos**

Generar canales audiovisuales y material para social media para mantener actualizada a la comunidad musical a lo largo del país sobre distintas temáticas de interés para el gremio musical.

Informar a la comunidad a través de un audiovisual a músicos sobre la problemática existente y el manejo de las consecuencias para tomar las decisiones pertinentes del caso y promover un cambio positivo.



Capítulo 2.  
Marco Teórico



## 2

### Marco Teórico

#### Dimensión Social

##### **Educación Musical**

Dentro del marco de la educación de las artes, la música es muy a menudo ligada a los procesos académicos infantiles; la página Educación Inicial define la educación musical en un conjunto de puntos de vista:

“La educación musical es una actividad pedagógica, que involucra diversos aspectos del desarrollo del niño. Específicamente en el nivel inicial de educación musical comprende un conjunto de actividades que le permiten al niño manejar su voz, afinar su oído, desarrollar su sentido rítmico natural y expresarse corporalmente mediante ella. Todas estas actividades estas integradas de manera equitativa en un programa variado, significativo, interesante y diversificado de acuerdo a la edad y demás características del grupo de niños.

La educación musical puede ser concebida o como un medio o como un fin en sí misma. Como medio, la educación musical nos permite motivar, desarrollar o reforzar nociones propias de otros aprendizajes. Concretamente podemos desarrollar nociones lógico matemáticas, o juegos musicales. Como fin en sí misma, constituye una excelente vía de expresión, comunicación y creación que ejercita nuestra sensibilidad humana, la inteligencia creadora y la imaginación.

Su importancia ha sido reconocida desde el principio de las civilizaciones, por ello grandes pensadores como Platón, Aristóteles, Montaigne, Rousseau, Goethe asignaron a la música un papel educativo de mayor significación. En la actualidad, se reconoce que la música juega un importante rol que favorece y dispone positivamente al niño, forma su personalidad, sus sentimientos, su cuerpo y su inteligencia.

La actividad musical se desarrolla en función de juegos, en tanto estos sintetizan la realidad con la fantasía; el aprendizaje, con la vida (...) En un principio, el aprendizaje musical se realiza de manera inconsciente, la función del maestro es facilitar la progresiva toma de conciencia de los diversos elementos de la música por parte del niño.”

Torres (2003) va más allá de la educación y se centra en la parte de la planeación objetiva del tema:

---

“La planeación, sin embargo, tiene por objetivo prever cuáles propósitos musicales tendrá en mente el educador a la hora de llevar a cabo la actividad o en el corto plazo. Así, el tendrá la posibilidad de ver con exactitud los logros “específicos” que se están obteniendo en cada uno de los individuos de la clase (...).

Los propósitos son consecuencia de un análisis detallado de los intereses y necesidades del grupo, confrontados con el diagnóstico del mismo y nivelados con el principio del punto de equilibrio conforme la técnica propia de cada uno de los propósitos. Ahora bien, en manos del maestro está la posibilidad de llevar los propósitos de manera equilibrada, estructurada y congruente.”



(fig.7) muestra de educación musical.  
Evangel University 2014

### Infravalorización del Músicao

Desde que la humanidad empezó un proceso de progreso industrial en muchas de las áreas sociales, las profesiones como la filosofía, las artes entre otras, se han visto fuertemente amenazadas por no tener ese factor de “funcionalismo” que el ritmo de vida actual y los estatutos de una sociedad acelerada dejan de un lado; concentrándose únicamente en generar elementos necesarios para la misma.

En el país este tipo de profesiones son aún más relegadas a un segundo plano por ser un país tercermundista y siempre asociarse las artes al tema del lujo, asociarse a que poca gente puede darse

el “lujo” de estudiar y meterse en el mercado, ya que lo hacen por puro “amor al arte”. En Guatemala, las artes y sobre todo la música fueron de las carreras mayormente afectadas en el conflicto armado interno por ser la expresión del sentimiento de esa época y en esos treinta años de estancamiento técnico-profesional, debilitaron aún más la escena musical en el país.

En las últimas décadas han surgido oleadas de músicos tanto de la escena popular como de la académica que han sido la clave para que la profesión no muera localmente, sin embargo los salarios y la –paga por evento– disminuye la moral y la importancia de una preparación profesional, que debería de ser de igual que la de cualquier otra industria profesional en el país.



(fig.8) ejemplo del estereotipo del músico.  
Sara Dobois 2009



## Dimensión Estética y Funcional

### **Diseño Gráfico**

La Iconográfica, international council of communication design define la profesión del diseño gráfico cómo:

“Diseño es una disciplina dinámica en constante evolución. El diseñador entrenado profesionalmente trata de crear un entorno material, visual, espacial y digital. Conscientes de la experimentación, empleando aproximaciones híbridas y multidisciplinarias a la teoría y práctica del diseño. Los diseñadores entienden el impacto cultural, étnico, social, económico y ecológico de sus esfuerzos u responsabilidad última hacia las personas y el planeta a través de ambas esferas comerciales y no comerciales. Un diseñador respeta la ética de la profesión del diseño”.

“Definimos el diseño como un proceso o labor destinado a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos para producir y crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados”. Fotonostira (s.f.)

Es en ese momento donde la participación del diseñador gráfico es indispensable en la estructuración de una estrategia comunicacional para desarrollar una conciencia en la sociedad sobre la importancia de la industria musical dentro de la sociedad, las bellas artes y la cultura en general, al mismo tiempo reforzar una institución que tenga peso social y vele por los derechos y espacios para la industria.

Dimensión Estética

### **Elementos del Diseño Gráfico**

“El conjunto de elementos que implican la creación de un diseño, se relacionan como:

Traza, delineación de un edificio o de una figura.

Descripción de un objeto o cosa, hecho con las palabras.

Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas.

Proyecto y plan, diseño urbanístico.

Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie, dentro del mundo de la moda, industrial. La Forma de cada uno de estos objetos.” Fotonostira (s.f.)

### **Multimedia**

Leal y Ruiz (s.f.) definen la multimedia de la siguiente forma:

“Multimedia es cualquier combinación de texto, arte gráfico, sonido animación y video que llega a usted por computadora u otros medios electrónicos. Es un centro de información tan poderoso, expresivo y natural que logra que se capte en forma mucho más efectiva la información que se recibe, estimulando increíblemente los sentidos, haciendo que el usuario esté mucho más alerta y receptivo. Todo esto es porque permite interactuar con los sonidos, las imágenes, los colores y la acción.

Cuando se conjuga los elementos de Multimedia -fotografías y animación deslumbrantes, mezclando sonidos, video clips y textos informativos- puede electrizar a su auditorio; (...)

Los programas, los mensajes y el contenido presentado en una computadora o en una pantalla de televisión constituyen un proyecto de Multimedia. Si el proyecto se vende a los consumidores o usuarios finales, típicamente en una caja o funda con o sin instrucciones, es un título multimedia. Un proyecto de multimedia no tiene que ser interactivo para llamarse multimedia: los usuarios pueden reclinarsen en el asiento y verlo como lo hacen en cine o frente al televisor. En tales casas, un proyecto es

lineal, pues empieza y corre hasta el final. Cuando se da el control de navegación a los usuarios para que exploren a voluntad el contenido, multimedia se convierte en no-lineal e interactivo, y es un puente personal muy poderoso hacia la información.

Los elementos de multimedia se conjugan en un proyecto utilizando herramientas de desarrollo de multimedia. Estas herramientas de programación están diseñadas para administrar los elementos de multimedia individualmente y permitir que Intercalen los usuarios. (...)

Multimedia palabra que significa «Varios medios» ha sido utilizada en las últimas décadas en diferentes ámbitos profesionales y para denominar diferentes tipos de técnica u obras, pero con el mismo concepto: «La integración de distintos medios de expresión y comunicación de manera simultánea para cumplir un objetivo definido». Por esto el término «Multimedia» era ya conocido y manejado entre las personas que desarrollan video y televisión, pues estos tipos de producción se auxilian de varios medios o elementos para un mismo programa o video.

El concepto multimedia no es nuevo. El hacer formas de recrear la realidad y el hacer más vívidas las experiencias son tan antiguo como la humanidad misma. Las raíces de multimedia se encuentran en el desarrollo de la computadora y de los medios audiovisuales.”

La educación musical puede ser concebida o como un medio o como un fin en sí misma. Como medio, la educación musical nos permite motivar, desarrollar o reforzar nociones propias de otros aprendizajes. Concretamente podemos desarrollar nociones lógico matemáticas, o juegos musicales. Como fin en sí misma, constituye una excelente vía de expresión, comunicación y creación que ejercita nuestra sensibilidad humana, la inteligencia creadora y la imaginación

La industria musical en Centroamérica se ha visto fuertemente afectada por diversos eventos político-sociales ocurridos en la región durante las décadas, a pesar de ello en los últimos años el rubro de los músicos profesionales ha ido fluctuando y ha sido duro el camino por encontrar un espacio digno en la sociedad como cualquier profesional debería tener.

Es en este momento cuando el diseñador gráfico interviene en la situación actual, analizando, investigando, y haciendo uso de herramientas de validación para crear una estrategia visual de concientización y mejorar la situación de valoración hacia la industria musical y un mejor manejo de los músicos profesionales en la sociedad guatemalteca.

---



Capítulo 3.  
Proceso Creativo y Producción Gráfica



### 3

## Proceso Creativo y Producción Gráfica

### Retrato del Consumidor

A través de la investigación se generan perfiles de personajes que identifican la relación del grupo objetivo como ser conductual para apoyar el proceso de selección de las piezas para la estrategia de comunicación visual.

Los personajes se definen por sexo y un nombre (Alejandra y Andrés) como herramienta para resumir los aspectos psico conductuales del grupo objetivo:

#### **Alejandra:**

Gusta de la música en todo tiempo, necesita tenerla como parte fundamental en su vida.

Su vida social gira en sus amistades y la música, toca como mínimo un instrumento e invierte gran parte de su tiempo en practicarlo, necesita sentirse querida y aceptada, entender a los demás y convivir en armonía.

#### **Andrés:**

Precisa tener apoyo de la gente que lo rodea, no siempre expone sus sentimientos, pero tiene a ser muy romántico.

Exige y gusta de los espacios abiertos, sentí la sensación y libertad y ser dinámico y competitivo. Relaciona su gusto por la música con aspectos audiovisuales, sueña con querer producir un video que se relacione con la música que crea. Está interesado por problemas sociales aunque no es su principal preocupación.

Sigue todos los movimientos de sus grupos preferidos, emocionalmente necesita del cariño de las personas que lo rodean, estar en un lugar que le permita crear y seguir enfocándose en la música a pesar de tener otras obligaciones.



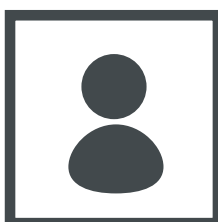
***Social:***

Apreciación constante dentro de un grupo social incluyente con gustos en común.



***Físico:***

Mantenerse sano es primordial aunque o indispensable. La figura física pasa a segundo plano.



***Identidad:***

El gusto musical es su carta de presentación al encontrar rasgos en común, con otras personas son más abiertos a mostrarse como son.



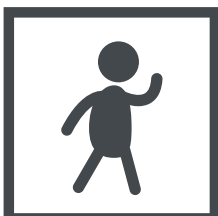
***Comunicación:***

Personas con facilidad para mostrar sentimientos y su opinión, generalmente a través de la música.



***Emocional:***

Personas sensitivas entregando todo de si mismos y a veces la inseguridad los hace sentirse oprimidos.



*¿Quiénes van a estar en contacto con la experiencia?*

Músicos, estudiantes de música, músicos independientes, maestros de música, fans de músicos, conciertos, organizadores de festivales y revistas de música.



Banners web, videos institucionales, animaciones en televisión o internet.



Bares, restaurantes, cafés, parques, áreas libres, campos de football, estadios.



*¿Qué tipo de información puede ser proveída y cómo?*

Banners web, spots, página web, blogs, revistas con logros de músicos y ejemplos de proyectos musicales auto sostenibles.



*¿Qué servicios y sistemas de soportes pueden ser ofrecidos?*

Conciertos, festivales, clases, talleres.

## Conceptualización

### **Insight**

Para poder establecer un concepto creativo adecuado, era necesario evaluar los resultados de las herramientas previamente utilizadas, e identificar los puntos favorables para creación de una conexión exitosa entre la institución y el grupo objetivo.

### ***Tu sonido***

Todos los músicos o aspirantes a serlo a través del estudio y la experiencia obtenida al tener contacto con la escena musical buscan esa mezcla de influencias y toques personales que harán que los lleve al éxito dentro de la industria.

### **Concepto**

El Insight, crea un vínculo emocional que da lugar a la generación del concepto, pieza esencial para llegar completamente a la mente del grupo objetivo.

### ***Experiencias armónicas***

A diferencia de otras casas de estudio musical donde se limitan únicamente a egresar ejecutores de algún instrumento, el concepto es usar esas cualidades tan distintas de un músico a otro para crear vivencias que enriquezcan la formación profesional y desenvolvimiento en la industria del músico, usando esa relación enseñanza-aprendizaje de alumno a alumno, maestro a alumno fomentada por la pasión e interés de los estudiantes, y que muchas veces los períodos libres entre clases son usados para crear conexiones entre personas con intereses distintos donde no solo crecen como músicos e intérpretes sino también como personas.

---

## Pre Producción

Como fruto de las investigaciones previas, con un concepto definiendo el camino a seguir para el diseño de las soluciones, es necesario crear teóricamente cómo y de qué manera funcionará la estrategia de comunicación en base a los resultados obtenidos.

### **Ruta del usuario**

La ruta de usuario se define como un camino por el cual el grupo objetivo será sometido con el fin de crear una estrategia de comunicación para que cada pieza y elemento diseñado sea aprovechado al máximo dentro de una planeación de tiempo establecida.

### **Primera Fase**

Implementación de rebranding para la institución que incluye: logotipo, identidad corporativa, papelería completa, artes de expectativa.

### **Segunda Fase**

Diseño y construcción de un nuevo sitio web que remplace la actual, con información de utilidad para los estudiantes y gente interesada en la institución.

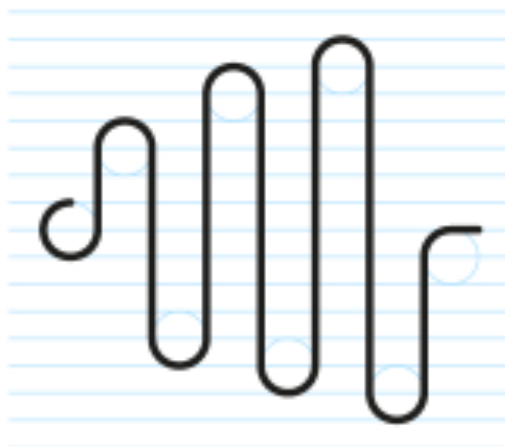
### **Tercera Fase**

Producción de video institucional para la promoción del nuevo branding y de la institución.

## Primera Fase: Branding

El primer paso para la creación de una estrategia funcional debía abordarse desde los cimientos de la marca misma; el nombre del Conservatorio Nacional ha decrecido mucho en los últimos años por falta de actualización como marca frente al grupo objetivo, manteniéndose estancada en el mercado de la industria musical.

### Etapa de Bocetaje





## Etapa de Bocetaje

La síntesis del logotipo es una mezcla balanceada entre un diseño atrevido, dinámico y actual, con los elementos que denotan una estructura de un logotipo de una entidad respetada y con trayectoria.



**Azul**

R:30  
G:131 C:79% Y:0%  
# 1E83D3 B:211 M:41% K:0%

**Gris Intenso**

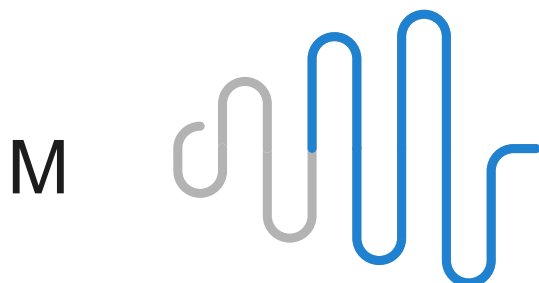
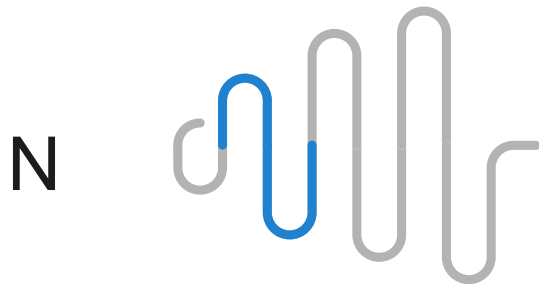
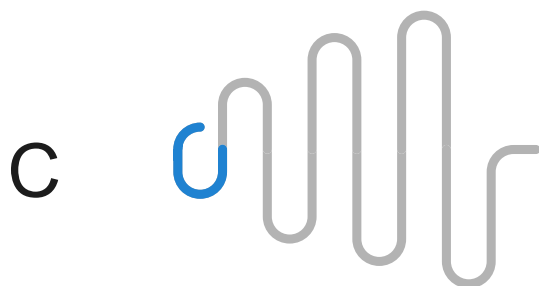
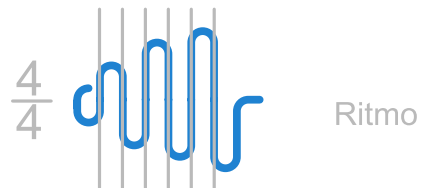
R:73  
G:75 C:65% Y:50%  
# 494B4D B:77 M:54% K:48%

**Gris medio**

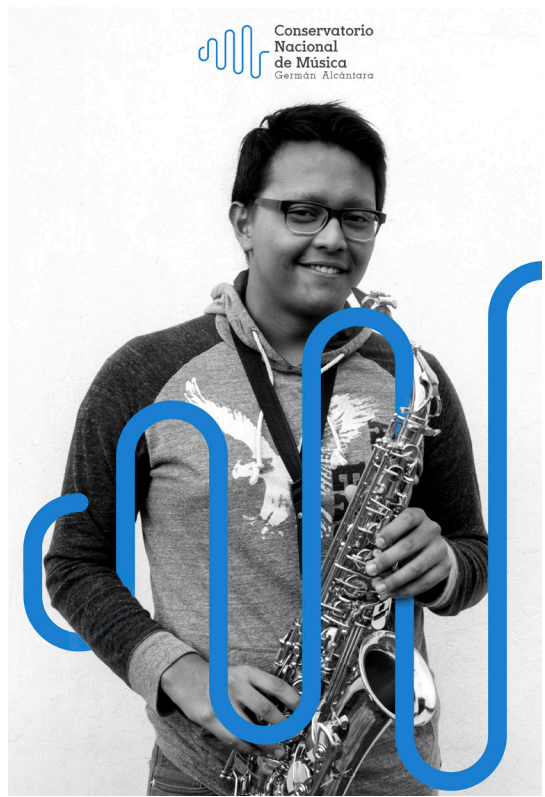
R:105  
G:105 C:55% Y:44%  
# 696969 B:105 M:45% K:31%

**Gris claro**

R:211  
G:211 C:20% Y:16%  
# D3D3D3 B:211 M:15% K:0%



Después de llegar a una solución de espacio-forma final, se procede a la etapa de aplicación de la línea gráfica a los distintos materiales: papelería completa (hojas membretadas, sobres, tarjetas de presentación, folders) y piezas gráficas con fotografías de alumnos del Conservatorio interactuando con la marca para develación de la nueva identidad gráfica.



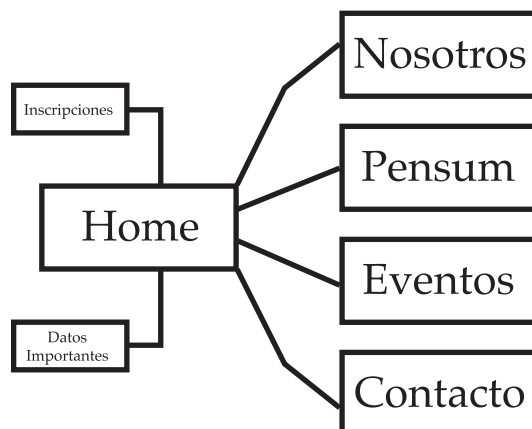
## Fotografía



## Segunda Fase: Sitio Web

Para tener una estrategia de integral en todos los canales comunicacionales, era necesario trabajar en un área que dentro de la institución se había quedado abandonada: el sitio web. Cientos de personas interesadas en ser parte del Conservatorio Nacional acceden a la página actual, incluso gente con el único interés de estar informada de actividades, se ven afectadas en el uso de la plataforma, ya que no existe ningún orden o algún camino intuitivo para el usuario, sin embargo la información en ella –si se logra encontrar– es precisa.

## Mapa de sitio



## Etapa de Bocetaje

### Eventos



## Tercera Fase: Video

Para mantener una imagen posicionada más tiempo sobre la institución, la implementación de un video institucional mostrando los valores, visiones y experiencias dentro de la misma es la mejor elección; ya que la atemporalidad de un audiovisual es una herramienta que periódicamente puede usarse y seguir fomentando el concepto de la campaña.

### **Ficha Técnica**

**Titulo:**

Experiencias Armónicas

**Duración:**

1 a 4 minutos

**Formato:**

1440X1080p

**Formato sin compresión:**

Quicktime/ AVI

**Formato para redes sociales y web:**

H264

**Año:**

2014

**Productora:**

Pablo Zeceña

**Audiencia:**

Jóvenes y adultos de 15 a 40 años

**Canales de difusión:**

Redes sociales, conciertos, conferencias, con posibilidad de convertirse en spot televisivo.

**Personal Técnico:**

Guión/ Producción/ Edición  
Fotografía/ Dirección de Arte  
Operario de Cámara  
Operario de Iluminación  
Operario de Audio

### **Sinopsis**

El material audiovisual servirá como carta de presentación y pieza de posicionamiento entre el gremio de músicos profesionales, amateurs y personas interesadas en la música.

### **Argumento**

Este video mostrará el enfoque de los métodos de enseñanza –aprendizaje y las relaciones tanto entre alumnos como relación alumno-maestro; evidencia del diferencial de la entidad son las actividades extracurriculares para fomentar el interés en los alumnos y esa química existente en los períodos libres dentro de los pasillos donde los alumnos intercambian conocimientos y vivencias, haciendo de todo una experiencia memorable en el camino hacia el éxito.

### **Ejes temáticos**

Amistad  
Integración  
Valores  
Desarrollo  
Empatía

### **Producción**

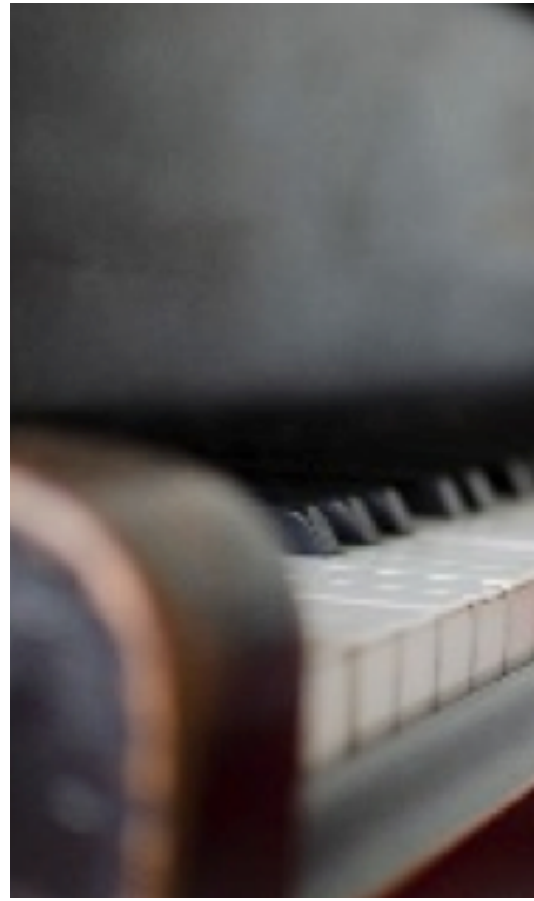
Necesidad de equipo y personal  
Cámara de video formato HDTV (2)  
Trípodes (2)  
Luces (3)  
Difusores de luz (3)  
Laptop (1)  
Asistentes de equipo (2)

### **Scouting**





### *Fotografía*



### *Sonido*

El audio a utilizar será una pieza contemporánea instrumental, energética y dinámica.



Capítulo 4.  
*Comprobación de la Eficacia y Propuesta Gráfica Final*



## 4

### Comprobación de la eficacia y propuesta gráfica final

#### Escenario y desarrollo de la sesión

##### **Educación Musical**

Para evaluar la eficacia de las propuestas audiovisuales se sometió al proceso de investigación cualitativo llamada Focus Group.

“El focus group (o grupo focal) es un método o forma de recolectar información necesaria para una investigación, que consiste en reunir a un pequeño grupo de personas (generalmente de 6 a 12 personas) con el fin de entrevistarlas y generar una discusión en torno a un producto, servicio, idea, publicidad, etc.

El focus group suele estar dirigido por un moderador que hace preguntas y genera la discusión en torno al tema o producto que se investiga (con la esperanza de que los participantes expresen ideas y sentimientos genuinos), a la vez que guía la entrevista o discusión, y evita que ésta se desvíe del tema o producto a investigar. (...)La ventaja de utilizar la técnica del focus group es que nos permite obtener una amplia variedad de información sobre ideas, opiniones, emociones, actitudes y motivaciones de los participantes.

La desventaja radica es que esta técnica utiliza una muestra pequeña, por lo que los resultados no se podrían generalizar y, además, las respuestas de los participantes podrían estar influenciadas por la opinión general del grupo.” Kume, Arturo (2012)

##### ***Número de participantes:***

Siete personas.

##### ***Moderadores:***

Pablo Zeceña  
Diego Samayoa

##### ***Lugar:***

Salón de clases, Conservatorio Nacional de Música

##### ***Instrumento:***

Entrevista, guía de preguntas

##### ***Duración:***

40 minutos



## Tema y objetivos de la evaluación

Se evaluó la funcionalidad e impacto de la pieza, tomando de base los siguientes parámetros:

### **Impacto y atracción:**

Que sea lo suficientemente atractivo para el grupo objetivo.

### **Comprensión del mensaje:**

Que el espectador sea capaz de percibir el mensaje y transmitirlo.

### **Persuasión:**

Que el grupo objetivo se convenza del mensaje y actúe en favor del mismo.

## Método: Grupo de discusión

“El Grupo de Discusión es una técnica para investigar los tópicos y lugares comunes que recorren la intersubjetividad y en los que ésta se reproduce (como en la obviedad verificada): “la opinión pública, decía Aristóteles, descansa en tópicos” (Ibáñez)

En el grupo de discusión el habla investigadora se articula con un habla investigada que tiene la forma de conversación. El investigador habla con un grupo que conversa.

La dinámica del grupo de discusión, como veremos más adelante, es la dinámica de una estructura que articula a un hablante (el investigador) con un grupo y su conversación.

Este aspecto de la técnica es lo que la diferencia, de modo absoluto, con la Entrevista Grupal (o Focus Group). En ésta el habla investigadora no se articula con una conversación grupal; el habla investigada no puede alcanzar ese estado y queda desdoblada como habla individual y audición grupal: escucha como grupo pero habla como entrevistado singular y aislado.

En el Grupo de Discusión en cambio, el investigador provoca la constitución del grupo en una conversación: el discurso producido en un grupo de discusión tiene la forma de una conversación entre los participantes, que se articula con una segunda conversación (aquella que surge entre el grupo y el investigador).

Establecida así, la conversación queda en una dirección compartida: en un nivel es dirigida por el habla investigada -en cuanto conversación entre los participantes- y en el otro nivel es dirigida por el habla investigadora -En cuanto provocada y controlada por el lugar y la acción del investigador-

Esto explica la productividad específica de la técnica para el estudio de los tópicos. En cuanto el habla está orientada hacia una conversación ---entre iguales- es un habla orientado al cruce o intercambio con otro habla: en la conversación grupal el hablante acuerda su hablar al hablar de los otros (a lo ya dicho o por decirse); en este sentido, privilegia en el habla lo que tiene de “común” --ya sea como disputa o como consenso- y de articulable con el hablar de los otros. La conversación grupal es, estructuralmente, un espacio donde el hablar está orientado al cruce, a la combinación, al lugar común

Donde se cruzan las diversas perspectivas y por donde todos pasan... aun proviniedo de caminos diversos.

El grupo de discusión produce un discurso donde el habla investigada puede reflexionarse y formularse preguntas; y en que, por ser de tipo conversacional grupal, prevalece el componente tópico de la opinión pública: las verdades cantadas como tales, lo que va de boca en boca como /lo que se-dice-que.” Canales, M. Binimelis, A. (s.f.)

### Perfil del informante

Los participantes se escogieron de acuerdo a ciertas características identificadas en las herramientas del retrato del consumidor:

- En un rango de 15 a 40 años
- Estudiantes o personas involucradas en la música
- Que cumplan las características psicodemográficas del Retrato del Consumidor

### Perfil del Moderador

Jóven adulto en un rango de 20 a 25 años  
Amplio conocimiento del tema de diseño, la problemática a tratar y los procesos de las piezas a mostrar a los participantes; con capacidad para generar preguntas generadoras en el momento que sea necesario, resolver las dudas de los participantes y ser empático con cada uno de ellos para entablar una relación menos tensa entre el participante y la actividad a realizar.

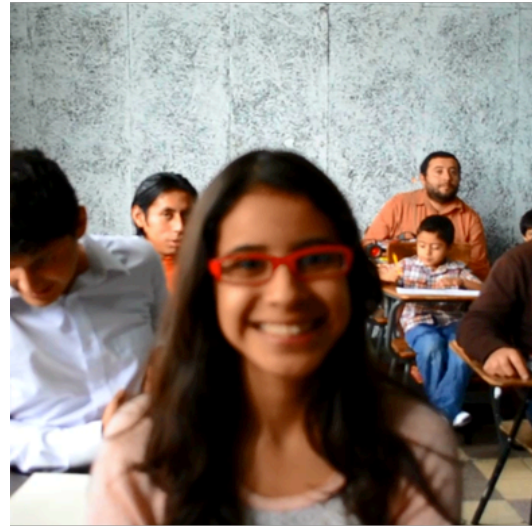
### Instrumento

En el transcurso de la sesión se utilizó una serie de preguntas generadoras que eran expuestas después de mostrar el material y dar un breve espacio de tiempo para que el espectador terminara de asimilar y pudiera poner toda su atención en la pregunta; éstas fueron elaboradas a manera de generar un diálogo entre los mismos participantes que permitiera plasmar sus respuestas mediante un criterio personal o en consenso con el grupo evaluado. Se elaboró una tabla de evaluación (vea anexo 1) que evidencia las expresiones verbales y físicas de los participantes dividida en cada una de las partes de los materiales mostrados.

### Análisis de la información

Los resultados evidencian una clara necesidad de soluciones que entorpecen la experiencia de los alumnos, maestros y personas interesadas en el medio arrojándolos a un procedimiento complicado y disfuncional virtual. Se demostró que la propuesta del sitio web realizada cubre cada uno de los interrogantes y problemas de una manera eficaz, intuitiva y puntual, cuidando hasta el último detalle en diseño y programación para mejorar la experiencia virtual del usuario.

### Evidencia









Capítulo 5.  
Propuesta Gráfica Final Fundamentada

## Aplicación del concepto creativo

La propuesta de website está construida mediante la tendencia de scroll infinito –single page- pensada en un recorrido fácil, puntual e instintivo para el usuario, tanto para una persona que ingresa al sitio regularmente como para un usuario primerizo.

Lo importante es que el usuario tenga una experiencia memorable desde el momento que ingrese a la página y mientras encuentra la información que solicita .

La distribución de la información es fundamental para el correcto funcionamiento de un sitio web y de acuerdo a las necesidades del grupo objetivo la landing page tiene dos botones principales: Inscripciones y Datos Importantes.

En la opción de Inscripciones, están las fechas y horarios para asignaciones de exámenes de admisión, fechas de publicación de resultados y demás material de logística que convenga dentro del rubro. La opción de Datos importantes contiene información de menor relevancia en cuanto a tiempo se refiere, acá están incluidos los asuetos, las actividades extracurriculares, avisos y todo tipo de dato que es importante en su momento pero es fácilmente descartado por el flujo de información existente.

El header incluye los botones de: Nosotros, Pensum, Inicio (siendo el logotipo), Eventos y Contacto.

Dentro de las nuevas tendencias de programación web, se utilizó el efecto de parallax para darle profundidad a la relación texto-fondo y el header está construido en una forma que altera su estructura para evitar ilegibilidades dentro de los textos y las páginas en general.

Seguido se encuentran la historia y la misión y visión de la institución sintetizado para omitir información irrelevante dentro del nuevo sistema.



## 5

### Propuesta Gráfica Final Fundamentada

El Proyecto principal es la elaboración de un sitio web para la institución que replazce la actual, ya que una gran parte de la gente interesada en la ejecución de un instrumento, por el grupo objetivo, hacen consulta de información en internet; pero por la complejidad, mala distribución y desorganización del sitio actual es así como muchas personas pierden el interés en ser parte o apoyar a la institución.

El área de maestros, incluye un perfil de los maestros con mayor trascendencia en la institución, al seleccionar alguna de las imágenes de los mismos, resalta el nombre, la especialidad y los iconos de las redes sociales personales de cada uno, para que alumno y maestro estén mejor conectados y se mejore la atención personalizada por estudiante.

A continuación se encuentra dividida la información del pensum en Plan diario y Plan fin de semana, revelando horarios y el monto de inversión por estudiante. Seguido el área de eventos es la plataforma donde los afiches, fotos de alguna actividad (dígase concierto, recital, taller, charla) se llevará a cabo en los siguientes días.

Finalmente se encuentra el área de contacto, organizada según las necesidades del grupo objetivo que incluye la dirección, un croquis digital de donde está ubicada la sede, los números de teléfono y la cuenta bancaria, primordial para el buen funcionamiento de la institución. En el footer se cierra la página con los enlaces a las redes sociales de la institución.

### Código Tipográfico

Dentro de la conceptualización del sitio web sobre creación de espacios abiertos en el diseño, para reforzar el concepto de la institución se optó por utilizar una familia tipográfica sin serif a gran escala cuando se usan titulares sobre fotografías y como texto base para diagramación de todo tipo de información manteniendo unidad y sin sobrecargar de elementos el diseño.

### Gadugi

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789!"#\$%&/'()=?;:\*

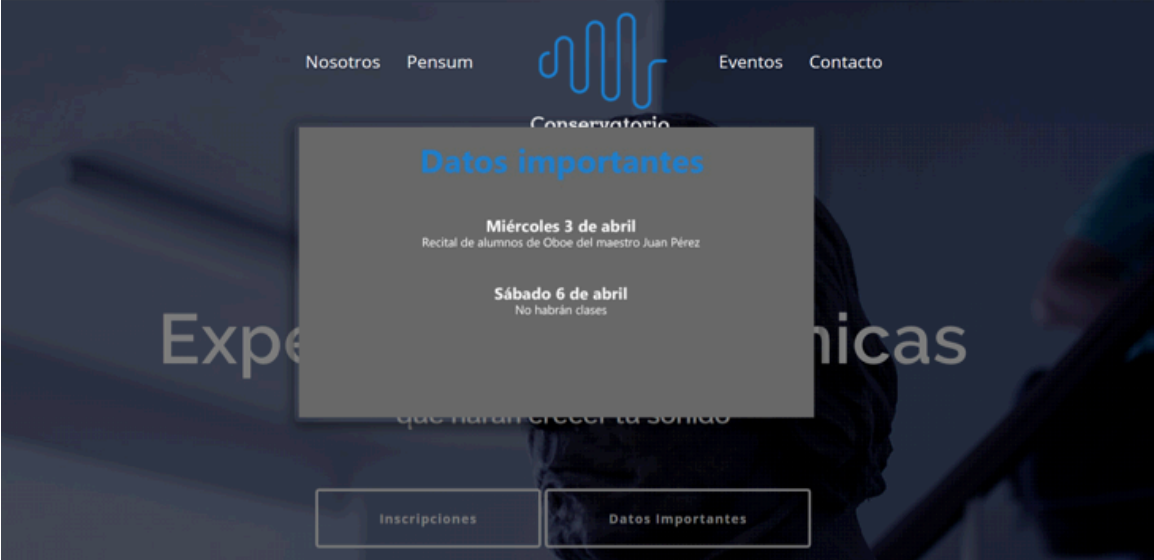
### Código lingüístico

El enfoque a seguir dentro del método de comunicación es de un acercamiento amigable, flexible que busca la comunicación directa y concisa reflejando el concepto utilizado en el sitio web; la inclusión de titulares aspiracionales y personales mantienen el optimismo y la frescura dentro de la comunicación escrita.



El uso de fotografía muestra detalles de la infraestructura que es icónica en el Conservatorio Nacional para terminar de reflejar cada uno de los aspectos de la institución dentro de la estrategia (los alumnos en el branding, las relaciones y valores en el video, y la arquitectura dentro del sitio web) otro de los propósitos visuales de la fotografía es proporcionar espacios abiertos dentro de la retícula y generar aire dentro del diseño.









## En cada compás

acompañandote siempre.

El Conservatorio Nacional de Música, surge en 1873, su fundador fue el maestro italiano Juan Aberle quien además lo financiaba personalmente. Está localizado en la tercera avenida 4-61 de la zona uno de la capital, ofrece bachillerato en arte especializado en alguno de los instrumentos disponibles, dentro del plan diario y en plan sábado (y a partir del 2011 también disponible Domingos) Diplomado en música especializado en uno de los instrumentos disponible.

El conservatorio nacional está dentro del organismo del Ministerio de Cultura y Deporte.



### Visión

Con una metodología musical actualizada, en conjunción simultánea con los estudios académicos de cultura general, en los niveles de Educación Primaria, de Cultura General Básica y de Bachillerato.

Esto, con la pretensión de que pueda desempeñarse como profesional musical de alto nivel y como persona culta en todos los ámbitos en que se ponga de manifiesto su personalidad. Ser una Institución que forme integralmente a profesionales de la Música.



### Misión

El conservatorio Nacional de Música tiene como misión, desde su especialidad docente musical, participar en la conformación y solidificación permanente del movimiento cultural guatemalteco y en el rescate de la riqueza musical del país dentro de su multiculturalidad.

Su participación la realiza mediante la sólida formación académica de las generaciones que en un futuro serán los máximos exponentes del arte musical, tanto en el ámbito nacional, como en el concierto de los países del mundo, en donde expondrán su calidad con la mayor seguridad personal, afianzada por la formación integral del nuevo modelo del egresado del establecimiento, desempeñándose con éxito en cualquier escenario y ante los públicos más exigentes.



## Maestros





## Plan Diario

Se estudia un bachillerato en música con especialización en algún instrumentos la duración es de 7 años de estudio; para poder ingresar deberá estar comprendido en las edades de 7 a 14 años, realizar un examen de admisión que se hacen en el mes de noviembre y enero las fechas exactas se publicaran en la página oficial



Horario: 14:00 a 18:00 hrs.



## Plan Fin de Semana

Ofrecemos un diplomado en música con especialización en un instrumento ( violín, guitarra, piano, marimba, batería, canto, flauta travesa, saxofón, clarinete, trompeta, violonchelo) la duración del diplomado es de 6 semestres.

Para poder ingresar deberá de aprobar un examen de admisión las cuales se realizan en el mes de noviembre y mayo de cada año.



### Matutina

08:00 a 12:00 hrs.



### Vespertina

14:00 a 17:00 hrs.



### Domingos

08:00 a 12:00 hrs.

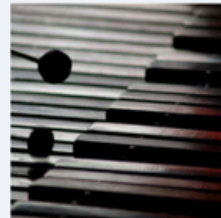


### Inversión

Q100 - Mensualidad: Q100




## Eventos





## Capítulo 6.

### Especificaciones Técnicas y Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta



## 6 Especificaciones Técnicas y Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta

### Medios y usos sugeridos

Para garantizar la eficacia del material proporcionado, el mantenimiento adecuado y constante debe ser planificado y efectuado a cabalidad y prolongar los beneficios del mismo.

Se recomienda actualizar la información de Datos Importantes como mínimo dos días antes de la realización del evento y actualizar la información de Inscripciones mínimo un mes antes de las fechas para que los interesados tengan un tiempo prudente de preparación y gestión del proceso.

Los canales para acceder al sitio web puede ser cualquier dispositivo tecnológico con acceso a internet, pueden ser: computadoras de escritorio, laptops, tablets, smartphones.

Para expandir el alcance del sitio web, promocionar la dirección conservatorionacional.gob.gt, donde estará ubicada la

nueva página, en cada publicación de sus redes sociales, brochures, afiches y demás material impreso y de publicidad.

### **Presupuesto**

#### Gastos administrativos

Q 4,5000.00	Alquiler de instalaciones
Q2,000.00	Energía eléctrica
Q400.00	Mantenimiento de oficina
Q450.00	Internet
Q7,350.00	Subtotal de gastos administrativos

#### Costos variables

Q1,200.00	Disco duro externo de 500Gb
Q800.00	Batería de litio para laptop para repuesto
Q540.00	Mantenimiento de hardware
Q1,800.00	Alquiler de paquete de luces 3 /1000W (5 días)
Q2,700.00	Alquiler de cámara profesional DSL (3 días)
Q2,000.00	Hosting
Q500.00	Viáticos
Q7,240.00	Subtotal de costos variables

#### Servicios Profesionales

Q6,000.00	Gestión de información/ mapa de sitio
Q8,700.00	Redacción de textos
Q18,500.00	Conceptualización y dirección creativa
Q8,000.00	Sesión de fotografías
Q9,400.00	Diseño gráfico y maquetación
Q15,200.00	Dirección de arte
Q9,000.00	Programación
Q2,000.00	Mantenimiento y actualización de sitio (un mes)
Q76,800.00	Subtotal de servicios profesionales
Q84,040.00	Total de inversión

# Manual de Uso

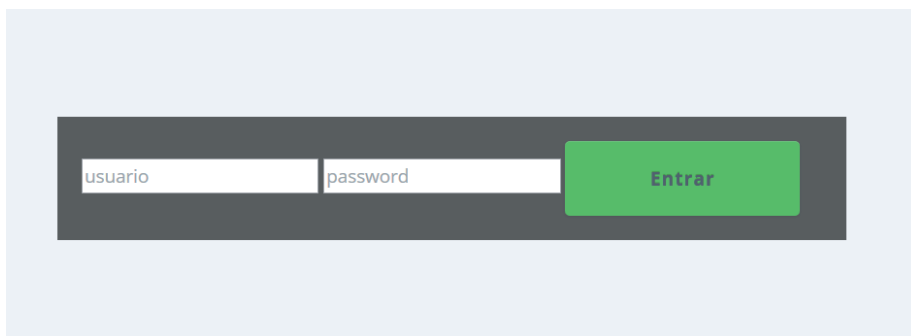
## Página web

El siguiente manual es para la actualización y modificación de la página web del Conservatorio Nacional de Música Germán Alcántara, dónde se explicará paso a paso la manera de cada una de las acciones realizables posibles.

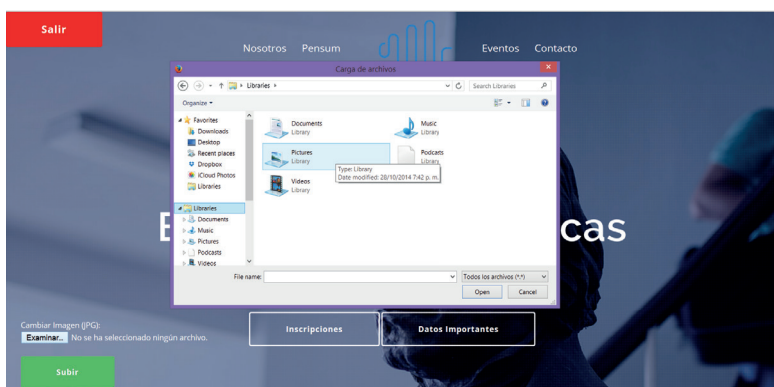
1. ingrese a:  
conservatorionacional.gob.gt/index\_admin.php

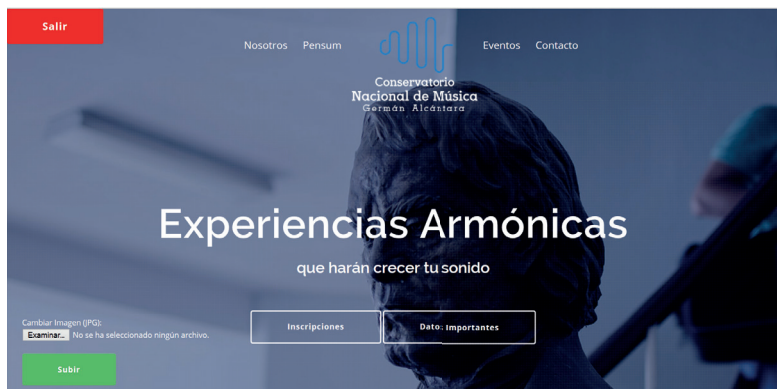
2. llene los campos de información del administrador con los siguientes datos:

USUARIO: admin      CONTRASEÑA: Conservatorio\*!



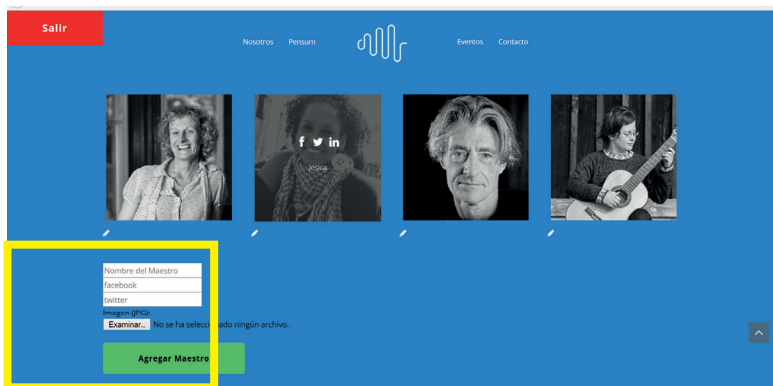
3. Para cambiar la imagen del Home dar click al botón Examinar, aparecerá una ventana para seleccionar el archivo a publicar.  
Luego presionar el botón verde llamado Subir para que sea publicada la imagen.



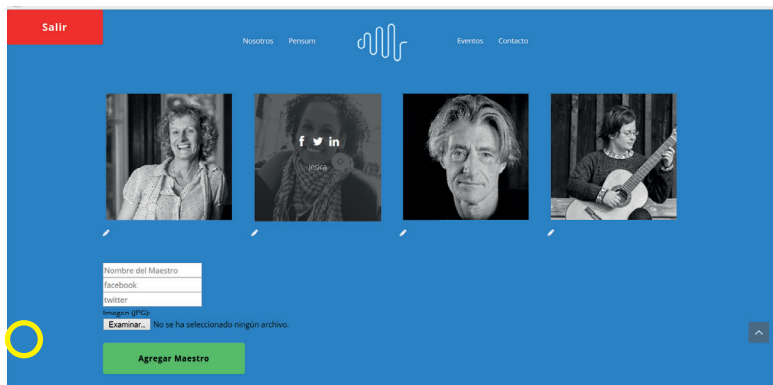


4. Para agregar la información de los Maestros llenar cada uno de los campos ubicados en la parte inferior de la sección. en la parte de Facebook, Twitter e Instagram, deberá llenarse con el link de las respectivas que el maestro debe proporcionar al administrador.

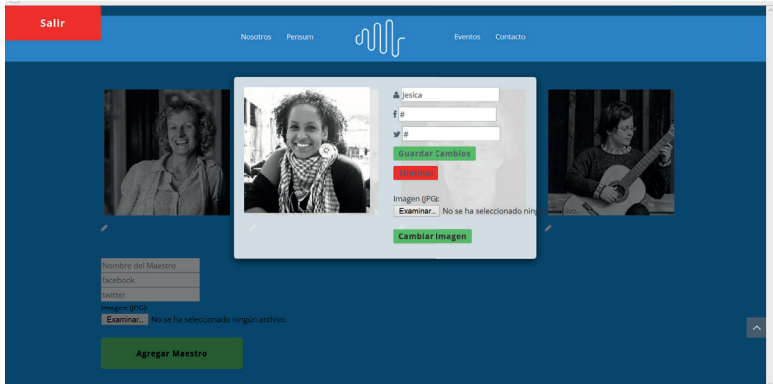
Luego dar click al botón Agregar Maestro.



5. Para modificar la información de los Maestros seleccionar el maestro a modificar y presionar el ícono de lápiz para que aparezca la ventana de edición.

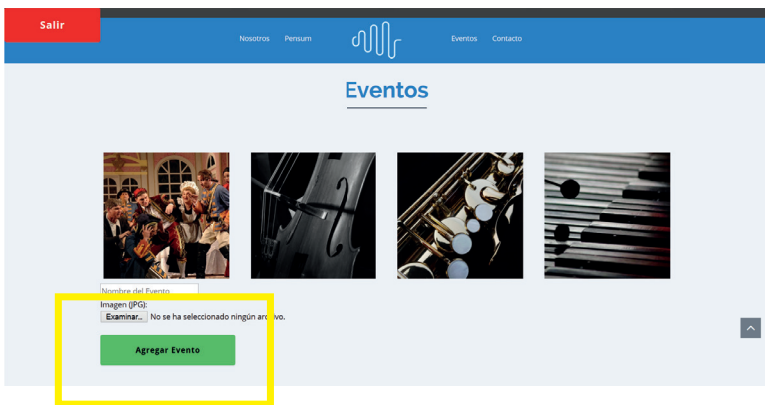


Llenar los campos que se solicitan, luego clickear en Guardar Cambios, subir una imagen si se desea, al terminar seleccionar Cambiar Imagen. Cuando se hayan realizado cada uno de los cambios, la página se actualiza automáticamente incluyendo la información nueva.



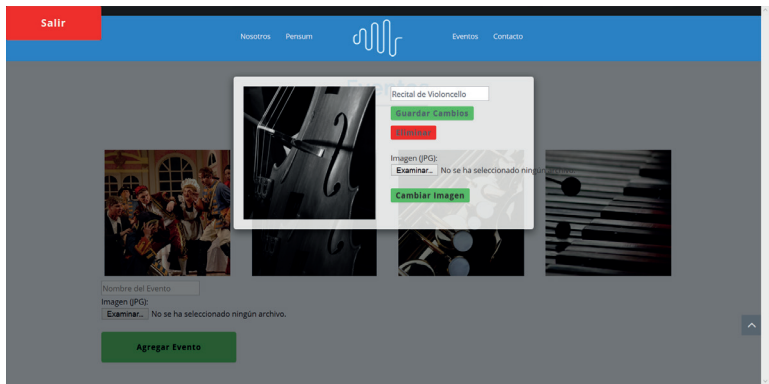
6. Para agregar la información de los Eventos llenar cada uno de los campos ubicados en la parte inferior de la sección. seleccionar la imagen a publicar.

Luego dar click al botón AgregarEvento.

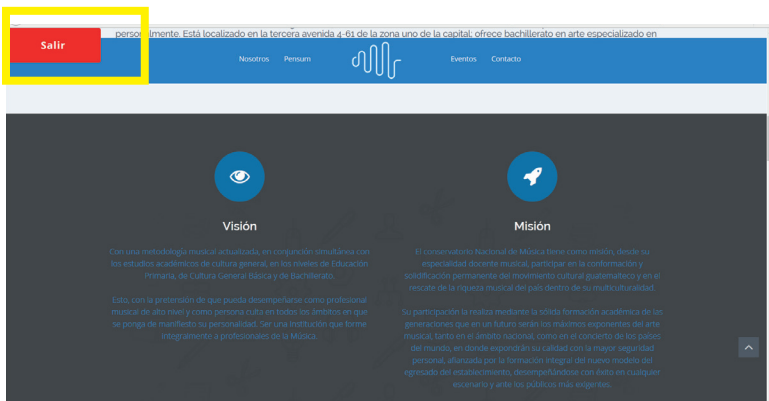


7. Para modificar la información de los Eventos seleccionar el evento a modificar y presionarlo para que aparezca la ventana de edición.

Llenar los campos que se solicitan, luego clickear en Guardar Cambios, subir una imagen si se desea, al terminar seleccionar Cambiar Imagen. Cuando se hayan realizado cada uno de los cambios, la página se actualiza automáticamente incluyendo la información nueva.



Cuando ya se hayan realizado todos los cambios necesarios, dar click en el botón de Salir, siempre ubicado en la parte superior izquierda de la página.





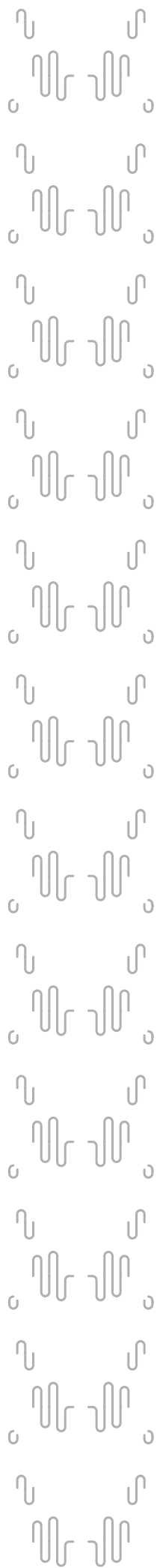


## Conclusiones

Se construyó exitosamente una estrategia de comunicación que impacte al grupo objetivo del Conservatorio Nacional de Música Germán Alcántara y creando un nivel de posicionamiento superior donde el nuevo enfoque y la identidad corporativa fueron claves para la introducción a la industria musical guatemalteca.

Se documentó el diferencial de la metodología de enseñanza-aprendizaje que ocurre en la institución donde las mismas relaciones interpersonales encontradas entre los alumnos y la relación alumno-maestro son de los factores que más impactan al grupo objetivo ya que crean experiencias y lazos emocionales, enriqueciendo el proceso didáctico.

Se estableció un canal de comunicación entre el Conservatorio Nacional de Música Germán Alcántara y el grupo objetivo donde claramente se solucionan las necesidades de información, promoción y participación por medio de ambas partes, creando así una institución mucho más sólida y actualizada.



### A los alumnos

- Establecer y sistematizar procesos de producción.
- Hacer un plan con tiempos establecidos incluyendo soluciones alternativas en caso de algún tropiezo en la realización del proyecto.
- Mantener una actitud de disposición y entrega desde el inicio del proyecto, esto facilitará el trabajo y el esfuerzo se verá siempre reflejado en cada fase del mismo.

### A la Escuela

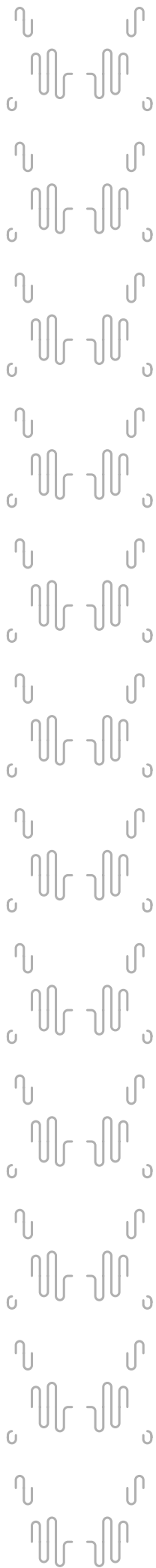
- Facilitar los medios de comunicación y gestión con entidades fuera de la universidad para que el acercamiento del estudiante hacia el mercado nacional sea paulatino y planificado.
- Invertir en equipo actualizado y en actualizaciones sobre la materia para los maestros; de esta manera los alumnos podrán tener contacto más fácil con tendencias, y lo que está evolucionando en la industria.

### A la institución

- Fomentar la institución como una entidad que vele por los intereses de todos los estudiantes, músicos profesionales y amateur para hacer crecer y desarrollar la industria musical en el país.

- Mantener activos los canales de comunicación con el gremio y personas ajenas para estar siempre al tanto de alguna necesidad que presente el pueblo y así, ofrecerle soluciones.





### Conocimiento

La sistematización de procesos es vital para tener una estructura sólida de tiempos de entrega, modificaciones y tener todo más controlado.

Tener guardados archivos originales (rushes) en otros dispositivos como método de prevención, es mucho más práctico volver a editar escenas, que volver a hacer tomas y quede exactamente como se necesitan.

Integración de una construcción de usabilidad y diseño estético, sobre todo en plataformas multimedia, donde el usuario aparte de tener necesidades, necesita tener más opciones que aún no se hayan considerado, siempre con la parte gráfica fomentada en todo momento.

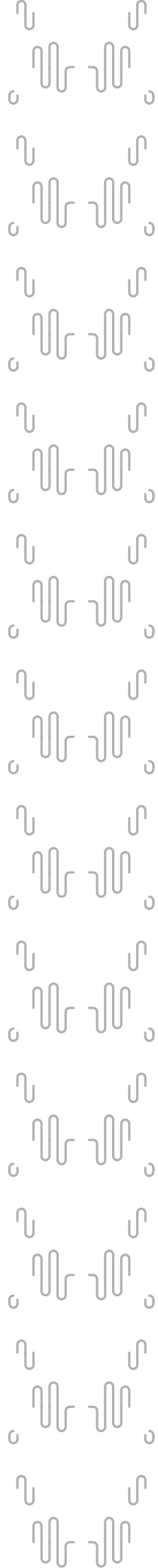
### Habilidades

Las habilidades gerenciales suelen dejarse de última instancia por no ser de “producción” en sí, pero el saber discernir, tomar decisiones y rutas alternas para solucionar obstáculos que surgen en el camino, son aptitudes esenciales para terminar un proyecto exitosamente.

### Actitud

La disciplina para gestión de proyectos debe tratarse siempre como parte de la producción y no como un rubro ajeno a la realización, ya que sin una buena gestión, el proyecto no se realiza.





Brecha salarial entre artistas y asesores ministeriales en la cartera de cultura (16 mayo, 2013) CERIGUA. Recuperado de <http://cerigua.org>

Canales Cerón, M. Binimelis, A. (s.f.) El grupo de discusión. Recuperado de: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/09/0909-CanalesyBinimelis.pdf>

Conservatorio Nacional Germán Alcántara (2011). Recuperado el 12 de octubre de 2011, de <http://conservatorionacional.gob.gt/historia>

El qué y el porqué de la educación musical. (s.f.) Educación Inicial. Recuperado de <http://www.educacioninicial.com/EI/contenidos/00/4200/4234.asp>

Groussac, Paul (primera edición). (2008). Paradoja sobre música. Ciudad autónoma de Buenos Aires (Argentina): Biblioteca Nacional.

Iconograda (2013) Defining the profession. Recuperado de <http://www.icograda.org/about/about/articles836.htm>

“Design is a constantly evolving and dynamic discipline. The professionally trained designer applies intent to create the visual, material, spatial and digital environment, cognizant of the experiential, employing interdisciplinary and hybrid approaches to the theory and practice of design. They understand the cultural, ethical, social, economic and ecological impact of their endeavors and their ultimate responsibility towards people and the planet across both commercial and non-commercial spheres. A designer respects the ethics of the design profession.”

Kume, Arturo (26 de abril, 2012) Focus Group. Recuperado de <http://www.crecenegocios.com/focus-group/>

Ramirez Moguel, Pablo (2008) Graphia Comunicación Visual. Recuperado de [http://www.graphia.com.mx/de\\_interes\\_diseno.htm](http://www.graphia.com.mx/de_interes_diseno.htm)

Ruiz, Myriam y Leal, María (s.f.) Multimedia. Recuperado de <http://www.binasss.sa.cr/revistas/enfermeria/v24n1/art7.htm>

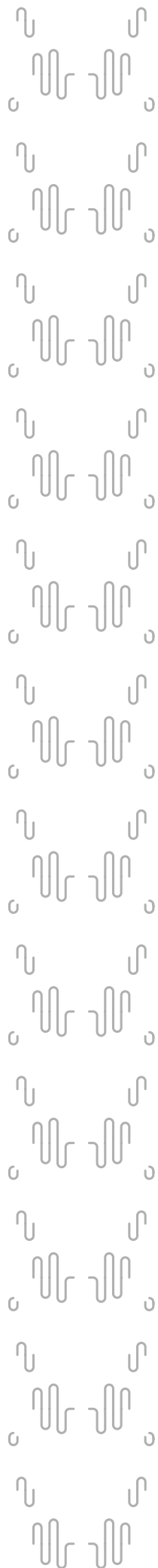
Subgerencia Cultural del Banco de la República (s.f.) Teoría de las cinco w. Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/teoriadelascinco-w.htm>

Triguero, Samuel (s.f.) MAPA DE EMPATÍA: Un instrumento sencillo y útil para conocer mejor a nuestros clientes. Recuperado de <http://marketingunea.com/archivos/1455>

Torres Parés, P. (primera edición). (2003). El arte de educar: Una concepción integradora de la educación musical. D.F (México): Editorial Santillana.



## Fuentes Consultadas







---

## Glosario

### **Header**

Es la parte del principio de un paquete de datos con información general sobre el mismo.

### **Landing Page**

Una página de aterrizaje o landing page es aquella página a la que un usuario llega luego de haber hecho clic en un enlace, un banner, un anuncio de texto, incluso en los propios resultados de búsqueda de cualquier buscador como lo son Google, Yahoo o Bing.

### **Parallax**

El efecto Parallax es el movimiento aparente de un objeto fijo que se encuentra en un primer plano en relación a otro objeto fijo que se encuentra en un segundo plano, cuando se les mira desde diversos ángulos o perspectivas.

### **Pop-up**

La ventana pop-up o ventana emergente, es una ventana nueva que aparece de repente en la pantalla de tu ordenador.



## Anexo 1

Momento	Reacción Verbal	No verbal
Home	"esta va a estar en lugar de la que está ahorita? Ah que bueno!"	Todos a expectativa
Historia	-	Leve sonrisa
Eventos	"también hay un área de eventos"	-
Maestros	"ah el facebook del maestro" " está bueno!"	Sonrisas sorprendidas y movimientos de aceptación
Contacto	"que bueno que está la cuenta bancaria, a mi papá siempre se le olvida"	Sigue sonriendo y con movimientos de aceptación, sonrisas
Datos importantes	"ahí para poner más que todo los feriados va"	Muchas risas
inscripciones	"para uno que es nuevo sirve un monton porque normalmente uno entra sin saber nada, como que va a la nada"	Siguen atentos

¿Es fácil de usar?

Sara: "si, está sencillo hasta para mi, que me atropella la tecnología (risas) si se me hizo bastante fácil de usar y esta todo claro.

¿La percepción general de todo el website?

Sara: "está bien bonito, no es asi como el de antes que era difícil, muy difícil de usar."

¿Agregarían o cambiarían algo?  
No.

## Anexo 2



Anexos

Anexo 3



Anexo 4



Anexo 5



Guatemala, octubre 08 de 2015.

Señor Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Msc. Arq. Byron Alfredo Rabé Rendón  
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **PABLO ESTUARDO ZECEÑA RIVERA**, Carné universitario: **2010 16586**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL CONSERVATORIO NACIONAL DE MÚSICA GERMÁN ALCÁNTARA SOBRE LA INDUSTRIA MUSICAL EN GUATEMALA**, previamente a conferírsele el título de Licenciado en Diseño Gráfico con énfasis Multimedia.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica que exige la Universidad.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,



Lic. Maricella Saravia  
Colegiada 10,804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez  
Colegiada 10,804

Maricella Saravia de Ramírez  
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura  
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios


Teléfonos: **3122 6600** - 5828 7092 y 2232 9859 - maricellasaravia@hotmail.com

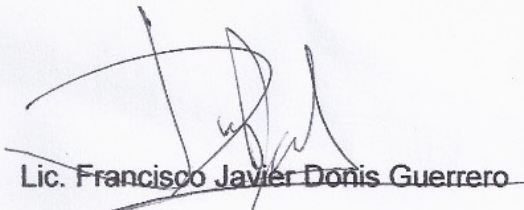
**"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL CONSERVATORIO NACIONAL DE  
MÚSICA GERMÁN ALCÁNTARA SOBRE LA INDUSTRIA MUSICAL EN GUATEMALA"**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

Pablo Estuardo Zeceña Rivera

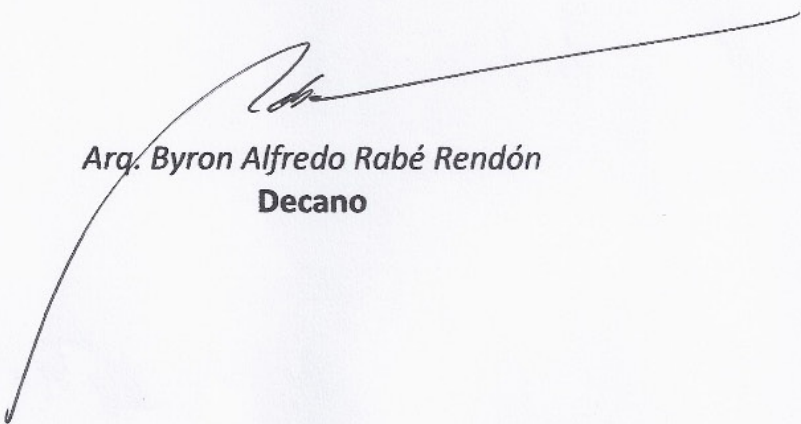
Asesorado por:

  
Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada

  
Lic. Francisco Javier Doñis Guerrero

Imprimase:

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
Arq. Byron Alfredo Rabé Rendón  
Decano

٧ ٧  
٧ ٧ ٧ ٧ ٧

٧ ٧  
٧ ٧ ٧ ٧ ٧

٧ ٧  
٧ ٧ ٧ ٧ ٧

٧ ٧  
٧ ٧ ٧ ٧ ٧

٧ ٧  
٧ ٧ ٧ ٧ ٧

٧ ٧  
٧ ٧ ٧ ٧ ٧

٧ ٧  
٧ ٧ ٧ ٧ ٧

٧ ٧  
٧ ٧ ٧ ٧ ٧

٧ ٧  
٧ ٧ ٧ ٧ ٧

٧ ٧  
٧ ٧ ٧ ٧ ٧

٧ ٧  
٧ ٧ ٧ ٧ ٧

٧ ٧  
٧ ٧ ٧ ٧ ٧