

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

INVESTIGACIÓN: Análisis del diseño gráfico en las portadas de los álbumes del género rock guatemalteco. ESTRATEGIA:
Desarrollo de imagen y material promocional para el festival del 5to. Aniversario de esQuisses.

PROYECTO DE GRADO

FRANCISCO JOSÉ RODRÍGUEZ MEJÍA
CARNET 24157-12

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

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

INVESTIGACIÓN: Análisis del diseño gráfico en las portadas de los álbumes del género rock guatemalteco. ESTRATEGIA: Desarrollo de imagen y material promocional para el festival del 5to. Aniversario de esQuisses.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR
FRANCISCO JOSÉ RODRÍGUEZ MEJÍA

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

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

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

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

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. JACQUELINE ADRIANA NÁJERA VÁLDEZ

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. ALEJANDRO ALFREDO AZURDIA CRUZ
LIC. JUAN MANUEL MONROY GOMEZ
LIC. MARYSOL DÁVILA ILLESCAS

Carta de asesores

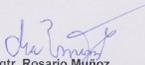
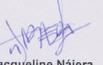
 <p>Universidad Rafael Landívar <small>Tradicón Jesuita en Guatemala</small></p>	<p>Facultad de Arquitectura y Diseo Departamento de Diseo Gráfico Teléfono: (502) 2426 2626 ext. 2426 Fax: (502) 2426 2626 ext. 2429 Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16 Guatemala, Ciudad. 01016</p>
---	--

Reg. No. DG.063-2017

Departamento de Diseo Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseo a los veintidós días del mes de mayo
de dos mil diecisiete.

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **RODRÍGUEZ MEJÍA, FRANCISCO
JOSÉ**, con carné **2415712**, 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).

 <p>Mgtr. Rosario Muñoz Asesor Proyecto de Investigación</p>	 <p>Lic. Jacqueline Nájera Asesor Proyecto Digital</p>
 <p>Lic. Jorge Morales Asesor Proyecto de Estrategia</p>	

cc:Archivo
lmf:

Carta de autorización para impresión



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
No. 031086-2017

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado del estudiante FRANCISCO JOSÉ RODRÍGUEZ MEJÍA, Carnet 24157-12 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 03107-2017 de fecha 11 de julio de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

INVESTIGACIÓN: Análisis del diseño gráfico en las portadas de los álbumes del género rock guatemalteco. ESTRATEGIA: Desarrollo de imagen y material promocional para el festival del 5to. Aniversario de esQuisses.

Previo a conferírsele el título de DISEÑADOR GRÁFICO en el grado académico de LICENCIADO.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 19 días del mes de septiembre del año 2017.



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

Agradecimientos

Gracias a Dios, a mis padres y familia por darme la fuerza y motivación necesaria para seguir adelante en los momentos más difíciles de la carrera.

Agradezco a mis catedráticos y todo el personal de la Universidad Rafael Landívar por proporcionar un espacio de educación superior que inspira a la creatividad y el desarrollo personal.

A mis amigos y compañeros, especialmente a los que me brindaron su amistad y siempre dibujaron una sonrisa en mi rostro (ustedes saben quienes son).

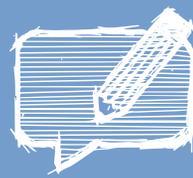
Por último, quisiera agradecer a mi novia por ser mi copiloto en este viaje que llamamos vida.

- **Francisco (Pancho)**

Universidad Rafael Landívar
Facultad de Arquitectura y Diseño
Diseño Gráfico

**"Desarrollo de imagen y material promocional
para el festival de 5to Aniversario de esQuisses"**

Antonio Polanco	1177613
Francisco Rodriguez	2415712



ÍNDICE

Introducción	4	Posibles frases conceptuales	45	Conclusiones y recomendaciones	138
Comprensión de Necesidad	5	Concepto final	47	Referencias bibliográficas	139
Objetivos	5	Concepto complementario	48	Anexos	141
Marco de referencia	6	Codificación del mensaje	51		
Información del cliente	7	Proceso de bocetaje	62		
Análisis de antecedentes gráficos	10	Validación	86		
Áreas de estudio	15	Confrontación de resultados	88		
Marco teórico	17	Cambios realizados	90		
Comprensión grupo objetivo	28	Gestión de implementación	98		
Análisis de grupo objetivo	29	Propuesta final y fundamentación	99		
Definición de grupo objetivo	32	Producción y reproducción	124		
Gestión de proceso de diseño	37	Especificaciones técnicas	124		
Contenido de material gráfico	38	Informe técnico	128		
Diseño de concepto	39	Presupuesto de diseño e impresión	132		



INTRO

esQuisses es un sitio web de periodismo fundado en septiembre del 2011 que se dedica a la promoción, difusión y análisis del movimiento artístico y cultural de Guatemala.

Como parte del curso Síntesis del Diseño III, se buscó a un cliente que estuviera dentro de la temática de "Actividades culturales". Después de un largo análisis y evaluación de opciones, se seleccionó a la asociación cultural esQuisses. Esto debido a que la empresa no tenía una línea de diseño definida para sus publicaciones digitales, creando confusión en sus usuarios: jóvenes adultos con gustos por las actividades culturales del país.



Comprensión y definición del problema o necesidad

- La asociación cultural Esquisses carece de un sistema de comunicación unificado para sus publicaciones en medios digitales (Facebook, Blog, y Website), dificultando de esta manera relacionar a la asociación cultural con sus seguidores.
- Dicha asociación realiza actividades culturales de música, diseño, poesía y arte, busca generar asistencia de parte de sus potenciales y ya actuales seguidores, además de viralizar de manera activa el festival de su quinto aniversario en septiembre de 2017.

Objetivos

- Diseñar una guía de identidad gráfica que identifique a la marca y mantenga una relación con las actividades que realiza Esquisses para una fácil identificación de parte de sus seguidores.
- Desarrollar material publicitario en redes sociales para promover la participación del grupo objetivo.



MARCO DE REFERENCIA



Información del cliente

esQuisses es un sitio web de periodismo fundado en septiembre del 2011 que se dedica a la promoción, difusión y análisis del movimiento artístico y cultural de Guatemala. Ellos mismos se definen como: “Un grupo de periodistas independientes que, si bien han estado involucrados en medios de comunicación, aportado y trabajado bajo varias temáticas, responden a la problemática de la ausencia de un medio adecuado para la difusión, promoción y análisis del movimiento artístico y cultural de Guatemala”.

A través de las redes sociales y las plataformas en la red, ofrecen, además, una plataforma de expresión para “personajes y creativos importantes del arte” y un medio de comunicación que también documenta lugares y tradiciones del país. Actualmente cuentan con un canal de sesiones de bandas guatemaltecas en vivo, que se promociona a través de su canal de YouTube; un programa en Sónica Radio 106.9 FM (transmitido una vez por semana), un blog en línea y una página web muy completa con artículos de opinión, galería de imágenes, podcasts, agenda de actividades culturales, entre otros.



Objetivos de la empresa

Objetivos: Documentar e impulsar el movimiento artístico en Guatemala.

Valores: honestidad, originalidad, pasión, servicio.

Misión: trabajar en pro del arte y la cultura en Guatemala, creando documentos críticos y artísticos para documentar e impulsar la escena local.

Visión: ser un medio referente del periodismo cultural en la región y servir de canal de difusión para los artistas y creativos emergentes de la escena local.

Organización

Cabe destacar que varios miembros desempeñan varias actividades

Directora: Victoria Castañeda (reportera y editora visual)

Subdirector: Alejandro García (reportero y columnista)

Productor de sonido: Max Laynez (productor y reportero)

Jefa de información: Rosario Orellana (reportera y encargada de agenda)

Curadora de galería: Josseline Pinto (curadora y reportera)

Reportero: Oscar Villeda (editor y reportero visual)

Reportera: Claudia Turcios (fotógrafa y camarógrafa)



Personalidad de la institución

Cualidades especiales que definen la personalidad de esQuisses (características humanas, emocionales y asociativas que están conectadas a la marca):

Pasión, entrega, disciplina, servicio, entusiasmo, comunidad, diversidad, polifacética.

Características, generalidades y particularidades del servicio

La asociación en sus medios divide sus publicaciones en diversas categorías:

- Música
- Arte
- Literatura
- Blog de actualidad
- Noticias y actualizaciones
- Radio esQuisses

Generalidades geográficas y culturales del contexto de la institución

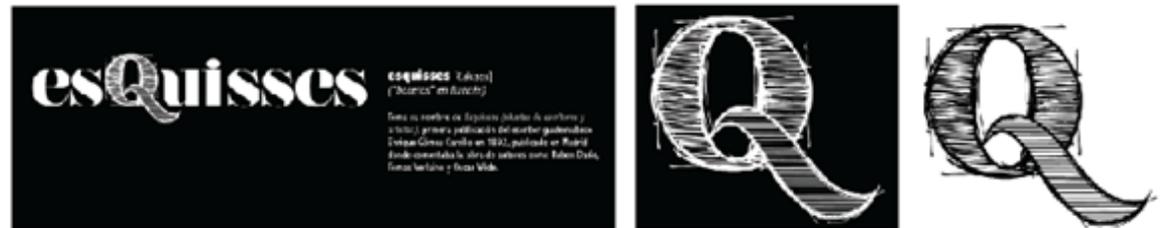
esQuisses no cuenta con oficina o instalaciones. Principalmente ha registrado la actividad cultural de la ciudad de Guatemala, Antigua Guatemala y Quetzaltenango; Jutiapa, Mazatenango y Sololá de una manera superficial.



Análisis de antecedentes gráficos del cliente

Logotipo

El logotipo de la asociación está compuesto de la palabra "esQuisses" en minúscula, utilizando únicamente la "Q" como isotipo en mayúscula. El isotipo está compuesto de varios trazos y líneas, connotando un boceto.



10



El tipo de letra Nouvelle Vague pertenece a la familia Serif y cabe mencionar que se utiliza actualmente en medios de comunicación como revistas y blogs relacionados al periodismo y el arte.

En conjunto sugiere la relación directa a una entidad formal y comprometida, que a su vez es muy artística y creativa. La idea de boceto también puede poseer en su expresión el sentido de algo emergente o una escena principiante.

Creando así un perfecto balance entre formal y periodístico con lo extrovertido y dionisiaco del arte y sus ramas.



Antecedentes comunicativos

Como se observa en la figura 1, en los dos afiches de eventos que la asociación ha lanzado, se puede observar el uso de menos colores y el uso de imágenes, dando más fuerza al blanco y negro. La familia tipográfica es en su mayoría Sans Serif, genera cierto balance con el logotipo. Mientras que el uso de mayúsculas no favorece a la imagen e identidad que se refleja en el logotipo.

El discurso que maneja la marca es de un trato de "Tu" o el de "Vos", el más utilizado entre los jóvenes adultos. Utilizan una mezcla de lenguaje formal y jovial perfecto para hacer conexión con su grupo objetivo de adultos jóvenes.

Las piezas gráficas del segmento radial Café esQuisses (figura 2) evidencian nuevamente el uso de imágenes, esta vez con transparencias y un logotipo que vuelve a ser víctima de la distorsión. A veces presentándolo con sombras, unas más grandes que otras y hasta cambiando el color blanco o negro que ha sido establecido en el logotipo en general.



Figura 1 Fuente: facebook.com/esquisses/photos/11



Figura 2 Fuente: facebook.com/esquisses/photos





Figura 3 Fuente: facebook.com/esquisses/photos

Como se puede apreciar, el logo no posee más colores que negro y blanco, algo que beneficia significativamente a la imagen gráfica si se persigue un balance en cada arte que la asociación expone en sus piezas visuales. Esto no sucede a la hora de analizar los antecedentes comunicativos, los cuales poseen muchas diferencias unos de otros. Careciendo de una línea específica que unifique la imagen visual como parte de un todo. Lo que afecta a la rápida relación de que todo es parte de una misma asociación.

En las piezas de la figura 3 resalta el diseño poligonal, el cual, al estar compuesto de vectores, contrasta con la imagen de "boceto" y formalidad que el logo comunica.

En la figura 4 son imágenes compartidas en la página de Facebook de la asociación, se puede ver como el logo es víctima de cambios que no permiten destacar la fuerza e identidad de la misma. Agregando más trazos y quitando partes de las letras sin marcar un parámetro de cómo debe ser integrado en cada pieza.



Figura 4 Fuente: facebook.com/esquisses/photos

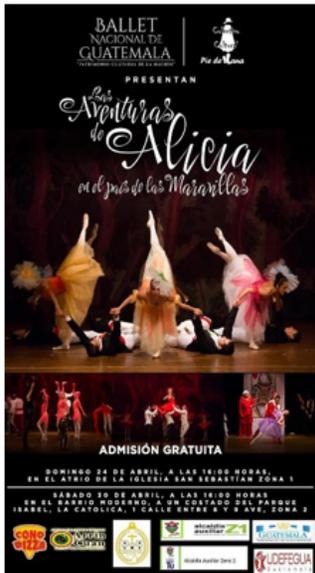


Análisis de casos análogos

Colectivo Cultural Pie de Lana

Pie de Lana es un colectivo cultural que se dedica a la organización de eventos culturales. Dentro de sus actividades figuran actividades musicales, teatrales y de expresión poética.

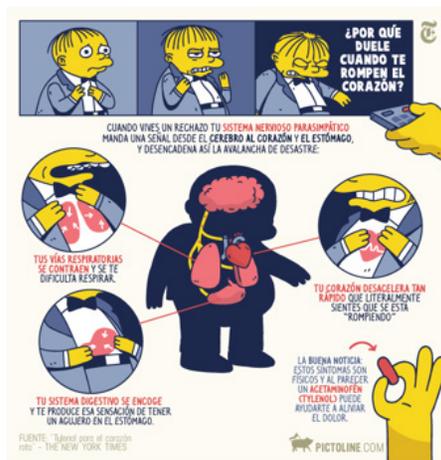
Al igual que esQuisses, el colectivo no cuenta con una imagen establecida para la mayoría de sus publicaciones en línea. Sin embargo, han mantenido una línea para sus famosos Festivales Culturales de octubre, realizados en la Avenida de los árboles, para conmemorar el día de la revolución.



Fuente: facebook.com/piedelanagt/photos

Fuente: facebook.com/piedelanagt/photos





Fuente: facebook.com/pictoline/photos

Pictoline

Pictoline es un portal principalmente enfocado en redes sociales. Su enfoque principal es hacer comics cortos de situaciones de actualidad, eventos y críticas a la sociedad de una manera gráficamente sencilla y fácil de entender.

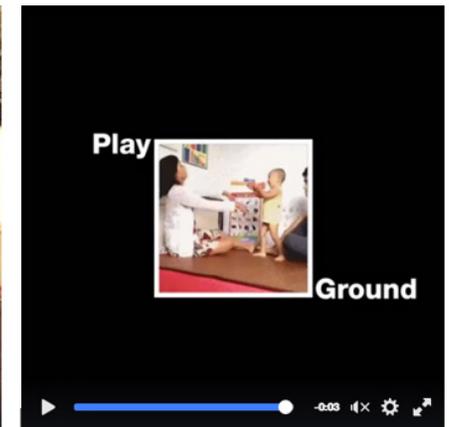
Es una de las páginas que mejor tiene establecida una línea gráfica, debido a colores, uso de layouts y tipografías. Además utilizan elementos complementarios como un *footer* donde siempre se hayan sus fuentes, su logotipo y dirección de Facebook o website. Pictoline es una página que crea contenido muy fácil de relacionar a su marca.



Playground

Playground es un portal que se creó con el fin de hablar de la actualidad musical y todos los fenómenos culturales que se conectan a ella. Sin embargo, se ha convertido en un medio de comunicación que habla de actualidad, tanto para informar como para criticar.

Su enfoque de contenido va dirigido a enlaces de artículos de interés y de vídeos propios, su contenido más popular. Han logrado establecer un estilo visual característico por medio de tipografías, el modo en el que muestran los contenidos textuales y principalmente por la manera en la que terminan sus videos.



Fuente: facebook.com/playground/videos

Áreas de estudio

Cultura

Según Alvarado (2009), la cultura es el conjunto de todas las actividades, ideas, creencias y valores que un grupo humano crea, utiliza y reproduce para conseguir sus propósitos y satisfacer sus necesidades de todo tipo.

Eventos Culturales

Nos explica Cecyte (2010), que los eventos culturales son actividades que estimulan la creación, difusión y reproducción de fenómenos como actos que permiten un conocimiento, y fortalecimiento de la identidad cultural de los individuos y comunidades.

Tipos de actividades

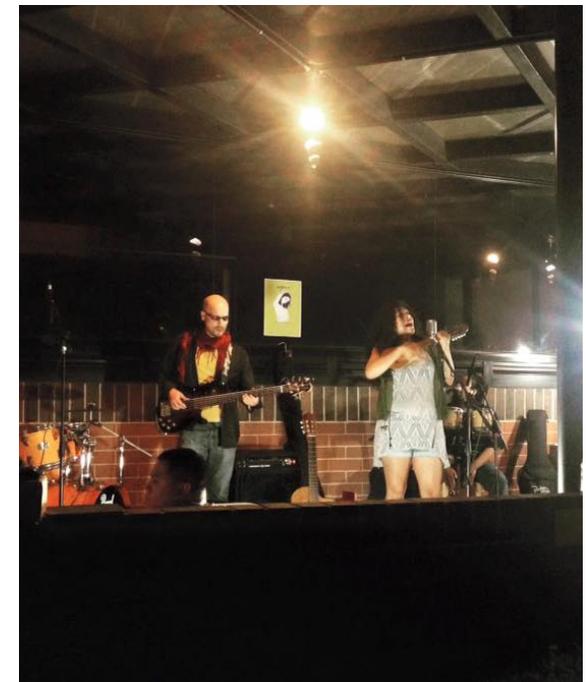
- Conciertos
- Exposiciones
- Ferias
- Festivales
- Congresos

Aspectos a considerar en la realización de eventos culturales

- El autor explica que es importante que los temas a tratar deben tener trascendencia académica, científica, política, económica, social para que los eventos sean exitosos.
- Los objetivos pueden ser generales y específicos, extensivos o limitantes.
- Los ponentes deben tener influencia política, científica, cultural (es decir que sean famosos o que sobresalgan por sus niveles de conocimiento académicos o de especialización).

Sofar Sounds Guatemala Fuente:

[facebook.com/sofarsoundsgt/photos](https://www.facebook.com/sofarsoundsgt/photos)



Festivales

Según Hal (2013), un festival de música es un tipo de festival o evento social que trata de aglutinar una gran cantidad de conciertos de música durante varios días y generalmente del mismo género musical, de este modo los asistentes al festival pueden pasar varios días disfrutando de música en directo.

Empire Music Festival

El Empire Music Festival es un evento organizado por Empire Promotions. Desde hace tres años se creó el evento y con él toda una línea gráfica que abarca la creación del logotipo representativo, hasta un insight poderoso “el planeta de los Kookays” con el cual se le dio toda una personalidad al evento y generó un *engagement* poderoso con el grupo objetivo.

El uso del *social media* fue de alta importancia para el festival, ya que se utilizaron muchas plataformas. Entre las más importantes estaba Facebook, Instagram y en los días previos al evento generaron movimiento en Snapchat.

El uso de Gifs fue vital y altamente utilizado en Facebook, como un medio para mostrar información relevante y textos estáticos con elementos que le daban más vida a las publicaciones.



Fuente: facebook.com/empiremusicfest/photos



MARCO TEÓRICO

Identidad visual corporativa

Según el portal de diseño e02 (2014), es la representación visual de una organización, incluyendo su logo (marca), diseño, tipografía y colores. Y refleja la filosofía y valores de la organización.

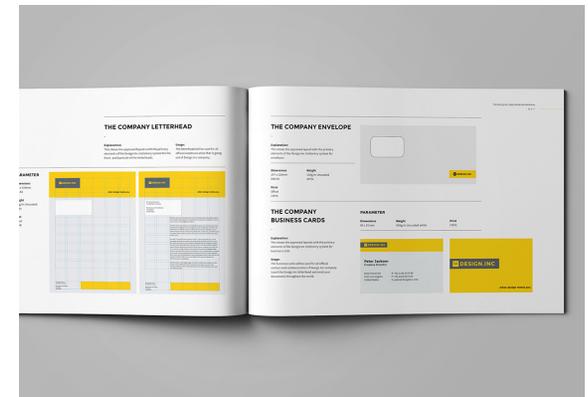
La identidad visual es muy importante, pues los seres humanos utilizan para identificación y reconocimiento fundamentalmente el sentido de la vista. Proporciona a la organización una forma de identificación. Una identidad visual homogénea y clara, identificable y perdurable en el tiempo se traduce en buena reputación para la organización (transmite confianza).

Las directrices que utiliza una identidad visual se recopilan normalmente en un documento llamado **Manual de identidad corporativa**, especificando colores y tipografías concretos, así como las indicaciones de uso de la marca (cómo se puede usar y cómo no se debe usar).

El manual de identidad visual corporativa también puede incluir aplicaciones de la marca, por ejemplo para papelería corporativa (tarjetas de visita, sobres, membretes, facturas), para elementos de publicidad, para vestimenta y uniformes de los empleados, para los vehículos de la empresa, etc.



18



Ejemplo de Manual de identidad visual

Fuente: behance.com/branding/0089.jpg

Imagen en redes sociales

Según Rouse (2015), Las redes sociales son medios de comunicación en línea dedicada a la comunicación, la interacción, compartir contenidos y colaboración.

Facebook

Kabani (2012) explica que Facebook es una plataforma efectiva, ya que es contagioso y viral. Facebook tiene 950 millones de usuarios activos, más de la mitad de ellos se conectan una vez al día.

La publicidad en Facebook permite llegar al mercado objetivo basándose en grupos demográficos e intereses.

Guías de diseño Social Media

Según Cohen (2012), las guías de estilo son parte esencial en la creación de contenido efectivo. Ayudan a asegurar la coherencia de tono, voz, marca, ortografía y la gramática, dando credibilidad al contenido de la marca.

Es fundamental contar con una guía de estilo para dar forma a los medios sociales de comunicación. El estilo de los medios sociales guías deben estar alineados entre sí y con los objetivos de la organización.

Una vez se tiene una idea de la marca y cómo se puede comunicar a través de canales sociales, se tienen que desarrollar directrices más precisas sobre cómo hacerlo. El tono de voz puede ser difícil de definir para los medios sociales, pero es importante que sean coherentes con el fin de generar confianza y establecer relaciones.

Cohen explica que básicamente se deben seguir los siguientes consejos para comunicarse en redes sociales:

- Ser amistoso, accesible y receptivo
- Utilizar un lenguaje inclusivo (términos como nosotros, ustedes, tú).
- Hablar como una persona y no como una máquina.
- Ser honesto.
- Ser expresivo cuando sea apropiado.
- Encontrar oportunidades para construir *engagement* en tus posts.

Publicaciones en redes sociales

Casas (2015), explica que la creación de publicaciones para redes sociales exitosas se da con base en una fórmula y es que redes sociales como Facebook e Instagram utilizan un algoritmo para establecer qué publicaciones ven primero las personas y qué puede ser interesante para ellos. Por eso la autora explica varios conceptos, entre ellos:

- El 96% de los fans no vuelven a visitar la página de una marca luego de la interacción inicial (si es que alguna vez la hubo).
- Solo 16% de los fans de la página tiene la posibilidad de ver tu post.

Para maximizar este porcentaje, Casas comparte seis consejos que ayudan a favorecer el peso e impacto de una publicación en redes sociales:



Posts visuales

Los álbumes de fotos obtienen 180% más de *engagement*. Estos generan mayor cantidad de clicks, ya que las personas por lo general quieren ver todo el álbum. Las fotos y vídeos obtienen un 120% y 100% más que las publicaciones solo textuales.

Publicaciones concisas

Las publicaciones de entre 100 y 250 caracteres consiguen un promedio de 60% más de interacción: "Me gusta", comentarios y veces que se comparten. Enfocarse en calidad de contenido, no en cantidad.

Buscar la interacción de los fans o seguidores

Es importante hacer preguntas simples o pedir completar una frase, de esa manera se genera más interacción en las publicaciones (90% de más interacción).

Generar interés e identificación

Es lógico postear sobre tus productos o marca, pero es necesario consentir tus clientes con información que sea de utilidad, que le llame la atención y que aporte algo valioso a su día a día. También, lo que digas o compartas, tiene que generar identificación.

Compartir enlaces "fáciles de confiar"

Un estudio realizado por la gente de BuddyMedia (2012), indica que: "la gente confía más en un link que le dice, dónde va a ser redireccionado, y no, uno que al ser acertado, pierda esos datos."

Esto implica que este tipo de links, también disminuyen las posibilidades de llevar más tráfico a un blog o website.

Postear en el momento indicado

BuddyMedia (2012) comprueba que la intuición y sentido común sí dan resultados a la hora de decidir a qué hora postear. De todas maneras, se debe experimentar, analizar los insights de Facebook, y con base en ello, continuar con la tendencia que sus fans le proponen.

"Marcas que publican sus posts fuera del "business hour" obtienen 20% más de participación.



Publicidad

Según Stanton, Walker y Etzel (2004), publicidad es una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet.

Publicidad Digital

Según Nerdtects (2015), las campañas digitales son el uso de medios publicitarios no convencionales, tales como las redes sociales (facebook, twitter, etc), publicidad digital, mail marketing, SEM, SEO, Apps y muchas otras herramientas que tienen el objetivo de enfocar su publicidad hacia su mercado objetivo, es decir, colocar la información adecuada sobre sus productos o servicios, en el momento oportuno frente a las personas correctas, utilizando la cantidad de recursos apropiada.

Gracias a las campañas digitales la segmentación de mercado es más precisa, por lo que mejorará la efectividad de la publicidad, permitiendo una utilización más eficiente de los recursos financieros. Al enfocarse principalmente en colocar la información correcta en el momento oportuno frente a la persona que la está buscando, se incrementa exponencialmente las oportunidades de ventas, las cuales, con un buen seguimiento, podrían convertirse en ventas.

Ejemplo de Publicidad online en diversas dimensiones.

Fuente: contrerasdesign.com



Social Media para eventos

Vasca (2016), comenta en el blog Eventbrite, que los organizadores de eventos suelen apoyarse en las redes sociales, tanto para la difusión como para informar novedades e incentivar la compra de entradas y, obviamente, estos canales se renuevan ofreciendo nuevas oportunidades y facilidades.

Periscope

Twitter lanzó en 2014 una app llamada Periscope para poder transmitir en vivo. Con esta herramienta de streaming los usuarios podrán hacer transmisiones en directo para sus seguidores a través de sus teléfonos o dispositivos móviles.

Un dato interesante es que Periscope permite guardar los videos realizados y subirlos a YouTube. Además, se pueden hacer transmisiones solo a algunos usuarios (privadas) y si recibe corazones, no se sorprenda, es que los usuarios están divirtiéndose con su transmisión y quieren hacérselo saber.

Live videos

Se pueden usar los videos de Facebook para anunciar a los oradores de un evento, mostrar en poco tiempo de qué trata el evento y lo que se quiera destacar en su sección de noticias.

GIFs

Se debe aprovechar que tanto en Facebook como en Twitter se pueden utilizar GIFs, esas imágenes con movimiento que no suelen pasar desapercibidas para los usuarios.

Lo ideal es crearlas sobre su propio evento: Gente bailando en su recital, riendo en su obra de teatro, tomando nota en su curso, en fin, las posibilidades son infinitas.

Publicidad en Instagram

Si se tiene una página de Facebook se pueden crear anuncios publicitarios en Instagram. Las recomendaciones sugeridas son usar un formato cuadrado (1080×1080), solo agregar 20% de texto en la imagen, crear diferentes anuncios para una misma campaña y agregar CTAs (botones de acción) para incentivar el click y obtener mejores resultados.

Con estos anuncios se puede captar participantes para sus eventos, se pueden utilizar imágenes que sean bien llamativas acordes al contenido de su evento.

Snapchat

Poco a poco va tomando fuerza esta app que permite enviar fotos y videos (con textos) a diversas listas de contactos. Lo llamativo y fuera de lo común es que una vez que el destinatario los ve, estos contenidos desaparecen automáticamente (entre 1 y 10 segundos).

Ideal para ofrecer descuentos para eventos, hacer anuncios y enviar contenidos exclusivos (fotos, vídeos).



Animaciones

Según el portal EcuRed (s/f), en el proceso de animación tradicional, primero se dibuja un storyboard (una historia ilustrada que detalla el argumento, escena por escena), se elabora la pista de sonido y un animador especializado crea los fotogramas clave de la animación.

Más tarde, otros animadores dibujarán los fotogramas entre una posición clave y otra, agregarán color y por último, se filmarán todos los fotogramas. Las computadoras pueden utilizarse como auxiliar o sustituto de cada fase de este proceso de animación.

Tipos de animación

- Basada en cuadros
- De sprite
- Flip book
- Por acetatos
- Animación 3D
- Macromedia Flash



Fuente: wordpress.com/animador/09/234.jpg

Brazaletes de seguridad

Según la compañía Entre Ideas (s/f) los brazaletes de seguridad permiten una identificación individual, rápida, sencilla y eficaz, que muestra el control de las multitudes y evita el ingreso sin pagar de los mismos, además de la pérdida de los beneficios previstos. Muchos acontecimientos grandes confían en la diferencia de colores en los brazaletes de seguridad para distinguir entre el cliente, el VIP, el ejecutante, el personal de trabajo (producción o logística) y la seguridad. El color de brazalete permite que se identifique rápidamente a quienes se deban permitir en áreas específicas y los que no deban, aumentando la seguridad de todos implicados.



Fuente: pulserasvip.com/photos/23/1



Activaciones y Campañas BTL en redes sociales

Paredro (2015), explica que la promoción BTL ha funcionado como una herramienta de mercadotecnia que facilita el diálogo entre consumidor y producto. Permite segmentar el mercado, dirigiéndose a los consumidores de una manera creativa y efectiva con una inversión relativamente baja.

La herramienta de BTL puede presentar un cambio positivo gracias a las redes sociales. Según un estudio realizado por IAB y Millward Brown, de los 250,000 usuarios de Facebook encuestados, 69% dijo haber participado en promociones en la red. Esto confirma que las empresas en las redes sociales pueden fidelizar la participación de sus clientes de manera más eficaz.

Beneficios de las Campañas BTL en Redes Sociales:

- Crear un punto de encuentro con los consumidores.
- Aumentar la imagen de la marca.

¿Qué se debe tomar en cuenta?:

- Creatividad.
- Promover contenido de interés.
- Utilizar influencers o líderes.
- Promover un diálogo con el cliente.
- Saber lo que el público dice sobre la marca.



Ejemplo de campañas exitosas:

VivaAeroBus:

Esta aerolínea mexicana de bajo costo, creó una promoción que se difundió en redes sociales (específicamente en Twitter y Facebook) para invitar a los participantes a llegar en bikini o traje de baño para recrear un ambiente de playa en pleno Zócalo, el centro de la Ciudad de México, y así ganar boletos de cortesía a Puerto Vallarta y Mazatlán.

El objetivo de estas activaciones fue promover las nuevas rutas desde y hacia la ciudad de México de VivaAeroBus.

El éxito de la campaña demuestra cómo las redes sociales pueden dar una respuesta positiva por parte de los clientes.

E-Books Empire Music Festival 2017:

Los promotores del festival de música más grande de Guatemala, realizaron activaciones en donde regalaban distintos premios en varios puntos de la ciudad capital. Los participantes ganaron pases de cortesía, música, calendarios 2017, tours en la cervecería (patrocinador oficial del evento), gorras, camisolas, entre otros.

El éxito de esta campaña muestra cómo las redes sociales sirven como herramienta para atraer masas que le den viralidad y expectativa a un evento de música.



Tipografía

Según Bliz, Klaten & Mischler, (2008) "La tipografía no es nada más que el arte de descubrir las preferencias visuales y ofrecer la información de manera tan tentadora que el lector no pueda evitar su lectura". Por lo tanto, la función principal de la tipografía creativa debe de captar la atención del lector.

Este elemento desempeña un papel fundamental para la comunicación. Es importante que al igual que otros elementos del diseño, se ligue a la identidad visual del cliente.

Generalmente las marcas utilizan una específica para ofrecer la imagen coherente en el mercado.

Una tipografía creativa no significa inventar una nueva, sino que trata de modificar la forma externa y su esquema básico, presentando una apariencia uniforme en términos formales, trazos lineales iguales, grosor de trazos idénticos, etc.

Tomar en cuenta:

- Que todo el contenido sea siempre legible.
- Evaluar la aplicación de tipografía para texto o display.
- Que no sean de palo para textos largos.

Color

Es una forma de comunicar, es capaz de crear respuestas emocionales en el grupo objetivo, pero no se debe abusar de él porque fácilmente se puede recargar un anuncio, publicación, página web con este recurso.

Visualmente el funcionamiento del color es el mismo en todas sus aplicaciones. En el ámbito tecnológico estos se diferencian por código: CMYK, RGB, PANTONE o HEXADECIMAL (para el internet).

Tomar en cuenta:

- Aplicar los colores que sean cromáticamente equilibrados.
- Saber primero qué respuesta emocional se quiere provocar.
- No utilizar demasiados colores.

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana.

- El color amarillo inspira: luz, alegría, calor, vida, amistad, energía, estímulo, sorpresa, precaución.



- El color rojo inspira: excitación, energía, sexualidad, pasión, calor, dinamismo, estímulo, provocación, dramatismo, poder, coraje, magnetismo, asertividad, impulsividad, aventura, demanda, inspiración, espontaneidad.
- El color rosa inspira: excitación, teatralidad, alegría, calor, atracción, sexualidad, salvaje, tropical, festividad, vibrante, estímulo, flirteo.
- El color violeta inspira: sensualidad, creatividad, expresividad, dramatismo, ingenio, emoción.
- El color verde brillante inspira: frescura, vida, renovación, fuerza, exuberancia.
- El color azul inspira: calma, constancia, descanso, serenidad, confianza, libertad, infinidad.

Iconografía

La palabra proviene del vocablo griego “iconos” (imagen) y “graphien” (escribir). En otras palabras, la iconografía podría definirse como la disciplina cuyo objeto de estudio es la descripción de las imágenes, o como algunos señalan, la escritura de imágenes.

Nivel iconográfico

Consiste en sintetizar visualmente los contenidos temáticos afines a las figuras o a los objetos figurados en el diseño. Para facilitar una conexión más directa con el receptor, corresponde a un grado lógico de denotación y asociación cultural-colectiva.

COMPRENSIÓN

GRUPO OBJETIVO

Análisis del Grupo Objetivo

Para analizar al grupo objetivo se utilizaron técnicas de observaciones obtenidas del libro "Salsas Etnodigráficas" como la de Observación del entorno y Netnografía.

Observación del Entorno Natural

Es una observación que se realiza en el ámbito natural en donde se encuentran las personas. Se consideró idónea porque de esta manera se podía saber con exactitud el perfil de personas que asisten a las actividades de la organización.

Ventajas de esta técnica:

- Observar y analizar información del grupo objetivo en actividades reales que la marca organiza.
- Presencia necesaria para estudiar a cada perfil que asiste naturalmente a las actividades, sin saber que estarán siendo observados.

Actividad:

Concierto Elephant Caravan

esQuisses y la banda de música De La Rut han organizado la gira Elephant Caravan. Con ocho fechas en ocho lugares distintos del interior y la ciudad de Guatemala. Participan más de 10 proyectos musicales tuvieron lugar en los siguientes destinos:

Elephant Caravan en Xela

Fecha y lugar: 10 de septiembre de 2016. La Chatía Artesana: 7 calle 15-18 Zona 1, Quetzaltenango
Bandas: De La Rut, Diente de Lion

Diseñadores Invitados: Sandie López, Daniela, Kenry Gómez, César Ixcot, Pablo Méndez Garzona.

Elephant Caravan en Pasaje Tatuana

Fecha y lugar: 17 de septiembre de 2016. Pasaje Tatuana: 6ta Ave 3-24 Zona 1, Guatemala
Bandas: De La Rut, Casa de Kello, Gabriel Fuentes

Diseñadores Invitados: G1ft3d, Samael Sol, Oruga Vam, Petunia

Elephant Caravan en Antigua Guatemala

Fecha: 1 de Octubre de 2016. El Ático Bar: 5ta Ave Norte 29, Antigua Guatemala

Bandas: De La Rut, Franc Castillejos, This City Lights

Diseñadores Invitados: León de Rayas, Lotus, Oruga Vam, zapatoverde, Súa Agapé, gab.



Elephant Caravan en Chamba Co-Working

Fecha y lugar: 15 de Octubre de 2016. Chamba CowWorking: Vía 5 1-29 Zona 4, Guatemala
Bandas: De La Rut, Raysa Morales, Filoxera
Diseñadores Invitados: G1ft3d, Petunia, Oruga Vam, Bryndon Díaz, Vueltegado
Editores

Elephant Caravan en San Marcos

Fecha y lugar: 12 de Noviembre de 2016. La Esfera: 5ta Calle 5-40 Zona 1, San Pedro Sacatepéquez, San Marcos
Bandas: De La Rut, José Gonzáles, Iván Gonzáles

Elephant Caravan en Zona 14

Fecha y lugar: 19 de Noviembre de 2016. Café Prana: 5ta Ave 10-42 Zona 14, Guatemala
Bandas: De La Rut, Sofi Miranda, Phantom Center, Aire Gurú
Diseñadores Invitados: Sheyda Sabetian, G1ft3d, Luisa Rodríguez, Óscar Donado, zapatoverde

Cierre Elephant Caravan

Fecha y lugar: 3 de Diciembre de 2016. Alianza Francesa: 5ta Calle 10-55 Zona 13, Guatemala
Bandas: De La Rut, ROTZ, SK2, Kontra

Todos los eventos tenían un costo de Q20 e iniciaron a las 8 pm.

El primer concierto e inicio de la gira se llevó a cabo el sábado 3 de septiembre a las 6 pm en el “Mercadito de Lola” (3ra Calle “A” 23-89, Zona 15) y tuvo un costo de Q20.

Participaron los proyectos musicales: Johnatan Carrion, Kumara, De La Rut.

También contó con la participación de artistas y diseñadores Invitados quienes tuvieron a la venta mercadería y accesorios como: calcomanías, playeras, posters, entre otros. Los exponentes fueron: Petunia, León de Rayas, Súa Agapé.

Se utilizó un instrumento como guía de observación (ver anexo 1), el cual proporcionó información relevante de los asistentes como la edad, la relación de género que asistió al evento. Las características de vestimenta, cuál es su comportamiento durante la actividad, y los gustos musicales que tenían.

Netnografía de avatares e imágenes

El documento “Salsas Etnográficas”, explica es una etnografía en las redes que toma los posts de las comunidades virtuales y redes sociales para obtener información que interesa con mayor velocidad.

Ventajas de esta técnica

- Recopilación de posts de usuarios que den a conocer la forma de ser de estas personas, sus opiniones y comentarios a través de su participación en la red.
- Registrar el flujo de presencia en las redes sociales de usuarios que se acerquen al grupo objetivo.
- Encontrar lo que esperan y piensan al respecto de una actividad similar a la del proyecto.

Fase 1

Análisis de interacciones en las publicaciones más recientes de su página.

Se observaron diversas publicaciones en la página oficial de esQuisses. Entre ellas se encontraban las más recientes (para ver el público del día a día de la marca), como también de las publicaciones más populares (para medir lo que causa más impacto dentro de la audiencia). Ver los resultados en el anexo 2.

Fase 2

Estudio de la audiencia de la página

Se obtuvo acceso a la administración de la página oficial de esQuisses con el fin de observar los insights detallados de la audiencia general de la organización. Ver los resultados en el anexo 3.

Observaciones

El grupo objetivo principal observado en las redes sociales son jóvenes adultos. Por sus intereses de Facebook, se puede ver que son personas con gustos musicales o artísticos. Muchos de ellos siguen páginas culturales y de artistas nacionales. Esto denota que el grupo objetivo apoya mucho el talento nacional, y que asisten a actividades donde pueden demostrar este apoyo.



Análisis adicional

Para obtener un resultado más completo, se tomó de referencia el documento de la empresa Multivex Sigma Dos Guatemala del año 2012, donde definen los niveles socioeconómicos en las áreas urbanas y metropolitanas en Guatemala. Este documento se comparó y complementó con la información obtenida por las pruebas realizadas previamente.

Ver documento en anexo 3.

Definición Grupo Objetivo

Perfil Geográfico

Las estadísticas del estudio indican que habitan en la zona metropolitana y áreas urbanas del departamento de Guatemala. Muchos también viven en otras ciudades de índole cultural como Antigua Guatemala y Quetzaltenango. Estas ciudades son conocidas por realizar eventos culturales y ser centro de actividades musicales en Guatemala. Habitan en casas modestas, no de lujo. Se ubican principalmente en áreas residenciales o colonias.

Perfil Demográfico

Según lo definido por la observación y la netnografía, el perfil demográfico es hombres (55%) y mujeres (45%) de 25 a 35 años de edad, nivel socioeconómico medio y medio alto. Personas asalariadas cuyos estudios superan el nivel secundario, muchos graduados de nivel universitario.

Perfil Psicográfico

Según lo observado en las actividades de esQuisses, las personas gustan de actividades culturales. Suelen visitar la zona 1, zona 4 y zona 10 con cierta frecuencia en busca de enriquecer su deseo de conocer nuevos conjuntos musicales y tendencias artísticas. Están enterados de los movimientos culturales de actualidad y muestran interés en problemáticas sociales y ecológicas.



Análisis Generación Y

Después de realizar un análisis del grupo objetivo, se llegó a la conclusión que el público que sigue la marca es principalmente de la Generación Y.

Por esta razón, se quiso indagar más en los gustos y tendencias que caracterizan a esta generación.

Según Maram (2010), la "Generación Y" es un término para definir el perfil demográfico de personas que nacieron entre 1982 y 1992. Son personas ya establecidas en un trabajo o terminando sus estudios universitarios.

Es un segmento que prácticamente ha dejado de creer en los medios de comunicación masivo. Ahora confían en los medios "peer to peer". Es decir, canales como redes sociales, blogs, y chats. Además, son personas que muestran mucho interés en temáticas de problemática social y ambiental. Es una generación muy consciente de su ambiente gracias a la conectividad con la que cuentan.

¿Cómo enganchar a esta generación?

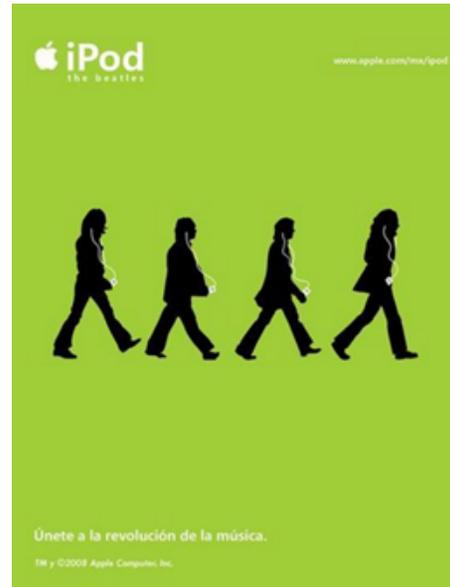
Para Maram (2010), es esencial una combinación de medios. La publicidad tradicional es obsoleta para ellos. Se debe pensar en una estrategia que mezcle tácticas online y offline. Una característica importante es que con ellos no funcionará el "push", es una generación absolutamente "pull". En otras palabras, ellos buscarán lo que les guste o necesiten, no se interesarán por un marketing unidireccional.

Finalmente, es indispensable tener una presencia en las redes sociales. Se necesita presentar interactividad y entretenimiento. Entre las marcas que han logrado dar este salto y lo han sabido manejar de una manera excepcional se encuentran: Apple, Google, Nike, Disney, Facebook, Burger King y más recientemente Old Spice.



Mix de medios

Campaña Apple Ipod (2004)



Nike Together (2016)



Old Spice: Smell like a man (2014)

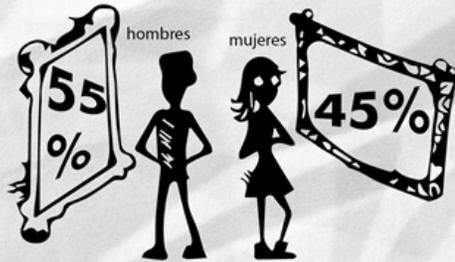


Infografía Grupo Objetivo

GRUPO OBJETIVO esQuisses Guatemala

Antonio Polanco

Francisco Rodríguez



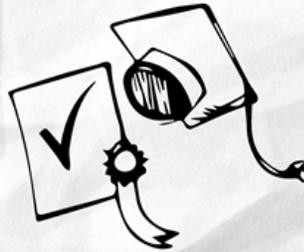
El grupo objetivo está bastante balanceado en cuestiones de género.



La mayoría estudia o tiene estudios universitarios.



El público es adulto, concentrándose en el rango de 25 a 34 años.

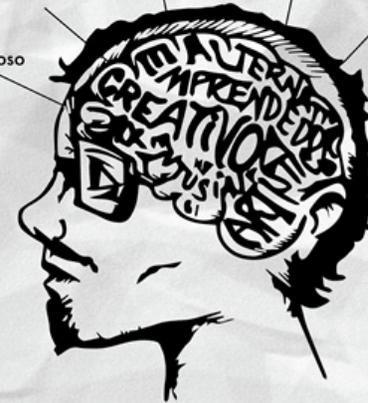
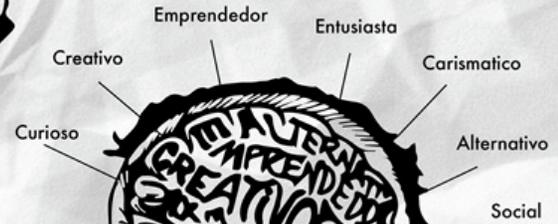


Tienen un gusto peculiar por el Diseño Gráfico y el arte en general.



Gran interés por la música nacional y música independiente, actividades culturales, fotografía, entre otros.

Características de personalidad



La mayoría están localizados en la Ciudad de Guatemala, seguido por Quetzaltenango y Antigua Guatemala.



*Información tomada de la técnica de observación y netnografía.



GESTIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO

Contenido del material gráfico

El trabajo se dividirá en dos fases, la primera se basa en crear una línea gráfica para unificar todas las publicaciones para redes sociales.

La segunda, se basa en hacer el material para promocionar el festival de quinto aniversario a celebrarse en septiembre 2017.

Estructura contenido material gráfico

Piezas	Contenido a desarrollar
Línea gráfica para publicaciones en redes sociales	Manual para publicaciones digitales: <ul style="list-style-type: none">• Tipografías• Iconografía• Paleta de colores• Diseño de layout
Campaña publicitaria festival 5to aniversario esQuisses	<ul style="list-style-type: none">• Logotipo del festival• Ilustraciones y/o fotografías• Tipografías• Paleta de colores• Formatos• Animación promocional• Activación BTL (material promocional)• Brazaletes



Diseño del concepto

Como parte del desarrollo del proyecto, se realizaron procesos de conceptualización con el fin de generar un concepto basado en temáticas relacionadas con cultura, música, arte, festival cultural y la asociación esQuisses.

Por la naturaleza del proyecto, se necesitaba generar dos frases conceptuales. Una para la creación de la línea gráfica y uno complementario que expresara gráficamente lo que será el festival de 5to aniversario esQuisses

Al establecer las temáticas se desarrollaron varias técnicas de conceptualización, entre ellas:

- Lluvia de ideas
- Mapa mental
- Da Vinci

Se dio inicio al proceso con el objetivo de darle auge a la cultura y artistas guatemaltecos, cómo se quieren dar a conocer, qué buscan, qué motiva a los artistas y qué emociones quieren provocar en su audiencia.

De cada proceso creativo se seleccionó una frase conceptual inicial, de las cuales se seleccionó una preliminar. Esta frase fue mostrada a un grupo de diseñadores, solicitando su punto de vista al respecto de varios factores:

- A qué hace referencia
- Grupo objetivo
- Si es graficable y elementos visuales que inspira la frase
- Figura retórica utilizada

Posteriormente, se analizaron las respuestas de cada colaborador para lograr enfocar de mejor manera el concepto y de esta manera alcanzar el producto final.



Lluvia de ideas

Según Giesecke (2006) lluvia de ideas, es la técnica donde varias personas se dedican a generar ideas. Momento donde se estimula, instruye y motiva a los diseñadores, para considerar sus opciones desde una óptica diferente con base en lo expuesto por otros participantes.

El autor enfatiza que se debe de colocar todas las ideas que vengan a la mente, aunque parezcan absurdas y después analizar cómo se pueden unir para crear frases que sean objetivas y graficables.

boceto	herencia	Unión	pasión
arte	trazo	quinto	originalidad
cultura	idea	vibras	trazado
creación	concepción	positivismo	diversidad
creatividad	hijo	humanidad	temáticas
dios	escultura	estilo	Guatemala
estilo	edificación	celebración	amistad
propiedad	erguir	universo	juventud
iluminación	inspiración	expresiones	jovial
flow	colores	magia	extraordinarios
carisma	alma	alucinación	emprendimiento
ego	fiesta	locura	cambio
orgullo	vida	bocetar	motivación
nación	alegría	diseño	acción

Posibles frases concepto principal

- Trazos de iluminación cultural
- La concepción de una idea artística
- Esculpiendo la herencia nacional

Frases complementarias

- Uniendo la alegría creativa
- Fiesta de almas coloridas



Mapa Mental

Mapa Mental según Rodríguez (2004) al realizarse permite la visualización de la exploración de un problema de manera rápida. Este se va enriqueciendo con el uso de dibujos rápidos que ilustren los diversos aspectos que se van expandiendo.

A continuación, se presenta el proceso creado para definir las posibles opciones de frases conceptuales:

- Trazos que originan la pasión
- Bocetando la cultura
- El big bang de la cultura artística
- Trazos de creación astral
- Creando una cultura inmersa
- En la búsqueda de la inspiración
- Reunión de almas creativas
- Uniendo el estilo comunal
- El origen de las ideas ancestrales
- En la locura yace la creatividad
- Dibujos de inmensa pasión
- Expresiones de bravo impacto
- Juntando a las almas impresionantes



NECESIDAD

- * imagen visual.
- * evento de aniversario.



OBJETIVOS

- * manual de identidad visual
- * publicidad y promoción del evento



VISUAL

MAPA MENTAL

MARCO DE REFERENCIA



ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN

esquisses = bocetaje
 todo comienza con un boceto.

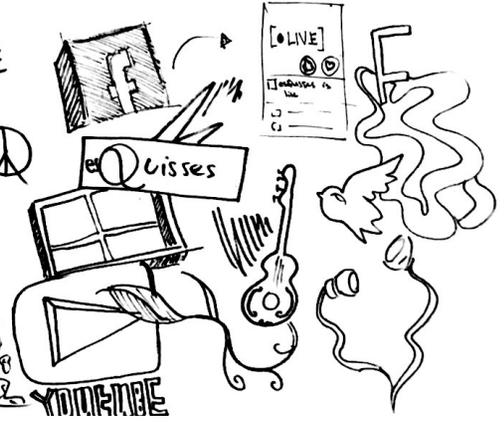
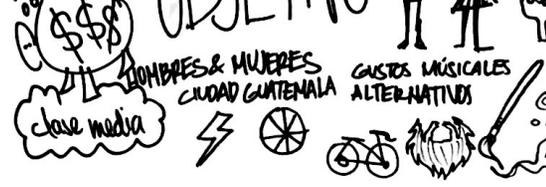


esQuisses

CONTENIDO TEÓRICO



GRUPO OBJETIVO



Da Vinci

La técnica de Da Vinci como proceso de conceptualización busca a través de temáticas específicas que se establecen como punto de partida, realizar según determinado tiempo lo que se imaginan.

Luego con las diferentes ilustraciones se realiza una lluvia de ideas basada en las temáticas generando ideas conceptuales.

Se planteó observar el video de Take On Me del grupo Aha debido a que en el video se muestra mucho la mezcla de realidad y animación. Una tendencia que se cree puede tener bastante impacto en la imagen gráfica de la campaña para el quinto aniversario y además como un insight para la marca como tal.



Take on Me - Aha

Frases conceptuales:

- Dibujando la realidad
- Desde un dibujo surge la verdad
- Todo inicia con un boceto
- La ficción no siempre es mentira
- Un momento de inspiración real
- Alucinando por medio del papel
- Una ventana a tus sueños
- Un lapiz, el mensajero de tu cerebro
- Trazos de iluminación ancestral
- Bocetos de la cultura real
- El inicio de las ideas está en tus manos
- Alucinando por medio de las creaciones
- Trazando el inicio del fin
- Fiesta de inmensa creación
- Celebrando la vida creativa
- El reflejo de tu alma
- El dilema de la realidad
- En el poder de las creaciones
- Diseñando tu vida



Posibles Frases conceptuales

Durante los procesos de conceptualización se eligieron un total de cuatro posibles frases que permitirán representar el proyecto desde las temáticas principales del proyecto (cultura, festival artístico, aniversario).

- Todo inicia con un boceto
- Trazos que originan la pasión
- Trazos de iluminación cultural
- Bocetando la cultura

El concepto elegido para validación fue “Trazos que originan la pasión” debido a que encerraba la idea de un boceto artístico. Esta idea parecía ideal para el proyecto ya que la institución encierra el concepto de un boceto desde su nombre.

Validación del concepto

Con el fin de conocer la funcionalidad del concepto, se realizó un ejercicio con un grupo de diseñadores en el cual se evaluaron varias cualidades del concepto. Entre ellas se analizó lo siguiente:

- Temática
- Grupo objetivo al que va dirigido el concepto
- Si es graficable y con qué formas
- Áreas de diseño que involucra el proyecto
- Figura retórica a la que hace alusión el concepto

Resultados

Finalizada la actividad, se obtuvieron los siguientes resultados:

Temática:

La mayoría logró relacionar el concepto con un movimiento cultural y artístico. En cuanto a temática sí estaba bien direccionado. Sin embargo, surgió la observación que, si bien el concepto habla de cultura, no hacía referencia al festival que se realizará para la institución.

Grupo Objetivo:

El grupo de observación delimitó el grupo objetivo en un promedio de edad de 20 a 30 años. En cuanto al nivel socioeconómico se definió un nivel medio y medio alto. Si bien el concepto se pudo relacionar a una parte del grupo objetivo (de 25 a 34 años de edad), no era completamente exacto, lanzándose a un público ligeramente más joven según el concepto.



Graficable:

En general, la mayoría del grupo de observación hace ver como formas gráficas para el proyecto elementos como pinceladas, tinta, plecas y texturas. Surge una problemática en la paleta de colores recomendada, ya que muchos hablan de colores cálidos y vivos para el proyecto. Esto ocurrió debido a la utilización de la palabra “Pasión” en el concepto.

Figura Retórica:

La mayoría de los entrevistados coincidieron en que la figura retórica de la frase conceptual era la Metáfora. Que como expresa el sitio “Retóricas”. “La Metáfora es una figura retórica que consiste en identificar un término real con otro imaginario existiendo entre ambos una relación de semejanza”.

Ya que claramente el concepto habla de una manera indirecta sobre los bocetos artísticos, que era justamente la idea del proyecto.

Además, como un punto adicional hubo una ronda de observaciones puntuales en las cuales surgieron las siguientes situaciones:

- El concepto no hace referencia al festival.
- El concepto se va más por el arte y no la cultura en general.
- Parece más juvenil de lo que se desea.
- Habla de colores muy cálidos, cuando sería ideal la utilización de una paleta más fría.



Proceso de mejora

Una vez obtenidas las observaciones se continuó a analizar las partes del concepto que aportaban valor a la idea así como todo lo que dificultaba o entorpecía la finalidad del proyecto.

Concepto Final

Tomando estas observaciones en cuenta se modificó el concepto para alcanzar una frase que fuera tanto graficable como identificadora del proyecto. La frase que se obtuvo fue:

“Trazos que originan la cultura”

Desglose

Denotativo

Trazos: tinta, pintura, rayas, dibujo, garabatos, formas, curvas, rectas, conjunto de líneas.

Origen: principio, inicio, comienzo, concepción.

Cultura: arte, música, expresión, ideas, conceptos, escultura, expresión.

Connotativo

Trazos: libertad, espíritu artístico, sugerencias, movimiento, boceto, bosquejo.

Origen: universo, big bang, génesis, la creación.

Cultura: herencia humana, identidad, artistas emergentes, la huella de una nación, trascendencia, ideas sociales, símbolos de una sociedad, civilización.

Fundamentación

El concepto final surge de la idea de representar a la marca esQuisses como una entidad que apoya al surgimiento de nuevos proyectos culturales. Partiendo desde el origen etimológico de la palabra “esquisses” que significa bocetos, se puede visualizar el término como un trazo inicial del cual se van a originar ideas concretas. El concepto encuentra su finalidad gráfica cuando se concreta la acción “...que originan la cultura”, dando a entender que se quiere representar el origen de los nuevos proyectos emergentes artísticos, musicales y literarios.



Concepto Complementario

Debido a la naturaleza del proyecto, era necesaria la implementación de un concepto complementario para trabajar la fase de la creación de la publicidad del Festival de Quinto aniversario de esQuisses.

Para alcanzar el mismo se trabajó con la técnica de Opuestos. Esta técnica básicamente consiste en plantear ideas que tengan relación con el proyecto y obtener de cada uno su opuesto literal o ideal.

Opuestos:

celebración	-	despreciar	vida	-	muerte
música	-	silencio	energía	-	pereza
fiesta	-	trabajo	actitud	-	pesimismo
libertad	-	encierro	estilo	-	monotonía
jovial	-	vejez	creación	-	copia
diseño	-	antiestético	reproducción	-	celibato
cultura	-	ignorancia	locura	-	Sanidad
diversión	-	aburrimiento	opinión	-	censura
reunión	-	aislamiento	expresión	-	reglas
organización	-	desorden	exaltación	-	antipatía
en vivo	-	reproducción	sonido	-	vacío
sociedad	-	soledad	sueño	-	pesadilla

Frases conceptuales:

- Fiesta del encierro cultural
- Aislando la cultura en vivo
- Celebrando el trabajo de la libertad
- Divirtiéndose para liberar la ignorancia
- Reproducción de música cultural
- Fiesta libre silenciadora

Frases preliminares:

- 1 Celebrando el trabajo de la libertad
- 2 Fiesta libre silenciadora



Se escribieron las primeras ideas en relación a las palabras que componen las frases preliminares.

Desglose Frase 1

Celebrando: bailando, ensalzar, dedicar, manifestar, conmemorar, festejar, rumba.

el **Trabajo:** cansancio, sacrificio, esfuerzo, ocupación, profesión, oficio, meta, aplicar

de la **Libertad:** libre, amor, valor moral, derecho humano, deseo, pasión, fuego

- Manifestación del oficio de deseo
- Conmemoración de la pasión aplicada

Desglose Frase 2

Fiesta: sonidos, festejo, festividad, festival, color, parranda, festivo, ceremonia, gala.

Libre: independiente, autónomo, emancipación, albedrío, exaltar, facultad humana.

Silenciadora: silencio, enmudecer, callar, omitir, censurar, reservar, ocultar, negro.

- Sonidos enmudecedores independientes.
- Exaltación festiva sin censura.



Se mezclaron las nuevas frases elegidas para obtener resultados más graficables y alcanzar un concepto relacionado a los objetivos de asistencia del festival.

- Manifestación - de sonidos enmudecedores independientes - Manifestación - festiva - del deseo
- Exaltación - festiva - de la pasión aplicada
- Exaltación - del oficio pasional

Frase generada a partir de la mezcla:

“Fiesta de expresiones alucinantes”

Desgloce

Denotativo

Fiesta: reunión de gente, música, baile, actividad.

Expresiones: manifestación, ideas, movimiento, arte.

Alucinantes: sueño lúcido, alteración de la percepción, psicodelia.

Connotativo

Fiesta: energía, experiencias, colores, vivir, gozar, jugar, compartir.

Expresiones: dar a conocer, arte, música, diseño, fotografía, amor.

Alucinantes: salir de lo común, más allá, formas artísticas, sensación de alteración.

50



Fundamentación

El arte es la fuente de inspiración para todos los seguidores de esQuisses. Por esta razón, los amantes del arte y la música emergente en Guatemala deben ser partícipes del movimiento cultural en el país. La festividad se puede representar de diferentes maneras, se busca hacer énfasis en la energía de un concierto, al igual que en la representación del tipo de arte emergente.

Por medio de los colores se puede representar los elementos alucinantes, así como expresar los sentimientos de asistir a un festival musical.

Las distintas formas de expresión se centran en las perspectivas de las personas que son seguidores del medio y se utilizará una metáfora para reforzar la cultura guatemalteca que se podrá disfrutar en la actividad.

Codificación del mensaje

Publicaciones digitales y manual

	Tipografía	Iconografía e ilustración	Paleta de colores	Diseño de Layout
Función	Movilizar la lectura, contextualizar al lector sobre el sujeto de las publicaciones y el origen de las mismas	Representar los diversos temas que se tratan en la página de esQuisses, identificar las publicaciones.	Reforzar la imagen relacionada a los distintos temas de la marca.	Generar puntos focales dentro de las publicaciones y el manual.
Tecnología	Serif periodístico, san serif bold	Ilustración hecha a mano	Colores fríos y monocromáticos	Ejes rectos
Expresión	Sobriedad	Sentimiento artístico rústico	Diversidad	Sensación de orden



Visualización

Tipografía

THE
**BRANDON
GROTESQUE**

DESIGNED BY HANNES VON DOHRN

Bella

MODEKA

Throw something back
OSWALD

Welcome good
RALEWAY TRIN

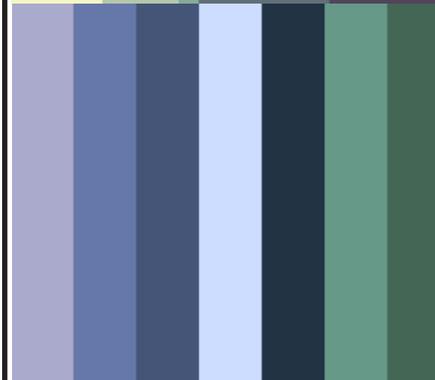
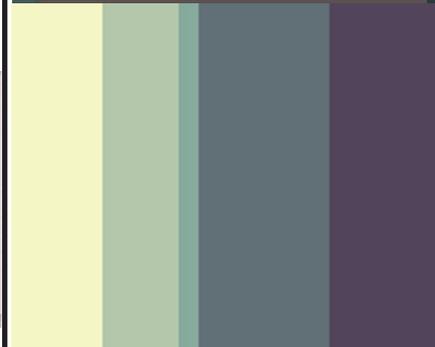
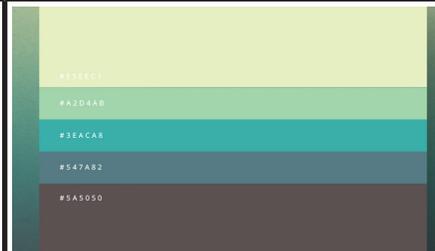
Reach hearts
SWEET SANS

BE A RAINBOW
TREND SANS

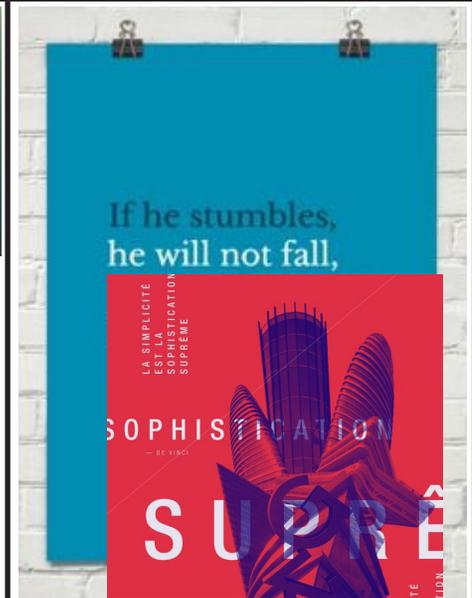
Iconografía e ilustración



Paleta de colores



Diseño de Layout



Tipografías:

La idea sería mezclar tipografías, principalmente serif y san serif. Las serif dan un estilo formal, mientras que las serif crean un perfecto equilibrio para darle el toque juvenil a las composiciones.

Iconografía e ilustración:

El concepto está basado en la idea de generar elementos gráficos que sean identificados como bocetos. Por eso, la línea gráfica debe tener íconos dibujados a mano y vectorizados, y para las ilustraciones utilizar la técnica de rotoscopía para mezclar fotografía con dibujo.

Paleta de colores:

Por el grupo objetivo se necesita crear composiciones de sólidos, por lo que la paleta de colores debe incluir colores oscuros, monocromáticos y combinarlos con tonalidades frías pero que sean mate.

Layout:

La idea es mezclar ejes rectos, en donde predominen las líneas horizontales y verticales para permitir un orden de lectura simple. Es importante la aplicación de líneas diagonales para generar puntos focales y romper el esquema.

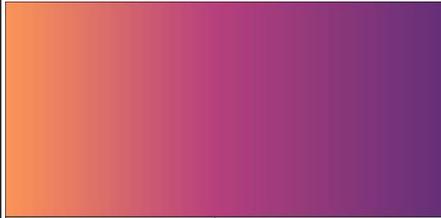
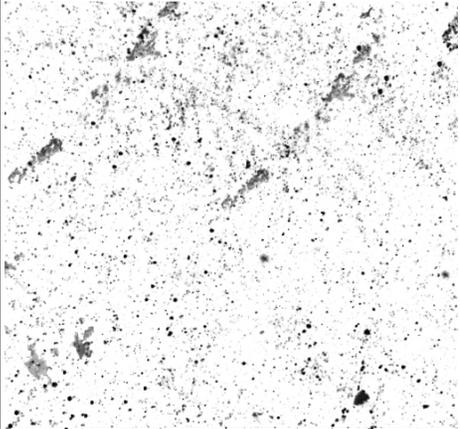
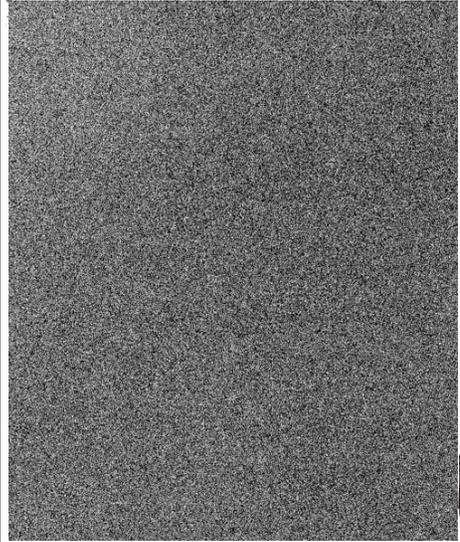
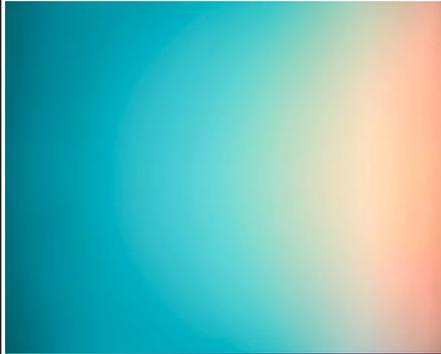


Logotipo para identificación festival

	Tipografía	Isotipo	Paleta de colores	Textura
Función	Identificar el festival	Darle personalidad al evento, crear una relación directa con la marca.	Resaltar el logotipo en el formato elegido	Darle volumen al logotipo
Tecnología	Script	Ilustración vectorial, estilo hecho a mano.	Colores contrastantes	Granulado
Expresión	Lettering style	Sentimiento artístico	Alucinación	Estilo rústico



Visualización

Tipografía	Isotipo	Paleta de colores	Textura
			
			
			
			



Tipografía:

Básicamente se busca un efecto hecho a mano, que la tipografía esté “oxidada” o incompleta como se le conoce muchas veces para encerrar la idea de algo cultural o artístico.

Iconografía:

La idea de generar un símbolo para el festival es tener un elemento visual que pueda grabarse en la mente de las personas que van a ver la publicidad del festival.

Paleta de colores:

El logotipo tiene que ser versátil, que pueda funcionar combinando el mismo en varios fondos, formatos y texturas para jugar con los colores y utilizar el que sea más llamativo y que sea el punto focal de la pieza donde se encuentre.



Publicidad para festival

	Tipografía	Imágenes	Paleta de colores	Formato
Función	Brindar información sobre el evento	Acompañar los cuerpos de texto y representar elementos de un festival	Reforzar la imagen relacionada a la actividad	Generar puntos focales para los mensajes principales
Tecnología	San serif y serif	Ilustración y fotografía	Colores vivos	Ejes rectos
Expresión	Comunicativa	Flow cultural energético	Pertenencia a las actividades	Movimiento y energía



Visualización

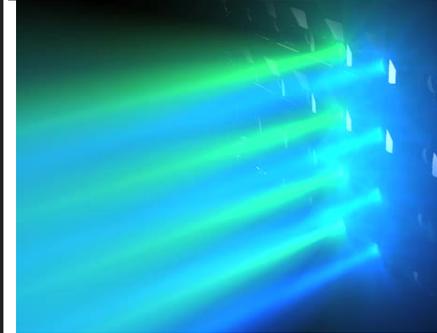
Tipografía



Imágenes



Paleta de colores



Formatos



Tipografía:

La tipografía nos va a apoyar para difundir el mensaje, por esto tiene que ser llamativo y jugar mucho con las ilustraciones para crear composiciones altamente llamativas.

Imágenes:

Los elementos visuales juegan un papel importante en las composiciones del festival. Van a transmitir el discurso de la actividad de una manera que no pueden hacerlo los mensajes textuales. Van a atrapar a los lectores para asistir al evento.

Paleta de colores:

Los colores van a funcionar de una manera en la que se resalten los textos por encima de las ilustraciones, ya que se debe equilibrar lo llamativo que serán los elementos gráficos con el color que tendrán los mismos.

Formatos:

Los formatos tienen que estar distribuidos de la mejor manera para alcanzar de manera efectiva al grupo objetivo, que puedan enterarse del evento y seguidamente puedan seguirse informando de las noticias y actividades del festival.



Planificación estratégica de medios

Descripción de piezas

Se desarrolla una planificación de cada pieza que permite un desarrollo óptimo de la campaña.

Imagen digital

Pieza	Carácter	Propósito	Lugar	Tiempo	A través de
Manual de Publicaciones digitales	Imagen visual	Establecer directrices para la correcta utilización de la marca esQuisses.	Presentación de proyectos finales	A partir de la finalización del proyecto.	El equipo del proyecto
Posts para redes sociales	Branding digital	Identificar las publicaciones de esquisses bajo un mismo esquema de diseño.	Redes sociales y medios digitales (blog, website)	A partir de enero 2017	Los redactores de esQuisses que compartirán contenido en facebook e instagram principalmente.



Festival 5to aniversario

Pieza	Carácter	Propósito	Lugar	Tiempo	A través de
Imagen visual festival 5to aniversario	Imagen visual	Identificar el festival de quinto aniversario de esQuisses.	Todo el material publicitario para la actividad.	Unos meses antes de las fechas del evento para generar expectación.	Los medios virtuales del colectivo esQuisses.

Pieza	Carácter	Propósito	Lugar	Tiempo	A través de
Posts redes sociales	Publicidad	Promocionar el evento y promover la asistencia.	Redes sociales: Facebook y Twitter	Semanalmente hasta el evento	Redactores esQuisses
Animación	Publicidad	Promover el evento	Youtube	Dos meses previo al evento	Encargado del canal
Afiches impresos	Publicidad	Promover el evento físicamente	Lugares asociados a esQuisses	Dos meses previo al evento	Colaboradores y conocidos de la marca
Filtro de viralización	Publicidad	Viralizar el evento	Snapchat	Durante el evento	Usuarios que asistan al evento



Índice de Bocetaje

1. Publicaciones digitales

1.1 Iconografía

1.2 Tipografías

1.3 Paleta de colores

1.4 Diagramación y retículas

1.5 Manual de uso correcto

2. Imagen visual festival y publicidad

Proceso de bocetaje

Una vez definido el concepto y las piezas a diseñar, se inició el proceso de bocetaje de cada una.

Se trabajó el bocetaje pieza por pieza. Iniciando con los materiales para el manual de identidad visual, basado en el concepto de “trazos que originan la cultura”. Luego se trabajó el logo, línea gráfica del festival y por último, las publicaciones para web y redes sociales bajo el concepto de “fiesta de expresiones alucinantes”.

1. Publicaciones digitales

Con base en la frase conceptual y para cumplir la función de crear un estilo que fuera fiel a la marca y a su estilo, se decidió utilizar elementos que tuvieran una fuerte influencia en los bocetos dibujados a mano.



1.1 Íconos de temáticas

El Grupo de Reputación Corporativa de España (2014), afirma que la organización de textos e íconos ayudan a ordenar la información y generar una atmósfera que refleja la esencia de la marca. La iconografía es un elemento importante para la construcción de identidad corporativa y para reforzar el contenido que publica la asociación.

Los íconos fueron el elemento de partida para la creación de las publicaciones. La idea de ayudar a unificar el estilo de los posts es que los usuarios pudieran ubicar fácilmente el origen de las publicaciones. Además, se planteó que, esQuisses siendo un portal de información cultural, no solo habla de un tema. En su lugar, existen varias temáticas que se tratan alrededor de las publicaciones de esQuisses.

Después de observar las publicaciones de la página de Facebook de la marca, se lograron identificar seis tipos principales de artículos:

- Música
- Arte
- Literatura (poesía, escritura)
- Blog o columna de comentario
- Reportaje (noticias, artículos)
- Radio esQuisses

Para cada ícono se buscaron elementos que pudieran representar las temáticas de una manera gráfica y fácil de identificar. Se establecieron las siguientes formas para cada ícono:

Música: guitarra, sonidos, música, acústica, artistas, conciertos, toques.



Arte: pintura, artes plásticas, expresión, escultura.

Literatura: escrito, obra, poesía, libro, ensayo, investigación, teoría, revista, artículo.

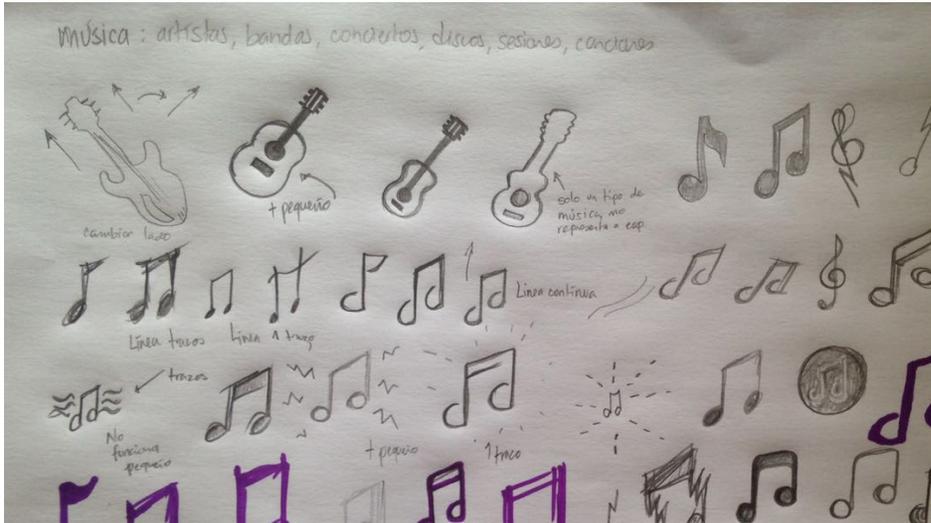
Blog: opinión, blog, diario.

Reportaje: cobertura, anuncio, aviso, voz, noticia, reportaje, nota.

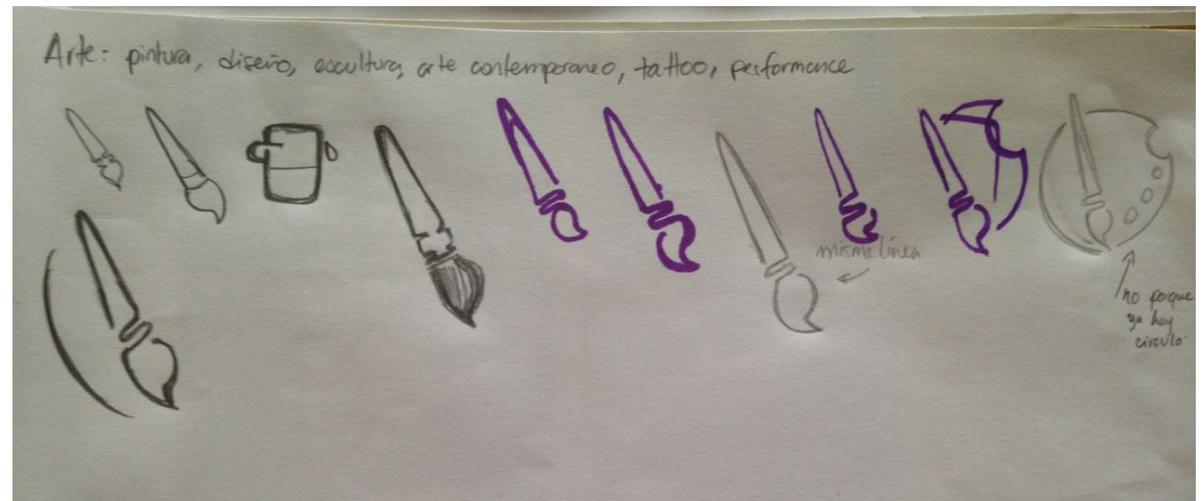
Radio esQuisses: programa, transmisión, audiencia, frecuencia.

Al definir elementos característicos, se inició el proceso de dibujo tomando en consideración el estilo "a mano alzada".

Música:



Arte:



Blog:



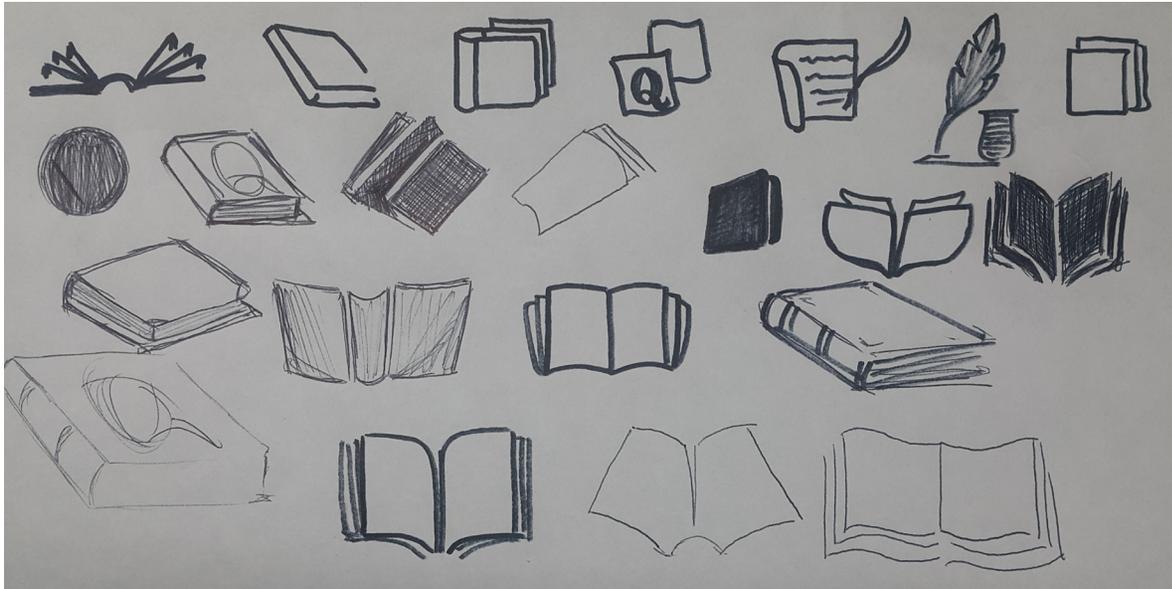
65



Radio:



Literatura:



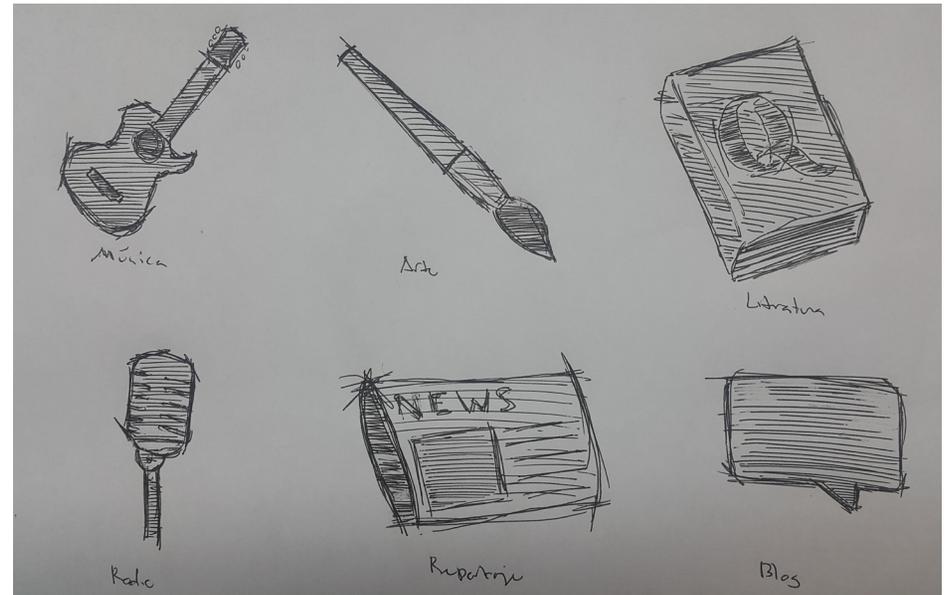
Reportaje:



Ya teniendo una idea de qué elementos podrían representar gráficamente a la marca, se regresó a analizar el isotipo de la marca y las características que este tiene.



Al verlo, el elemento más característico del isotipo es la utilización de un “trazo arquitectónico”, el cual se decidió incluir en los íconos para generar una unificación de piezas.



Una vez ya establecidos los bocetos finales, se buscaron referencias concretas para hacer los trazados digitales

Música



Fuente: google images

Arte



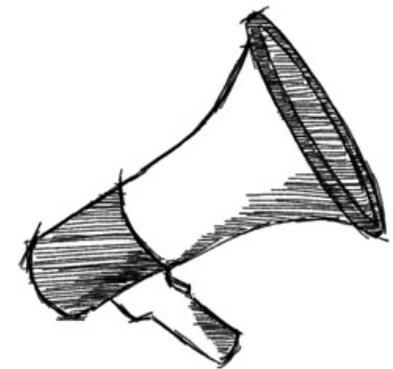
Fuente: google images

Literatura



Fuente: google images

Reportaje



Fuente: google images



Radio esQuisses



Fuente: google images



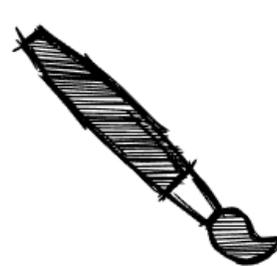
Blog



Fuente: google images



Finalmente se vectorizaron los logotipos para poder ser aumentados o disminuidos de tamaño sin verse afectados por la resolución.



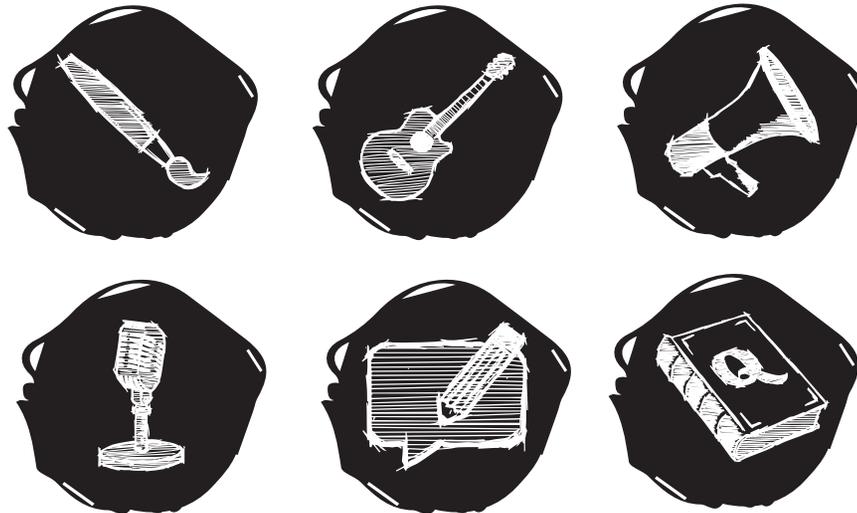
Se hicieron pruebas de trazos hechos a mano para luego digitalizarlos y generar texturas más realistas que reflejen el concepto.



De las cuales se seleccionó la más adecuada para acompañar a la iconografía y darle un peso más grande dentro de la composición.



Finalmente se adaptaron los logotipos para entrar en el círculo y generar un espacio negativo dentro de ellos, permitiendo de esta manera obtener un espacio de más volumen.



1.2 Tipografías

El objetivo de seleccionar las tipografías era obtener una fuente que fuera llamativa, que se viera moderna y que mantuviera la unidad con la imagen de esQuisses.

títulos

bodoni
butler
dejavu serif
didot lt
modern no20
otama.ep
salome

Para los títulos se estableció la búsqueda de una tipografía que reflejara la imagen de la marca, por lo que se seleccionó la tipografía "Salome" ya que era la que mostraba más remembranza con la fuente utilizada en la actualidad para el logo.

subtítulos

aller light
anton
BEBAS NEUE
aileron
Haettenschweiler
NOVECENTO
wombat

Para el texto complementario se tuvo más libertad, ya que por la jerarquía de tamaño necesitaba ser más legible. Siempre cumpliendo la función de llamar la atención a los lectores para obtener más información de la publicación.

Salome **NOVECENTO**



1.3 Paleta de colores

Para diferenciar las diversas temáticas que se manejan en sus publicaciones, se buscó una combinación de colores fríos y calidos para lograr diferenciar y marcar cada una de sus temáticas a utilizar en sus redes sociales.



Paletas como estas obtenidas de internet sirvieron para seleccionar los colores. Además, se hizo un estudio de observación en clase (ver Anexo 5), donde se les preguntó que colores representaban para ellos las diversas temáticas.

Se hizo una selección previa de colores fríos, pero estos todavía eran demasiado encendidos para funcionar por la temática, por esta razón, se adaptaron a versiones mate.



Una vez se le asignó a cada color una versión más opaca, se continuó a definir un color para cada ícono. Este trabajo fue realizado con ayuda de diseñadores gráficos.

		Arte	#e73f3f
		Música	#7e45d3
		Radio	#45dd49
		Columna	#6e9dd2
		Reportaje	#e6e737
		Literatura	#f76e27



Posteriormente se comprobó si los colores funcionaban dentro de cada uno de los íconos.



1.4 Diagramación y retículas

Según Olachea (2013), debido a que las publicaciones en redes sociales son frecuentemente compartidas, deben de identificar visualmente a la empresa. Ya sea a través de los colores corporativos, el uso del logotipo, isotipo y/o eslogan. De esta forma, se refuerza la presencia de la marca, aprovechando la viralización en redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter.

Para la publicidad en redes sociales se busca identificar la temática a través de iconografía y color, al igual que a la asociación utilizando el isótipo.

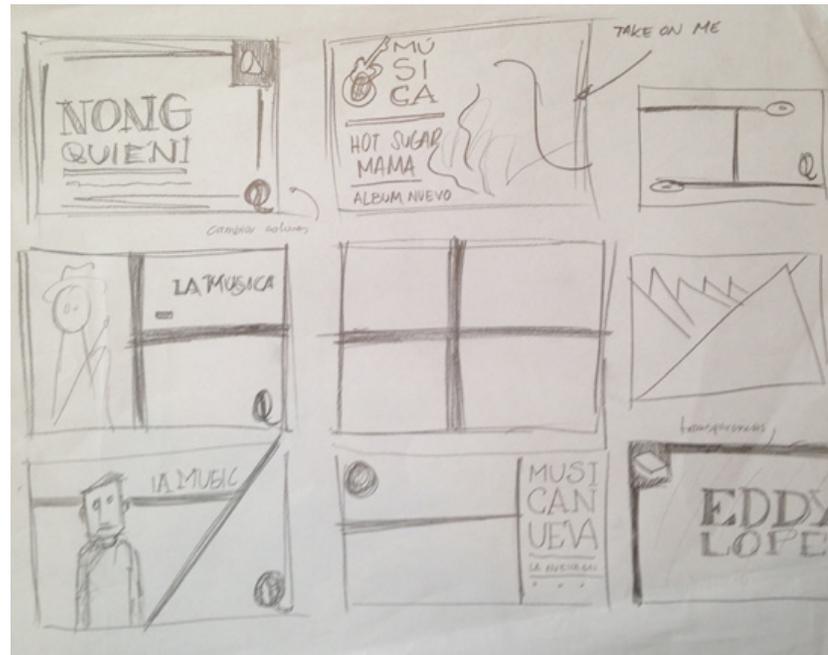


Se bocetaron retículas para definir la distribución de los elementos en las publicaciones.

Se trabajaron propuestas a mano para definir la jerarquía visual y distribución de los elementos de la publicación (fotografía o imagen de fondo, título principal, subtítulo, ícono de la temática e isótipo de la asociación).

Se hicieron pruebas de diagramación para definir como se puede relacionar las ideas de "trazos" y "origen" con la jerarquía visual en las piezas gráficas.

Se identificó la utilización de líneas y marcos para distribuir los elementos y establecer una línea visual.



Se hicieron pruebas para generar distintos diseños en la fotografía o imagen de fondo, bajo la idea principal de "trazos" y "origen".



Se aplicó el color en las piezas, para visualizar la fotografía integrada con el diseño en general. Se identificó que es más funcional utilizar la fotografía o imagen de fondo aplicada en blanco y negro. Por lo tanto, se refuerza el estilo visual sin que los colores de cada fotografía generen confusión.

76



Rescatando las características más efectivas de las pruebas, se continuó a generar un diseño más sobrio que reflejara el sitio web de esQuisses dentro de las publicaciones.



Se continuó con la primera propuesta y se evolucionó para darle un estilo más apegado a la página web, con un marco exterior con trazado natural y espacios más definidos.



Finalmente se realizaron pruebas con los diversos colores para observar cómo se comportan los colores con el fondo y con la debida iconografía.



1.5 Manual de uso correcto

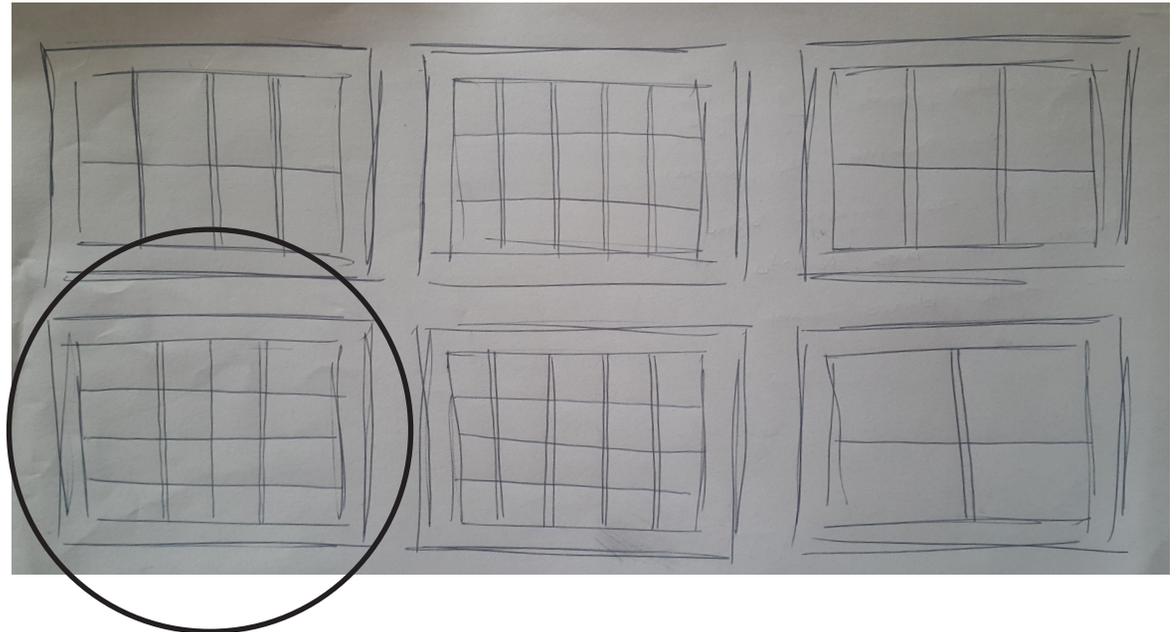
Para definir las directrices y el modo de utilizar los diversos elementos dentro de las publicaciones, se planteó la idea de crear un manual de uso correcto en el que se le dan las claves e indicaciones a todo aquel que requiera hacer uso de la imagen de la marca esQuisses en el futuro.

Formato

Se decidió que para mantener unidad con las publicaciones se iba a realizar el manual en un formato horizontal de tamaño carta o media carta. Esto también es de gran ayuda para poder organizar más información sin verse sobresaturada y dar una perspectiva gráfica del contenido.

Diagramación

Se buscaron diversas opciones de diagramación que permitieran una lectura fluida pero que lograra tener un estilo dinámico que también creara puntos focales.



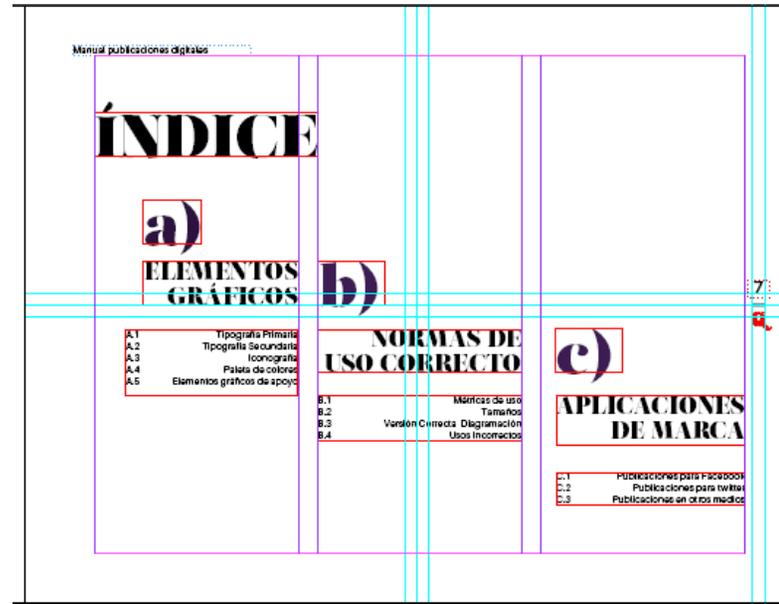
Se decidió utilizar un columnaje de tres divisiones con opción a una división central que permitiera jugar más con los espacios y generar espacios llamativos.

Tipografías

Para complementar el estilo de las publicaciones todas las tipografías utilizadas dentro del manual son las mismas. Utilizando Salome para los textos principales y Novecento para los cuerpos de texto y tipografías complementarias.

Portadillas

Para las portadillas se buscó crear diseños que hicieran remembranza a las publicaciones utilizando los colores de cada temática para identificar los capítulos dentro del manual



2. Imagen visual y piezas para el Festival: 5 años de esQuisses

Elección del nombre

Silver (2015), explica que a la hora de generar un nombre de marca, es importante hacer alusión a la empresa. Debe ser específico para no provocar indiferencia para quienes lo escuchan por primera vez. Por estos motivos se buscó un nombre que utilizara la letra Q en mayúscula, como el isotipo de la asociación.

Se encontró que cinco en francés se dice cinq. Esto refuerza la alusión a esQuisses, debido a que su nombre también proviene de este idioma. De esta forma, se puede escribir el nombre del festival utilizando la letra Q en mayúscula, como en el isotipo de la asociación.

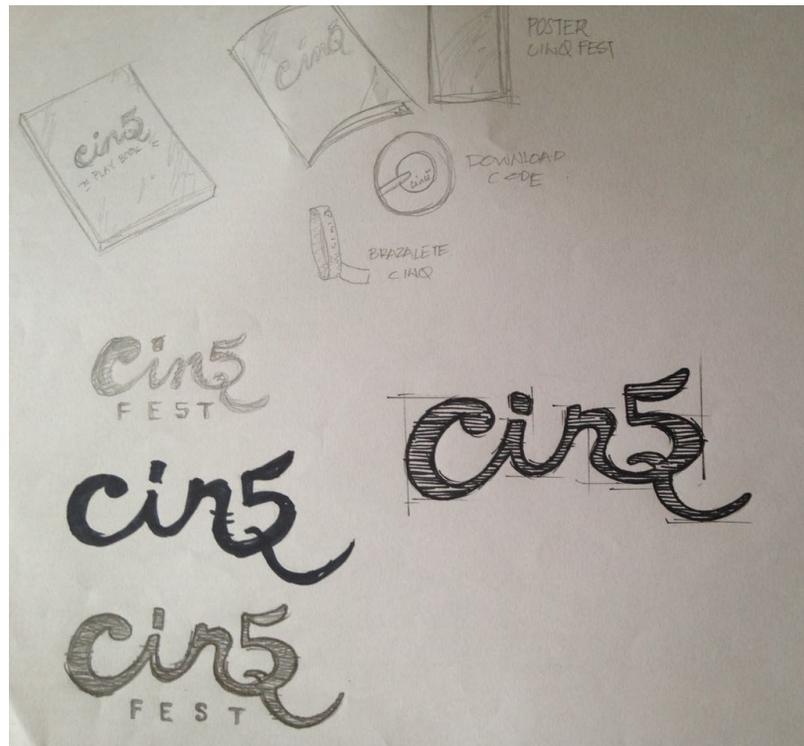
Luego se agregó la palabra fest para dar a entender que se trata de un festival. Esta palabra es comúnmente utilizada por diferentes festivales de arte y música, generalmente dirigido a jóvenes adultos.

Nombre elegido: **CinQ Fest**

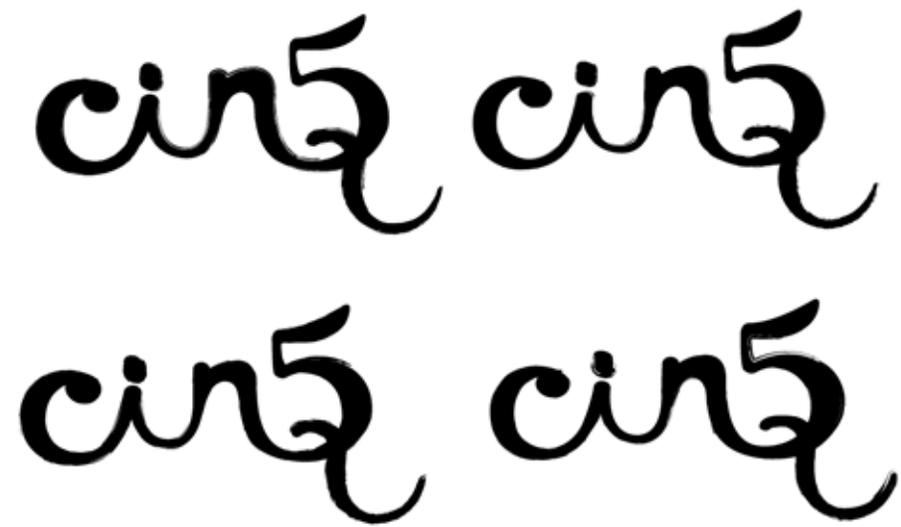




Se trabajaron a mano distintas propuestas del isotipo y logotipo en general. Se identificaron a los trazos libres y brochazos como un fondo apropiado para el festival, ya que comunica ideas como "arte", "cultura", "libre expresión", entre otros. La tipografía es un trazo libre, haciendo alusión a los pincelazos de un artista.



Posteriormente, se procedió a vectorizar los elementos hechos a mano. También se hicieron pruebas de líneas y orillas con estilo de brocha o pincel.



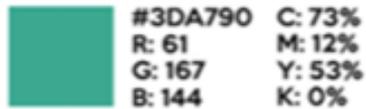
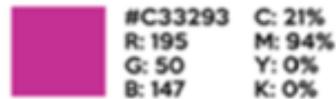
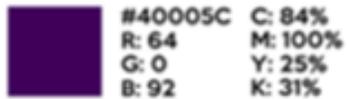
Se bocetaron distintas perspectivas digitalmente. Se eligió la propuesta "4" debido a que sus proporciones fluyen y se balancean mejor, en relación a las otras pruebas. Esto suma legibilidad al logo y le da peso al nombre.



Para la paleta de colores, se usaron dos fotografías de festivales guatemaltecos, con el propósito de generar la idea de festividad y "alucinante" que se vive durante estos eventos.



Fotos: <https://www.flickr.com/photos/extranjerochapin/3020909466>



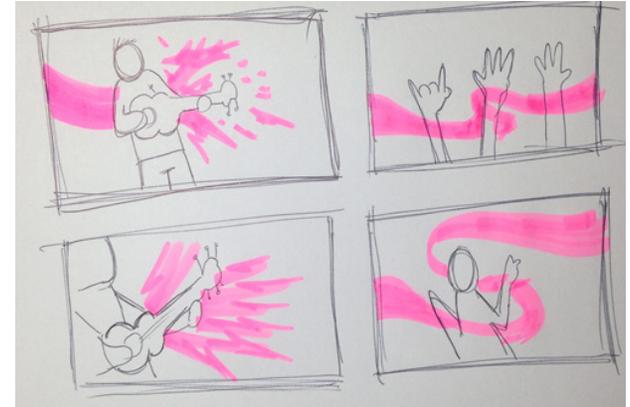
La palabra CinQ y el isotipo permanecen en color blanco para resaltar la palabra y que no cambie en el logotipo secundario. Cambiando nada más el color del fondo.



Afiches y publicaciones en redes sociales

Debido a que la asociación mantiene una línea gráfica utilizando fotografías, se buscó identificar este elemento en las piezas de promoción del festival.

Se bocetaron propuestas a mano para analizar como podría interactuar el diseño de la imagen con la fotografía.



Se eligieron dos fotografías, tomadas del sitio web Pexels.com, el cuál garantiza que todas sus fotografías son libres de derechos de autor. Las fotografías se eligieron basándose en los bocetos hechos a mano, escogiendo las más parecidas a la idea presentada a mano.



Posteriormente, se crearon manchas las cuales acompañarían las fotografías para poder darle un toque más animico a la publicidad. Además, se buscaba que estas formas le dieran un sentido alucinante a cada composición.



Se eliminaron elementos gráficos como estrellas y confeti para delimitar el estilo y no salirse de la línea visual del festival. También se alteró el color para hacerlo más similar al del logo.



Imagen proporcionada al obtener la familia tipográfica.



Para el texto informativo, se probaron tipografías sans-serif del estilo Gotham en mayúscula. Este estilo es utilizado comúnmente en la imagen gráfica de eventos culturales y es una tendencia en los diseños web, como afirma la agencia de publicidad internacional Staff Creativa (2016).





En el afiche se colocaron los íconos de las redes sociales en dónde se promocionará el festival. Se busca que el grupo objetivo pueda enterarse del evento de una forma habitual en sus redes sociales. Por esta misma razón, los iconos no se consideran necesarios en los anuncios para publicaciones en línea.

Se incorporó el eslogan: “Celebra junto a esQuisses cinco alucinantes años” para hacer referencia al concepto, enviando un mensaje práctico y directo al grupo objetivo. Se buscó mencionar a la asociación y dar a entender que es una celebración de 5to aniversario. También acompaña la palabra “alucinante” que refuerza la imagen en dónde algo “increíble” y lleno de color está pasando entre las personas.

Habiendo delimitado un estilo con la propuesta de afiches y publicaciones en redes sociales, se procedió a diseñar las piezas de Foto Cover y Foto de Perfil para redes sociales. Estas piezas ocupan un papel importante en la campaña expectativa debido a que el grupo objetivo y los seguidores de esQuisses lleguen a percibir un cambio en la imagen de las redes sociales, lo que genera cierta expectación e intriga dentro de la página.



Se diseñó una idea preliminar utilizando de fondo la paleta de colores del festival, acompañado de la textura. Se pensó en una frase que llamara la atención de los seguidores de esQuisses. Una mancha blanca con una parte del isotipo se colocó en la esquina superior izquierda, en contraste con otra mancha blanca en el lado opuesto.

Se realizó una segunda propuesta descartando el eslogan preliminar y las manchas blancas debido a que no hay relación alguna con el festival o con las otras propuestas.

Se colocó un brillo del logotipo en el fondo y la frase se cambió a "cinco alucinantes años".

Se tomó en cuenta que la frase obtendrá más sentido al ver el GIF (esta pieza expectativa se publicará al mismo tiempo que el GIF de la campaña).



La foto de perfil se pensó en morado para hacer balance al color rosado que tiene más peso en la foto de cover. Se agregó una textura en el fondo.

Foto Cover y Foto de Perfil para redes sociales (Campaña expectativa)



Foto Cover y Foto de Perfil para redes sociales (Revelación y mantenimiento)



Las piezas de revelación y mantenimiento de la promoción del festival (Foto Cover y Foto de Perfil) para redes sociales se diseñaron con el objetivo de revelar la marca del festival, tener un anuncio constante de la fecha del mismo y promocionar el sitio web de la asociación.

Se hizo una segunda propuesta, de la cual se eliminó el eslogan y los trazos rosados del fondo.

La foto de perfil cambiará en la campaña de revelación por un GIF animado del isotipo de esQuisses con el de CinQ Fest.

91



Validación

En el anexo 4 se muestran los instrumentos utilizados como herramienta para validar la efectividad del proyecto. Estas fueron dirigidas a expertos del tema cultural, profesionales de diseño gráfico y jóvenes adultos que componen el grupo objetivo.

Se utilizó el sitio web Typeform.com como un método alternativo para completar las validaciones, las cuales fueron trasladadas a los colaboradores por medio de una conversación en redes sociales.

El instrumento de validación para expertos en el tema fue enviado electrónicamente a Victoria Castañeda (directora) quien se encargó de repartir la entrevista a:

- Alejandro García: comunicador y fundador de esQuisses.
- Pablo De La Vega: encargado de la sección Pluma Invitada.
- Josseline Pinto: columnista y encargada de Café esQuisses.
- Max Laynez: columnista y encargado de las sesiones en vivo.

Para validar el instrumento dirigido al grupo objetivo, se eligieron a más de 25 personas que cumplen con el perfil del grupo objetivo definido en este informe. Personas como:

- César García: (20 años) Estudiante fundador del fanzine cultural 4 Mascaras de Quetzaltenango.
- Kenneth Cruz: (32) Fotógrafo de Prensa Libre enfocado en espectáculos públicos.
- Christa Krings: (27) Community manager de Nómada.
- Julio Díaz: (28) Estudiante, fundador del sitio Hit Music.
- Emily Ovando: (27) Manager de la banda Viernes Verde.
- Sergio García: (24) Estudiante, fanático de la música guatemalteca.
- Jorge Aguilar: (25) Estudiante, fundador del sitio Rock Chapín.
- Mariela Ponce: (28) Estudiante trabajando en Empire Promotions.
- Sofía Ruíz: (24) Community manager con gustos por los eventos de música.
- Mario Nijayib: (28) Gestor cultural y promotor de conciertos en Quetzaltenango.



El instrumento dirigido a diseñadores gráficos, se envió a más de 15 diseñadores. Se eligieron expertos que se enfocan en áreas parecidas a las que cubre el proyecto y que tengan experiencia con el grupo objetivo, como:

- Marcelo Ardón: Diseñador Gráfico enfocado en Diseño digital y plataformas Web.
- Diego Cardoza: Diseñador Gráfico actualmente trabajando en FOX Guatemala
- Maryluz Andrade: Diseñadora Gráfica enfocada en ilustración e imagen de bandas nacionales.
- José Ramírez: Diseñador gráfico enfocado en branding, co-fundador de Pepita Labs Co-Working.
- Sheyda Sabetian: Diseñadora Gráfica e ilustradora.
- Daniel Molina: Diseñador Gráfico con trabajos en el area 3D y animación.
- Gabriela Gamas: Diseñadora Gráfica freelance.
- Majo Sierra: Diseñadora Industrial, co-fundadora de Pepita Labs Co-Working.
- Francisco Chún Has: Diseñador Gráfico, reside en Quetzaltenango.
- Renato Barrios: Diseñador Gráfico encargado de la línea visual de Yalo, reside en México.
- Manuel Álvarez: Diseñador gráfico, comunicador y fotógrafo.

Las piezas de Animación y GIF se validaron con el catedrático Enrique Ponsa y los estudiantes del curso.



Confrontación de Resultados

Publicaciones digitales y manual

Tipografía

La tipografía seleccionada crea una relación con la marca según 78% de los usuarios y grupo objetivo de esQuisses. En cuanto a la tipografía complementaria 45% de los diseñadores gráficos encuestados consideraban se veía desactualizada y generaba conflictos.

Íconos

Un 63% de los expertos en el tema opinaron que los íconos tenían el mismo estilo de esQuisses. Un 70% de los expertos en diseño y grupo objetivo opinaron que los íconos hacían una clara relación con los temas culturales que representan.

Paleta de colores

El 75% de los expertos más 23% de los usuarios opinaban que los colores utilizados guardaban similitud con la marca y funcionaban para representar las temáticas. Sin embargo, 36% de los expertos en diseño acordaron que los colores no se diferenciaban entre ellos.

Publicaciones digitales

El 63% de los usuarios y 38% de los expertos en el tema acordaron que las publicaciones reflejan el estilo de esQuisses y rápidamente podrían identificar las publicaciones como producto de la marca.

Manual de uso correcto

El 50% de los expertos en diseño opinaron que la diagramación no era clara en muchas secciones del documento. Aún así, el otro 50% consideraba que el manual tenía una organización clara y 64% confirmó que el manual genera puntos focales para producir una lectura agradable.



Festival

Logotipo

Según 63% de los usuarios, el logotipo era lo suficientemente interesante para que deseen asistir al evento. De igual manera, 64% de los expertos en el tema consideraron que el logotipo funcionaba para identificar un festival de cultura. Todos los expertos en el tema afirmaron que el logotipo no guardaba una relación con la marca, situación que puede ser arriesgada si no se utilizan los elementos complementarios necesarios para generar la unión.

Colores

El objetivo de los colores del logotipo y de la información era contrastar con el fondo para llamar la atención a la lectura. Esta meta se cumple según 91% de los diseñadores que opinaban crean un contraste evidente y atrae la atención del lector hacia el logotipo y los textos.

Imágenes

Un 81% de los usuarios afirmó que las imágenes les recuerdan a la experiencia de un festival. Además, 73% de los expertos del diseño establecieron que las imágenes se mezclan correctamente con el logotipo del festival. Una situación importante es que 63% de los expertos en el tema opinó que las imágenes hacen referencia a actividades musicales.

Formatos

El grupo objetivo en 85% afirmaba que las publicaciones estaban en los lugares indicados para alcanzarlos, generando curiosidad para querer conocer más sobre el festival y finalmente asistir. Esto fue confirmado por 73% de los expertos en diseño y 75% de los expertos en el tema que opinaban que los medios seleccionados eran los idóneos para promocionar el festival.



Cambios realizados

Publicaciones digitales y manual

Tipografía

Según lo observado, la combinación de tipografías generaba un contraste desagradable, por lo que se realizó una búsqueda de una tipografía que pudiera funcionar para acompañar las publicaciones, al mismo tiempo que fuera lo suficientemente clara para ser presentada en el manual de uso correcto.

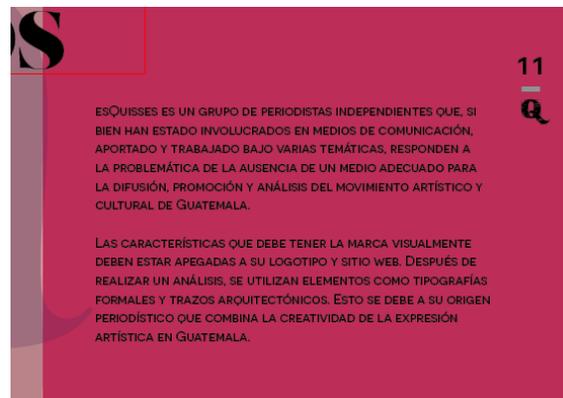


Antes

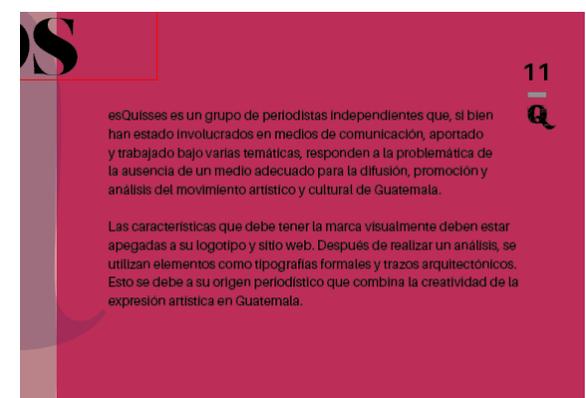


Después

96



Antes



Después

Layout

Se adaptaron de mejor manera los espacios para hacer más evidente la utilización de una columnaje de tres espacios.

Manual publicaciones digitales

a.3) Iconografía

Partiendo desde el tono de *esQuissos* se crearon varios logotipos para identificar rápidamente la temática de la que se habla en cada post.

Características del logotipo:

14
Q

Estilo de becaero
Trazo arquitectónico
Utilización de espacios en negativo

elementos gráficos

Simbolo

Explicación
Temática: Arte
Simbolismo: pintura, artes plásticas, expresión, secultura.

Temática: Música
Expresión: Cultura, sonidos, música, acústica, armonía, conciertos, toques.

Temática: Reportaje
Expresión: Cobertura, anuncio, aviso, voz, noticia, reportaje, nota.

Temática: Radio *esQuissos*
Expresión: Programa, transmisión, audiencia, frecuencia.

Temática: Blog
Expresión: Opinión, blog, diario.

Temática: Literatura
Expresión: Escrito, obra, poesía, libro, ensayo, investigación, teoría, revista, artículo.

Manual publicaciones digitales

a.3) Iconografía

Partiendo desde el tono de *esQuissos* se crearon varios logotipos para identificar rápidamente la temática de la que se habla en cada post.

Características del logotipo:

14
Q

Estilo de becaero
Trazo arquitectónico
Utilización de espacios en negativo

elementos gráficos

Simbolo

Explicación
Temática: Arte
Simbolismo: pintura, artes plásticas, expresión, secultura.

Temática: Música
Expresión: Cultura, sonidos, música, acústica, armonía, conciertos, toques.

Temática: Reportaje
Expresión: Cobertura, anuncio, aviso, voz, noticia, reportaje, nota.

Temática: Radio *esQuissos*
Expresión: Programa, transmisión, audiencia, frecuencia.

Temática: Blog
Expresión: Opinión, blog, diario.

Temática: Literatura
Expresión: Escrito, obra, poesía, libro, ensayo, investigación, teoría, revista, artículo.

97

Manual publicaciones digitales

a.2) Tipografía secundaria

La tipografía relacionada los textos debe ser fácil de leer, crear contraste entre la tipografía principal. Por esta razón se buscó una tipografía sin serif

Aileron  Esta tipografía es libre de utilizar brindando el debido reconocimiento al autor

ABCDEF GHIJKL MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

¿ ? ¡ ! " # \$ % & / () ' * + , ; : - @
Ñ ñ

Caracteres especiales

es "By: esQuissos" es "La realidad actual"

13
Q

Antes

Manual publicaciones digitales

a.2) Tipografía secundaria

La tipografía relacionada los textos debe ser fácil de leer, crear contraste entre la tipografía principal. Por esta razón se buscó una tipografía sin serif

Aileron  Esta tipografía es libre de utilizar brindando el debido reconocimiento al autor

ABCDEF GHIJKL MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

¿ ? ¡ ! " # \$ % & / () ' * + , ; : - @
Ñ ñ

Caracteres especiales

es "By: esQuissos" es "La realidad actual"

13
Q

Después



GESTIÓN DE IMPLEMENTACIÓN



Propuesta final y fundamentación

esQuisses es un sitio web de periodismo fundado en septiembre del 2011 que se dedica a la promoción, difusión y análisis del movimiento artístico y cultural de Guatemala.

Por su naturaleza de ser un portal digital, sus medios de difusión de información son sus redes sociales. Lastimosamente, sus publicaciones no cuentan con un diseño definido, causando de esta manera que estas no sean reconocidas fácilmente por sus usuarios.

Debido a esto y con el fin de generar más *engagement* en sus medios digitales, se crea el manual para publicaciones en redes sociales. El cual establece las directrices específicas para unificar el estilo de diseño de sus publicaciones, además de indicar las modalidades de diseño dependiendo del tipo de publicación que se comparta.

La propuesta gráfica se desarrolló con base en el concepto “Trazos que originan la cultura”, cuya finalidad es captar la esencia de la marca para poder transmitirla en su imagen recurrente y generar una relación directa entre el contenido de sus medios digitales y sus valores como asociación cultural.

Además, por motivo de la celebración de su quinto aniversario, se necesitaba la creación de una campaña publicitaria para promover el evento y generar una gran audiencia.

La campaña se desarrolló bajo el concepto “Fiesta de expresiones alucinantes”, el cual surge de la idea de expresar el gozo que significa cumplir una meta como lo son los cinco años de aniversario de la marca, además de la locura y diversión que se vive en los festivales culturales guatemaltecos.

Con base en las acciones mencionadas previamente, a continuación se presenta la fundamentación de la propuesta final que se realizó en acuerdo de la necesidad del cliente y los objetivos, el marco teórico y referencial, y finalmente del concepto.



Los signos visuales que se proponen en las piezas del Manual de Identidad y el material publicitario del festival presentan una armonía entre línea, color, imagen, tipografía y tamaño. Los elementos generales utilizados en todos los materiales son: color, tipografía e imágenes.

Publicaciones digitales

Después de realizar un análisis detenido del concepto “Trazos que originan la cultura”, se estableció que el enfoque principal para realizar toda la línea gráfica sería con base en el fundamento que trabaja esQuisses en sus medios digitales.

Debido a que el objetivo es captar la atención del grupo objetivo de la marca, que son jóvenes adultos con gusto por la cultura, debía utilizarse un estilo llamativo, sobrio para generar confianza y que hiciera una rápida relación con esQuisses.

Tipografía

El objetivo primordial de la tipografía es de tener la relación más directa con la marca además del uso del logotipo. Por esta razón se eligió la fuente Salome, esta tipografía se asemeja a la utilizada en el logo de esQuisses y tiene el peso indicado para funcionar en textos principales y titulares.

Para la tipografía complementaria se seleccionó la tipografía Aileron que cumple la función de generar un contraste con la fuente principal, que no se desliga completamente de ella. Esto se debe a detalles o facciones que tiene esta fuente que la hace una híbrida entre una tipografía San-serif y serif.

100



Principal

Salome

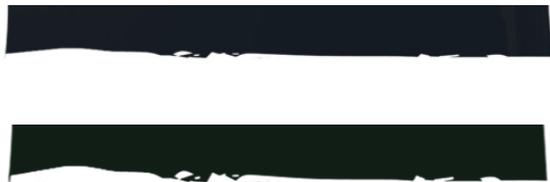
complementaria

Aileron

Paleta de colores

Los colores seleccionados para representar las publicaciones fueron seleccionados con base en un estudio de relación de sentimientos hacia la cultura. El mismo reveló que las personas relacionan las temáticas de cultura, música, arte con colores "alegres". Finalmente se complementó con colores que utiliza la marca actualmente como tonos fríos ya que hace énfasis en los diversos temas como la formalidad y seriedad que busca expresar la marca en su contenido. Además, se eligieron tonalidades suaves o pasteles que complementan la idea de una empresa seria dirigida a adultos jóvenes.

	Literatura	#f76c27
	Música	#7e45d3
	Arte	#e73f3f
	Radio	#45dd49
	Reportaje	#e6e737
	Columna	#6e9dd2



Elementos gráficos

Para reforzar de una manera gráfica la relación de los trazos en la imagen de la marca, se crearon elementos que asemejan ser dibujados a mano. Esto para darle un estilo innovador a la marca, como generar un discurso juvenil para la marca que contrasta la selección de tipografías seleccionadas.

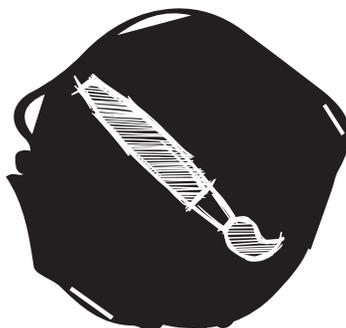


Iconografía

Los íconos fueron creados para generar un identificador claro de cada temática. Por esta razón se buscaron elementos que representaran cada uno de los temas de manera rápida para los usuarios.

La técnica utilizada fue la de dibujo manual con trazado arquitectónico para asemejarse al isotipo de esQuisses y crear una relación directa con la marca.

Los íconos fueron introducidos en un círculo también dibujado a mano para tener más espacio dentro de las composiciones y ser un punto focal.



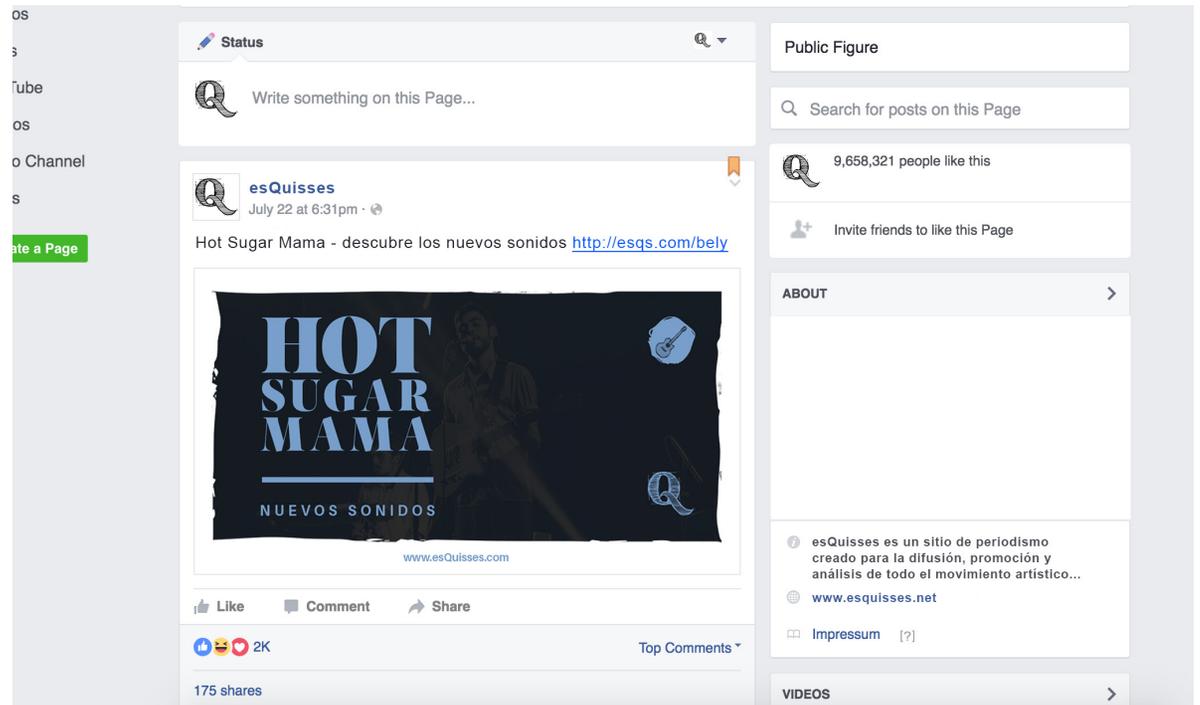
Imágenes

Las imágenes utilizadas dentro de las publicaciones cumplen la función de contextualizar al usuario, pueden ser genéricas haciendo referencia a la temática (arte, música, etc.), o bien, mostrar alguna referencia al artículo del que tratará la publicación.

Publicaciones digitales

La idea fue establecer una serie de directrices que permitieran a los creadores de contenido o community managers de esQuisses tener una base para poder diseñar las publicaciones bajo un mismo estilo.

Las publicaciones se apegan al concepto “Trazos que originan la cultura” debido a la combinación de los elementos de diseño utilizados. En conjunto aparentan ser un marco que tiene por dentro una obra cultural.



The image shows a screenshot of a Facebook post from the page 'esQuisses'. The post is titled 'Hot Sugar Mama - descubre los nuevos sonidos' and includes a link to 'http://esqs.com/bely'. The main content is a dark graphic with the text 'HOT SUGAR MAMA' in large, light blue letters, and 'NUEVOS SONIDOS' below it. The graphic also features a small blue circular logo with a white 'Q' and a guitar icon. The post has 175 shares and 2K likes. The right sidebar shows the page's name 'esQuisses', a search bar, and the number of likes (9,658,321). The 'ABOUT' section describes the page as a site of journalism created for the diffusion, promotion, and analysis of the artistic movement.

os
s
Tube
os
o Channel
s
ate a Page

Status

Write something on this Page...

esQuisses
July 22 at 6:31pm · 🌐

Hot Sugar Mama - descubre los nuevos sonidos <http://esqs.com/bely>

HOT SUGAR MAMA
NUEVOS SONIDOS
www.esQuisses.com

Like Comment Share

👍👎❤️ 2K Top Comments

175 shares

Public Figure

Search for posts on this Page

9,658,321 people like this

Invite friends to like this Page

ABOUT

esQuisses es un sitio de periodismo creado para la difusión, promoción y análisis de todo el movimiento artístico...
www.esquisses.net

Impressum [?]

VIDEOS

103



104



Soporte	Dimensiones	Sistema de color
Digital/Redes sociales	1200x628px / 600x600px	RGB

Manual de uso correcto

El manual es el recopilatorio de todas las instrucciones e información relevante para diseñadores que retomen el tema dentro de la organización.

Esta pieza se apega al concepto desde la utilización de elementos como la carátula que le muestran al lector una vista de las temáticas con el estilo de las publicaciones.

Se continúa con el estilo durante todo el manual con la utilización de las tipografías definidas para la marca, los colores, elementos gráficos que le dan al usuario una inmersión gráfica de cómo es el estilo que se plantea para esQuisses.





esQuisses

MANUAL PARA PUBLICACIONES DIGITALES

Portada

Manual publicaciones digitales

a.1) Tipografía principal

La tipografía seleccionada para los títulos, debe ser fácil de leer, que se pueda distinguir fácilmente como un texto principal y que además represente a esQuisses. Por esta razón, se eligió la tipografía que se utiliza en el logotipo principal de la marca.

CC Esta tipografía es libre de utilizar brindando el debido reconocimiento al autor

SALOMÉ

12 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z Abecedario

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 Números

¿ ? , ! " # \$ % & / () ' * + , : ; @
Ñ ñ Caracteres especiales

ej. "El arte de las calles"

Manual publicaciones digitales

b.1) Métricas de uso

normas de uso correcto

Cuando se busca unidad en piezas de diseño, una parte esencial es la correcta utilización de espacios dentro las composiciones.

Los márgenes son una parte importante para mantener una buena estética, así como evitar perder contenido en los recortes provocados por las diversas resoluciones.

En el siguiente diagrama se puede observar como se distribuyen los elementos en una publicación.

19

titulos i

Subtítulos iv

ii Iconos

iii Logo

EL DISCO NUEVO DE LA ROOT
POR: PEP BALCARCEL

ELEMENTOS GRÁFICOS

11

ESQUEMAS ESTÁN GRUPO DE ELEMENTOS INDEPENDIENTES QUE, SI BIEN HAN SIDO DISEÑADOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN ADIFERENCIADOS (TRÁFICO, BREVES, TENDENCIAS, RESPONDERA LA PROBLEMÁTICA DE LA AGENCIA DE UN MEDIO ADECUADO PARA LA EFECTIVA PROMOCIÓN Y ANÁLISIS DEL MOVIMIENTO ARTÍSTICO Y CULTURAL DE SU TIEMPO.

LOS CARACTERÍSTICAS QUE DEBE TENER LA MARCA VISUALMENTE DEBE SER: SENCILLA Y CALIDOSA Y LIMPIDE. DESPUÉS DE REALIZAR UN ANÁLISIS SE UTILIZAN ELEMENTOS COMO TIPOGRAFÍA, FORMAS Y TRAZOS ADIFERENCIADOS. ESTO SE DEBE A SU FORMA FENOMENAL QUE COMBINA LA CREATIVIDAD DE LA EXPRESIÓN ARTÍSTICA EN SU TIEMPO.

Portadilla

Manual publicaciones digitales

aplicaciones de marca

Cover Photo

La foto de portada es un elemento alternativo útil para transmitir un mensaje importante a los usuarios. Esto se debe a que por el tamaño que se le brinda en la página permite que sea un elemento llamativo y será muy probablemente el primer elemento que observen los visitantes.

La dimensión que tiene la portada es un elemento que provoca muchos problemas, ya que se muestra en una diferente relación de tamaño en computadoras y en dispositivos móviles. Esas es un factor que se debe de tener en cuenta al momento de diseñar ya que se pueden perder elementos importantes.

36

Version desktop

Version móvil

640px x 360px

820px x 312px

Según el esquema anterior, se demuestra que es necesario tomar en cuenta que existe un espacio que se puede perder al momento de ver la portada en diversos dispositivos. Por esta razón, se recomienda que se utilice una resolución de 820px de largo (el largo del cover en desktop) y 360px de alto (como la versión móvil). Además, se recomienda que la información relevante se ingrese en la parte central en un espacio de 640px de largo por 312px de largo que es el área segura a verse en cualquier resolución.

Manual publicaciones digitales

aplicaciones de marca

Publicaciones regulares

Las publicaciones que comparten en facebook pueden tener diversas resoluciones y cumplir diversas funcionalidades.

Post imagen

Si se desea compartir una imagen con información, se recomienda que se utilice un formato cuadrado o ligeramente rectangular. Esto debido a la alta utilización de la red social en móviles, haciendo de los formatos cuadrados ideales para funcionar tanto en computadoras como en móviles.

Post enlace

Muchas de las publicaciones que comparte esQuisses son diseñadas para dirigirse a los usuarios hacia el sitio web oficial, sin embargo facebook se enfoca en que todo el contenido que se comparte en su plataforma sea lo más visual posible. Por esta razón los enlaces siempre van acompañados de una imagen obtenida desde el sitio web o que pueda seleccionar quien comparte el mismo. Para estas imágenes facebook recomienda utilizar una resolución de 1,200px de ancho por 628 de alto o bien mantener una relación de imagen de 1.8 x 1.

106

Ejemplo Post imagen

Ejemplo post enlace

HOT SUGAR MAMA

NUEVOS SONIDOS

www.esquisses.com

www.esquisses.com

37

Páginas internas

Soporte	Dimensiones	Sistema de color
Impreso & PDF	11x8.5 pulgadas	CMYK & RGB

Festival CinQ

Para trabajar las piezas del festival de aniversario de esQuisses se analizó la frase conceptual: “Fiesta de expresiones alucinantes”. Este concepto indica que se tenía que trabajar bajo una línea distinta y llamativa, para hacer referencia al término “alucinantes” que es el que más peso tiene dentro de la frase.

Tipografía

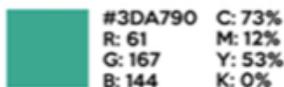
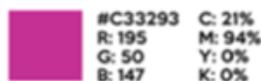
Debido a que el festival busca atraer seguidores potenciales a la asociación, se tomó la decisión de utilizar otra tipografía para la línea visual del festival. La tipografía Gotham de la familia Sans- Serif, es una tipografía moderna creada por el diseñador Tobias Frere-Jones en el año 2000. Esta tipografía obtuvo popularidad por ser usada en la campaña presidencial de Barack Obama. Se considera una tipografía de alta demanda para materiales publicitarios por su fuerte visibilidad y es muy popular en temáticas de jóvenes.

Para el logotipo del festival se dibujó una tipografía con el propósito de generar un logo dinámico y fluido que a su vez hiciera referencia a la asociación.



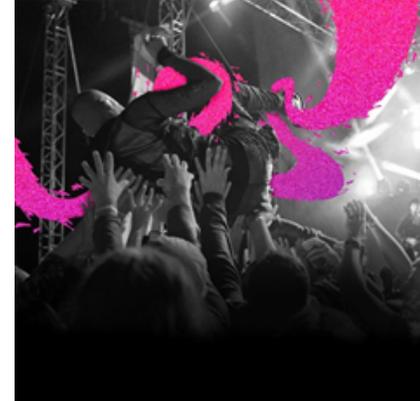
Paleta de colores

Se considera el color como un elemento visual de suma importancia en las piezas. Se aplican diferentes tonalidades para identificar las temáticas culturales que expone la asociación en sus redes sociales. En las piezas del festival resaltan tonalidades brillantes de colores como: rosado, morado, verde y turquesa. El morado es el símbolo de la templanza, la reflexión y lucidez. Es un color místico. El verde es el color más tranquilo y sedante. Evoca vegetación, frescura y el mundo natural. Es el color de la calma y no transmite emociones como tristeza. Suscita esperanza y vida renovada. El rosado simboliza la timidez y el candor. Es un color suave, romántico, fantasioso.



Imágenes

En las piezas del festival se utilizan las imágenes como un elemento visual encargado de transmitir el mensaje de “expresión alucinante”. Las imágenes son fotografías alteradas en blanco y negro con colores que mezclan la técnica hecha a mano y digital.



108



Naming

El nombre CinQ surgió a partir de una investigación realizada por el equipo de trabajo. Con base en el término esQuisses, cuyo nombre es de origen francés. Se buscó una palabra que reflejara la actividad al mismo tiempo que el estilo de la marca. Por esta razón, se eligió la palabra “cinq” que es de igual manera de origen francés y significa “cinco” perfecto para la ocasión. Un detalle interesante es que por la utilización de la letra Q al final de la palabra se pudo conectar más a la marca.

Formatos

Se eligieron como principales medios para trasladar la información los siguientes: Redes sociales de esQuisses, afiches impresos en los diversos centro culturales asociados a la marca, una animación y un filtro de viralización para el evento en vivo.

Estos fueron seleccionados basándose en la actividad que muestra el grupo objetivo, para lograr de esta manera alcanzar a los usuarios de manera efectiva.

Logotipo

Una vez realizada la investigación de color y tipografía, se procedió a diseñar el logotipo de la actividad. Con la combinación entre la tipografía script y el espacio de fondo, se logró conectar la frase conceptual "Fiesta de expresiones alucinantes" ya que permitía una relación directa con actividades culturales.



Campaña expectativa

El objetivo de generar una campaña de expectativa es de despertar la curiosidad de los usuarios, por eso se creó una serie de piezas que le dan un poco de información a los usuarios sobre una actividad sorpresa.



Cover expectativa redes sociales



111



Soporte	Dimensiones	Sistema de color
Digital/Redes sociales	820x312px	RGB

Profile picture expectativa



112



Soporte	Dimensiones	Sistema de color
Digital/Redes sociales	800x800px	RGB

Gif expectativa



113



Soporte	Dimensiones	Sistema de color
Digital/Redes sociales	800x800px	RGB

Activación BTL expectativa



Con el objetivo de generar una viralización del festival, se propone la idea de realizar una activación BTL. Esta anunciará los puntos de encuentro en redes sociales y ese mismo día se hará entrega de las entradas junto con un "Secret Playlist" del festival.

Campaña revelación

Dos meses previo al festival, se planea revelar la actividad con todos los detalles. La campaña de revelación involucra más piezas, entre ellas la creación de una serie de afiches, publicaciones digitales de mantenimiento para informar a los usuarios del evento y una animación promocional que invitará a los interesados a participar de un modo más visual y llamativo.



Afiches



116



Soporte	Dimensiones	Sistema de color
Texcote	11x17 pulgadas	CMYK

Publicaciones Web



117



Soporte	Dimensiones	Sistema de color
Digital	1200x800px/800x700px	RGB

Cover revelación



118



Soporte	Dimensiones	Sistema de color
Digital/Redes sociales	820x312px	RGB

Gif revelación



119



Soporte	Dimensiones	Sistema de color
Digital/Redes sociales	600x600px	RGB

Animación



120

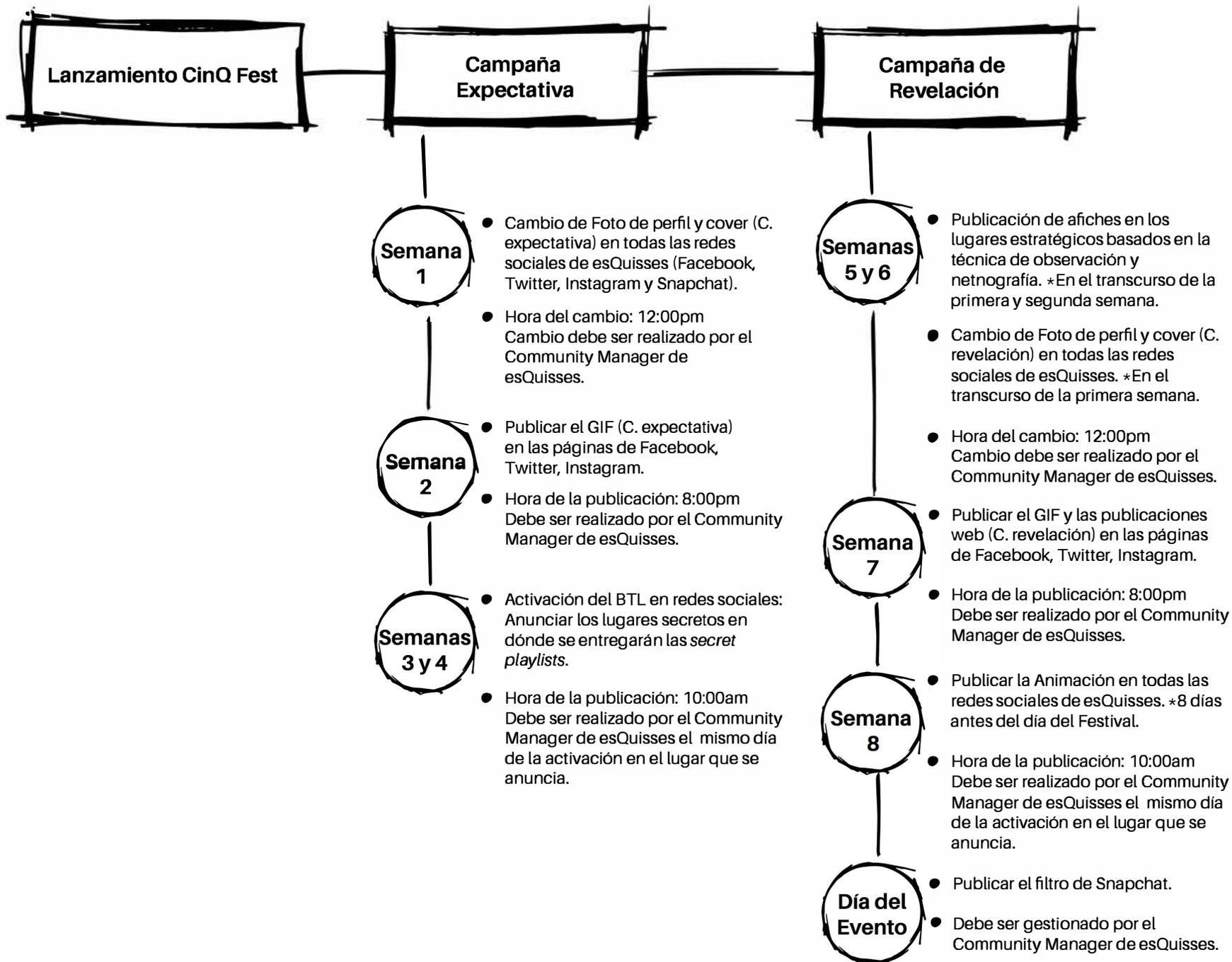


Soporte	Dimensiones	Sistema de color
Digital/Youtube	1920x1080px	RGB

Diagrama de flujo y calendarización de publicaciones para el lanzamiento (C. expectativa y revelación) del festival CinQ Fest

Dos meses previo al festival, se planea dar inicio a la campaña expectativa, seguido por la campaña de revelación del festival. A continuación se presenta el diagrama de flujo con los detalles de como se llevará a cabo el lanzamiento del festival.





Planificación del BTL y su Activación

A continuación se presentan las especificaciones de como ejecutar la activación del BTL.

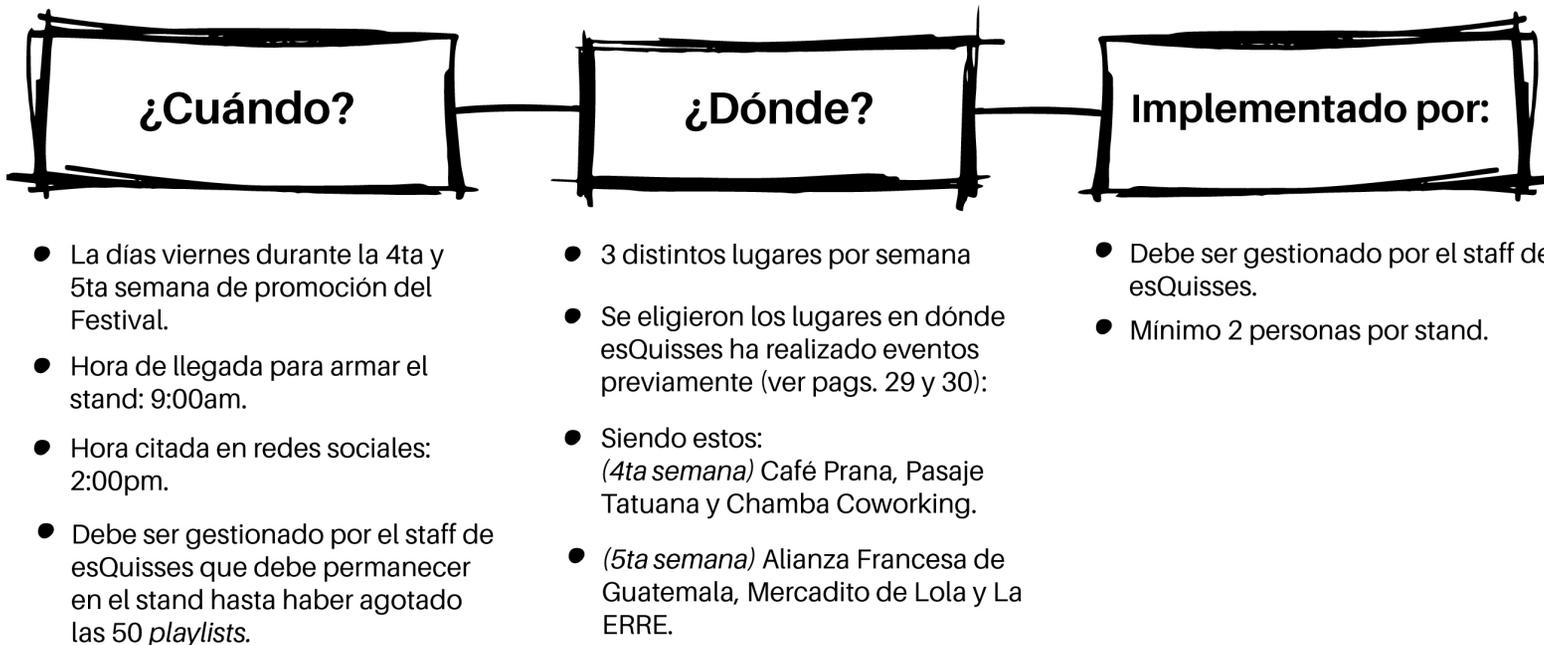


¿En qué consiste?

La activación del BTL consiste en anunciar (a través de las redes sociales de esQuisses) lugares secretos en donde se estarán entregando gratis las *secret playlist* en los stands de CinQ Fest.

Cada *secret playlist* se compone de un folder membretado con la imagen del festival, el link de la playlist en *spotify* y un brazalete de entrada de cortesía para el festival.

Se entregarán 50 *secret playlists* a las primeras 50 personas en llegar a cada lugar.



Producción y reproducción

Especificaciones técnicas

A continuación se enlistan de forma individual las piezas gráficas que integran la propuesta gráfica, describiendo los aspectos técnicos de cada una. Esto servirá para facilitar la reproducción de las piezas gráficas.

Los archivos de la campaña se dividen por carpetas según cada medio de reproducción y subcarpetas según cada pieza y su editable.

Publicaciones esQuisses

Iconografía

Nombre del archivo: Iconos.ai

Descripción: Editable de íconos para publicaciones digitales. Resolución 960x560 pixeles. Modo de color RGB.

Post cuadrado

Nombre de archivo: Post_cuadrado.psd

Descripción: Editable de archivo para publicaciones con dimensión cuadrada. 800x800 pixeles a una resolución de 72dpi, modo de color RGB.

Post enlace

Nombre del archivo: Post_enlace.psd

Descripción: Editable de archivo para publicaciones de redirección hacia el sitio web. Dimensiones 1200x628 pixeles a una resolución 72 dpi, modo color RGB.



Festival CinQ

Logotipo

Nombre del archivo: LogotipoRGB.ai y LogotipoCMYK.ai

Descripción: Editables vectorizados, JPG y PNG desarrolladas en Adobe Illustrator CC con dimensiones de 600 x 300 píxeles a una resolución de 300 dpi, con modo de color RGB y CMYK.

Cover expectativa

Nombre del archivo: Cover_1.jpg

Descripción: Imagen para redes sociales, dimensiones de 820x312 píxeles a una resolución de 72dpi, modo color RGB.

Profile pic expectativa

Nombre de archivo: Profile_ex.jpg

Descripción: Imagen para foto de perfil redes sociales, dimensiones de 800x800 píxeles a una resolución de 72dpi, modo de color RGB.

Gif expectativa

Nombre del archivo: Gif_expectativa.gif

Descripción: Animación para redes sociales, dimensiones de 600x600 píxeles a una resolución de 72dpi, modo de color RGB.

Cover revelación

Nombre del archivo: Cover_2.jpg

Descripción: Imagen para redes sociales, dimensiones de 820x312 píxeles a una resolución de 72dpi, modo color RGB.



Profile pic revelación

Nombre de archivo: GIF_Profile_Revelación.gif

Descripción: Imagen gif para foto de perfil redes sociales, dimensiones de 800x800 pixeles a una resolución de 72dpi, modo de color RGB.

Post Web

Nombre del archivo: Post_Web1.jpg y Post_Web2.jpg

Descripción: Imagen para redes sociales, dimensiones de 1200 x 880 pixeles y 1200 x 1056 pixeles a una resolución de 72dpi, modo color RGB.

Gif revelación

Nombre del archivo: Gif_revelación.gif

Descripción: Animación para redes sociales, dimensiones de 600x600 pixeles a una resolución de 72dpi, modo de color RGB.

Animación

Nombre del archivo: Cinq_Fest.mp4

Descripción: Video promocional para festival Cinq, dimensiones de 1920 x 1080 pixeles.

Filtro viralización

Nombre del archivo: Filtro_Snapchat.png

Descripción: Geofiltro para red social Snapchat, dimensiones 750 x 1334 pixeles. Resolución 72 dpi, modo de color RGB. Transparencia.

Afiche

Nombre de archivo: Afiche_1.jpg y Afiche_2.jpg

Descripción: Afiche listo para impresión, dimensiones 11 x 17 pulgadas, resolución 300 dpi, modo de color CMYK.



BTL Pop

Nombre del archivo: BTL_banner.jpg

Descripción: archivo listo para impresión en vinil, dimensiones 2 x 3.5 metros, resolución 150 dpi, modo de color CMYK.

BTL carpeta informativa

Nombre del archivo: BTL_carpeta.ai

Descripción: archivo listo para impresión folder dúplex con información de los beneficios de la activación. Dimensiones 8.5 x 11 pulgadas, resolución 300 dpi, modo de color CMYK.

Brazalete

Nombre del archivo: brazalete.pdf

Descripción: archivo listo para bordado en brazalete. Dimensiones 2.5 x 10 centímetros. Resolución 300 dpi, modo de color CMYK.

Playlist

Nombre del archivo: Spotify_thumbnail.jpg

Descripción: archivo para enviar a Spotify para playlist de Cinq Fest. Dimensiones: 400 x 400 pixeles, resolución 72 dpi, modo de color RGB.



Informe técnico

A continuación se presenta el informe dirigido al diseñador de la asociación esQuisses, y el informe que se le entregará a la persona de imprenta encargada de reproducir las piezas, con el fin de estipular la distribución de los archivos y aspectos técnicos del conjunto de piezas propuestas. En el CD que se le entregará se encuentra la totalidad de dichas piezas para su reproducción.

Guatemala, 25 de noviembre 2016

A quien interese,

El motivo de la presente es para hacer de su conocimiento las especificaciones técnicas de las piezas para las publicaciones digitales de esQuisses año 2017 y de la campaña para el festival de quinto aniversario, que se encuentra en el CD adjunto.

Carpeta	Sub carpeta y/o nombre archivo	Especificaciones	Descripción
Publicaciones digitales			
Fuentes	Salome Aileron Familia completa	Encontrará los archivos listos para ser instalados en la computadora con su respectiva licencia de uso.	Archivos OTF y TTF
Iconos	PNG Icono_música.png Editable Iconos.ai	Encontrará los iconos en formato PNG listos para ser utilizados y archivo editable para modificar.	Resolución: 300dpi Modo de color: RGB
Posts	Posts publicaciones Post_cuadrado.psd Post_enlace.psd	Encontrará los editables para poder modificar los artes con carpetas para cada temática	Resolución: 72dpi Modo de color: RGB



Carpeta	Sub carpeta y/o nombre archivo	Especificaciones	Descripción
Festival Cinq			
Logotipo	JPG Logotipo.jpg PNG Logotipo.png Editable LogotipoRGB.ai y LogotipoCMYK.ai	Encontrará los diversos formatos y opciones para su aplicación dependiendo su uso.	Resolución: 300 dpi Modo de color: RGB y CMYK
Cover expectativa	JPG Cover_1.jpg	Archivo listo para subir a redes sociales de expectativa del evento	Resolución: 72dpi Modo de color: RGB
Profile pic expectativa	JPG Profile_ex.jpg	Archivo listo para subir a redes sociales de expectativa del evento	Resolución: 72dpi Modo de color: RGB
Gif Expectativa	GIF Gif_expectativa.gif	Animación para redes sociales para expectativa del evento	Resolución: 72dpi Modo de color: RGB
Cover Revelación	JPG Cover_2.jpg	Archivo listo para subir a redes sociales de expectativa del evento	Resolución: 72dpi Modo de color: RGB
Profile pic revelación	JPG Gif_profile_revelación.jpg	Archivo listo para subir a redes sociales de expectativa del evento	Resolución: 72dpi Modo de color: RGB



Gif revelación	GIF Gif_revelación.gif	Animación para redes sociales para expectativa del evento	Resolución: 72dpi Modo de color: RGB
Animación	Cinq_Fest.mp4	Video promocional para festival Cinq	Formato: MP4 Dimensión: 1920x1080
Filtro viralización	PNG Filtro_Snapchat .png	Archivo listo para enviar a Snapchat	Resolución: 72dpi Modo de color: RGB
Afiches	JPG Afiche_1.jpg Afiche_2.jpg	Afiches listos para impresión para promoción del evento.	Resolución: 300dpi Modo de color: CMYK

Cualquier duda o comentario estamos a las órdenes.

Reciba un cordial saludo.

Atentamente,

Antonio Polanco
5109-3417
Tonypolanco1694@hotmail.com

Francisco Rodriguez
3054-0582
francisjrodriguez@gmail.com



Guatemala, 25 de noviembre 2016

A quien interese,

El motivo de la presente es para hacer de su conocimiento las especificaciones técnicas de las piezas para las publicaciones digitales de esQuisses año 2017 y de la campaña para el festival de quinto aniversario, que se encuentra en el CD adjunto.

Picza	Nombre del archivo	Especificaciones	Cantidad
Afiches	JPG Afiche_1.jpg Afiche_2.jpg	Impresión 11x17 pulgadas, en papel texcote 12. Impresión láser de alta calidad	100 afiches

Cualquier duda o comentario estamos a las órdenes.

Reciba un cordial saludo.

|

Atentamente,

Antonio Polanco

5109-3417

Tonypolanco1694@hotmail.com

Francisco Rodriguez

3054-0582

francisjrodriguez@gmail.com



Presupuesto de diseño e impresión

A continuación se presenta el costo detallado de las piezas elaboradas para la creación de imagen para publicaciones digitales y festival de quinto aniversario para la organización esQuisses.

El presupuesto de diseño se elaboró con base en la creación de las publicaciones digitales, manejo diario de redes sociales. Además, la elaboración de la campaña para el festival.



Cantidad	Descripción	Precio
	Desarrollo de concepto para publicaciones y manual de buen uso	Q5,000
6	Íconos para identificar temáticas	Q600
6	Templates genéricos para publicar sobre los temas	Q1,200
	Desarrollo de concepto y naming para festival quinto aniversario	Q1,500
1	Logotipo de festival con dos adaptaciones	Q2,000
6	Piezas para promocionar el evento en redes sociales	Q1,250
3	Animaciones Gif para promocionar el evento	Q600



Cantidad	Descripción	Precio
2	Afiches para impresión	Q300
1	Filtro de viralización para snapchat	Q150
1	Animación promocional de 1 minuto con locución	Q3,500
	Montajes para visualización de las piezas	Q500
	Servicios prestados por cotización	Q480
Total	Q17,080	

*Se debe dar un anticipo del 50% para iniciar el proceso de diseño y el resto contra entrega



Presupuesto de reproducción

Debido a que la campaña se constituye en su mayoría por piezas digitales las cuales no tienen costo alguno de reproducción más que para la difusión del contenido en redes sociales y el costo de subir el filtro de viralización de Snapchat. A continuación se listan las piezas publicitarias y promocionales impresas que componen la campaña.

Para determinar el presupuesto se hicieron cotizaciones en diferentes centros de impresión digital, serigrafía, litografía, así como la elaboración de artículos promocionales; determinando así las mejores opciones en costo, calidad y tiempo para desarrollar en tiempo la propuesta.

Para la impresión del manual y los afiches se cotizó en diversos centros de impresión digital debido a la cantidad que sería necesario imprimir. Algunos de los lugares fueron TheSign, Visión Digital y Print It. Siendo TheSign la seleccionada para imprimir el manual debido a que manejan los mejores precios y calidad de trabajo, y Visión Digital los seleccionados para imprimir los afiches debido a su buen precio y además de encontrarse a una distancia cómoda para el cliente.



Proveedor	Cantidad	Descripción	Precio
TheSign	1	Manual para uso correcto de marca en papel Couche con portada en papel texcote y empastado.	Q501
Visión Digital	100	Afiches tamaño doble carta papel texcote	Q1,200
Total:			Q1,701



Inversión total

Tomando en cuenta la elaboración del diseño y el presupuesto de reproducción según los proveedores seleccionados, se presenta el costo total de la inversión del cliente.

Total de presupuesto de diseño	Q17,080
Total de presupuesto de impresión	Q1,701
Total	Q18,781



Conclusiones

Se decidió trabajar un manual de identidad visual para identificar y diferenciar las diferentes temáticas culturales que publica la asociación. Se eligió trabajar una campaña publicitaria para el Festival de Aniversario que busca captar la atención y producir más demanda de parte de los seguidores de esQuisses.

El manual de identidad visual se trabajó bajo el concepto “Trazos que originan la cultura” y el Festival bajo el concepto “Fiesta de expresiones alucinantes”. El primer concepto representa el estilo identificado en la asociación. El concepto del festival hace alusión a un festival que emociona colectiva e imaginativamente.

Para el festival se propuso un material publicitario dividido en campaña expectativa y revelación compuesto de GIFs, una animación y material para web para redes sociales y afiche para publicidad impresa.

En conjunto, el propósito de las piezas motivan a que el grupo objetivo mantenga una relación con la asociación y genere más seguidores con las actividades que realiza. Por esta razón se utilizaron técnicas como “observación a la hora de” y “netnografía”, las cuales sirvieron para identificar los hábitos y preferencias de los seguidores de esQuisses para así plasmar los objetivos de diseño con base en el análisis de resultados.

Recomendaciones

Para entidades que funcionan en la red se recomienda establecer un manual de identidad visual que refuerce las publicaciones en los diferentes medios en línea.

Para promocionar eventos culturales y festivales se recomienda utilizar animaciones, GIFs y filtros para aprovechar las herramientas digitales y la publicidad en redes sociales.

Al desarrollar el logotipo de una marca, se recomienda proporcionar una continuidad visual y no salirse de la línea previamente establecida. De esta forma se reforzará la asociación con la marca.



Referencias bibliográficas

A

Arens, W. (2000) Publicidad. Ciudad de México. McGraw-Hill.

B

Buddy media. (2012). Strategies for effective facebook wall posts. Extraída el 20 de septiembre de 2016 (En red). Disponible en: <http://www.slideshare.net/chrisrawlinson/buddymedia-strategies-for-effective-facebook-wall-posts>

Bilz, S., Klanten, R. y Mischler, M. (2008). El pequeño sabelotodo. México: Editorial Index Book.

C

Casas, J. (2015). Como hacer un post de facebook exitoso y mejorar el alcance de tus seguidores. Extraída el 23 de agosto 2016, de Postcron Sitio web: <http://postcron.com/es/blog/como-hacer-un-post-exitoso-y-mejorar-el-alcance-de-tu-pagina-en-facebook/>

Cecyte. (2010). Eventos culturales. Extraída el 20 de septiembre de 2016 (En red). Disponible en: <http://es.slideshare.net/angelucmex/eventos-culturales-3814408>

Cohen, G. (2012). Creating a Social Media Style Guide. Extraída el 2 de octubre de 2016 (En red). Disponible en: <http://meetcontent.com/blog/creating-a-social-media-style-guide/>

D

Davidson, H. (2013). How Not to Promote Concerts & Music Festivals. Concert Promotions Manual. Extraída el 2 de octubre de 2016 (En red). Disponible en: <http://www.digitaldownloads.io/fonts/proxima-nova-gotham-font-family/>

E

Entrepreneur. (2016). Nombrar Tu Marca. Extraída el 18 de septiembre de 2016 (En red). Disponible en: <https://www.entrepreneur.com/article/269060>

F

Frascara, J. (2006). El diseño de comunicación. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito

G

Grupo corporación corporativa. (2016). Comunicación corporativa digital. Extraída el 18 de septiembre de 2016 (En red). Disponible en: <https://gruporeputacioncorporativa.com/profesionales-proyectos-comunicacion-corporativa-digital/>

K

Kabani, S. (2012) El Zen del social media marketing. Madrid: Anaya Multimedia.

Kotler, P., Armstrong, G., Hall, P. (2004). Fundamentos del marketing. México: McGraw-Hill



L

Lara T., Piñero A. (s.f.) Producción audiovisual. España.

López, R., Barrientos, S. y Alfaro, D. (2013). Temáticas para los ejes del diseño gráfico. Proceso estratégico creativo comentado. Guatemala: Cara Parens

N

Nerdtechs (2015). ¿Qué es una campaña digital? Extraída el 20 de septiembre de 2016 (En red). Disponible en: <http://nerdtechs.com/web/que-es-una-campana-digital/>

P

Paredro (2015). Un diseño exitoso en una publicación de redes sociales. Extraída el 20 de agosto de 2016 (En red). Disponible en: <http://www.paredro.com/un-diseno-exitoso-en-una-publicacion-de-redes-sociales/>

R

Recinos, M. y López, R. (2014). Salsas Etnodigráficas: técnicas de investigación para el diseñador gráfico. Guatemala: Cara Parens

Redactor. (2014). Identidad visual corporativa. Extraída el 20 de septiembre de 2016 (En red). Disponible en: <http://www.e02.es/cubic/ap/cubic.php/doc/Identidad-Visual-Corporativa-296.html>

Rodríguez. (2016). Tendencias en diseño web para 2016. Extraída el 20 de septiembre de 2016 (En red). Disponible en: <https://www.40de ebre.com/tendencias-diseno-web-2016/>

Rouse, M. (2015) Social media marketing. Extraída el 22 de agosto de 2016 (En red). Disponible en: <http://whatis.techtarget.com/definition/social-media>

S

Staff creative. Tendencias tipográficas de diseño web para 2016. Extraída el 20 de septiembre de 2016 (En red). Disponible en: <http://www.staffcreativa.pe/blog/tres-tendencias-tipograficas-de-diseno-web-para-este-2016/>

T

Tech Crunch, Snapchat Goes Hard At Coachella With New Dynamic Filters. Extraída el 20 de octubre 2016 (En red). Disponible en: <https://techcrunch.com/2015/04/10/somewhere-special/>

V

Vasca, N. (2016). Difusión 6 tendencias sobre redes sociales para el 2016. Extraída el 20 de agosto 2016 (En red). Disponible en: <https://www.eventbrite.com.ar/blog/difusion/6-tendencias-sobre-redes-sociales-para-el-2016/>

W

Wiedemann, F. (2008). Cómo triunfar en Internet. Guía para el éxito. Madrid: Taschen



ÍNDICE ANEXOS

Anexo 1: Observación del entorno actual	142
Anexo 2: Netnografía Fase 1	144
Anexo 3: Netnografía Fase 2	146
Anexo 4: Proceso de diseño de concepto	148
Anexo 5: Proceso validación de concepto	149
Anexo 6: Proceso de bocetaje	150
Anexo 7: Instrumento de validación	152
Anexo 8: Resultados de validación	157
Anexo 9: Cotizaciones	163



Anexo 1: Observación del entorno actual

1) ¿Qué género está más presente?

Masculino ()

Femenino ()

Ambos, un 50/50 aproximado ()

2) ¿Qué rango de edad está más presente?

13 - 17 ()

18 - 25 ()

26 - 30 ()

31 - 45 ()

3) Según estas características, marque los tipos de personalidad que observa:

Creativa ()

Reservada (✓)

Escéptica ()

Extrovertida (✓)

Emprendedora ()

Líder ()

Introversa (✓)

Carismática ()

Problemática ()

Artística (✓)

Entusiasta ()

Curiosa ()

Innovadora (✓)

Alternativa ()

Sociable ()

4) En el público la mayoría son:

Estudiantes de Bachillerato y Diversificado ()

Profesionales y empresarios ()

Estudiantes Universitarios (✓)

Músicos y artistas ()

5) Al escuchar la música, los asistentes al evento:

Bailan (✓)

Cantan ()

Mueven la cabeza ()

Disfrutan (✓)

Ponen atención ()

Platican ()

Se aburren (✓)

Toman fotos ()

Toman video ()

Publican en redes (✓)

Levantán las manos ()

Apoyan ()

Comen y beben ()

Saltan ()

Se salen ()



6) ¿El área de artistas y diseñadores atrae a la gente?

Si (✓)

No ()

7) ¿Los asistentes del evento compran en la tienda de artistas y diseñadores?

Si (✓)

No ()

8) ¿Con qué frecuencia utiliza el público su celular?

Cada 1-2 min (✓)

Cada 5-10 min ()

Cada 15-30 min ()

No lo utilizaban ()

9) ¿Qué tanta señalética o imagen gráfica del evento está presente?

Mucha (✓)

Suficiente ()

Poca ()

No había ()

10) Marque los tipos de estilo de vestimenta del público:

Rockero (✓)

Hippie ()

Deportivo ()

Urbano/Hip-Hop ()

Desarreglado ()

Skater ()

Hipster/Indie (✓)

Raver/Trance ()

Emo/Punk ()

Metallero ()

Fresa/Preppy ()

Empresarial ()

Alternativo (✓)

Bohemio ()

Nerd/Geek (X)

Otras Observaciones



Anexo 2: Netnografía Fase 1

Netnografía|de avatares e imágenes

Etnografía en las redes que toma los posts de las comunidades virtuales y redes sociales para obtener información que interesa con mayor velocidad.

Ventajas de esta técnica

- Recopilación de posts de usuarios que den a conocer la forma de ser de estas personas, sus opiniones y comentarios a través de su participación en la red.
- Registrar el flujo de presencia en las redes sociales de usuarios que se acercan al grupo objetivo.
- Encontrar lo que esperan y piensan al respecto de una actividad similar a la del proyecto.

Fanpage: Facebook de esQuisses

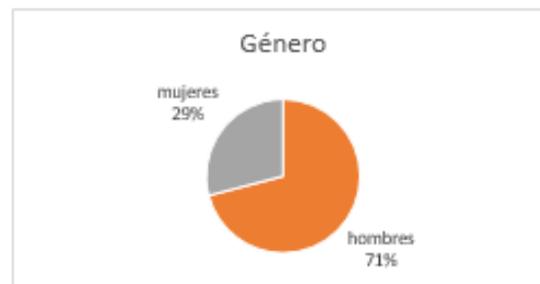
Fase 1

Análisis de interacciones en las publicaciones más recientes de su página.

Se observaron diversas publicaciones en la página oficial de esQuisses. Entre ellas se encontraban las más recientes (para ver el público del día a día de la marca), como también de las publicaciones más populares (para medir lo que causa más impacto dentro de la audiencia).

Los resultados de la observación son los siguientes:

- La mayoría de las personas que interactuaban con las publicaciones eran hombres con un 71% del total.



en es de 32 años.





- Entre los intereses que se observaron del grupo objetivo resaltan los siguientes: **Música nacional y música independiente, actividades culturales, fotografía.**



Anexo 3: Netnografía Fase 2

Fase 2

Estudio de la audiencia de página

Se obtuvo acceso a la administración de la página oficial de esQuisses con el fin de observar los insights detallados de la audiencia general de la organización. Estas son las estadísticas:

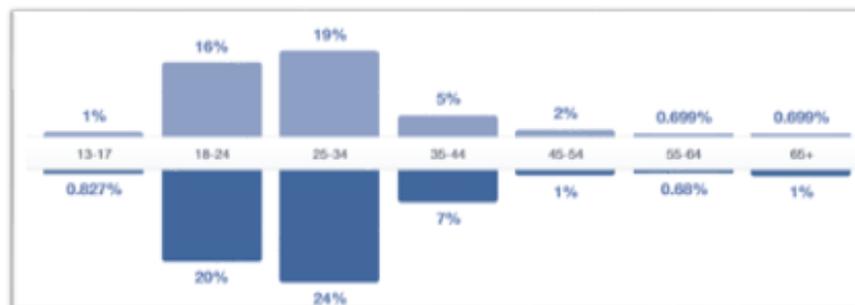
- La audiencia de la página es dividida, por un leve porcentaje son más hombres que mujeres. Sin embargo, el público que se pudo observar interactúa a diario con la marca es distinto (71% hombres).



fuelle: Facebook.com

- El rango de edad es muy similar al visto en la observación de interacciones. Con el rango de edad predominante siendo el de 25 a 34 años de edad.





Fuente: Facebook.com

- Las ubicaciones de los fans se centran en Guatemala, con la mayoría localizados en la Ciudad de Guatemala, seguido por Quetzaltenango y Antigua Guatemala.

Country	Your Fans	City	Your Fans	Language	Your Fans
Guatemala	4,863	Guatemala City, Guate...	4,015	Spanish	3,451
United States of America	150	Quetzaltenango, Quetz...	243	English (US)	900
Mexico	78	Antigua Guatemala, Sa...	65	Spanish (Spain)	898
El Salvador	55	Villa Nueva, Guatemal...	58	English (UK)	114
Costa Rica	36	Mexico City, Distrito Fe...	34	French (France)	27
Argentina	32	Jutiapa, Jutiapa Depart...	29	Portuguese (Brazil)	14
Spain	31	San Salvador, San Sal...	26	Italian	9

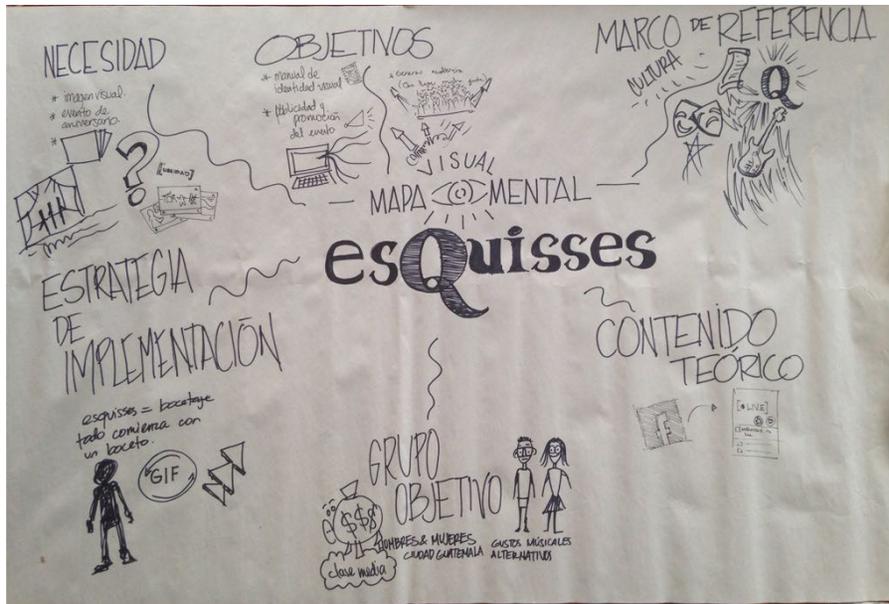
Fuente: Facebook.com

Conclusiones

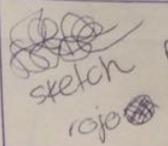
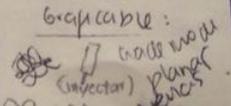
El grupo objetivo principal observado en las redes sociales son jóvenes adultos. Por sus intereses de Facebook, se puede ver que son personas con gustos musicales o artísticos. Muchos de ellos siguen páginas culturales y de artistas nacional. Esto denota que el grupo objetivo apoya mucho el talento nacional, y que asisten a actividades donde pueden demostrar este apoyo.



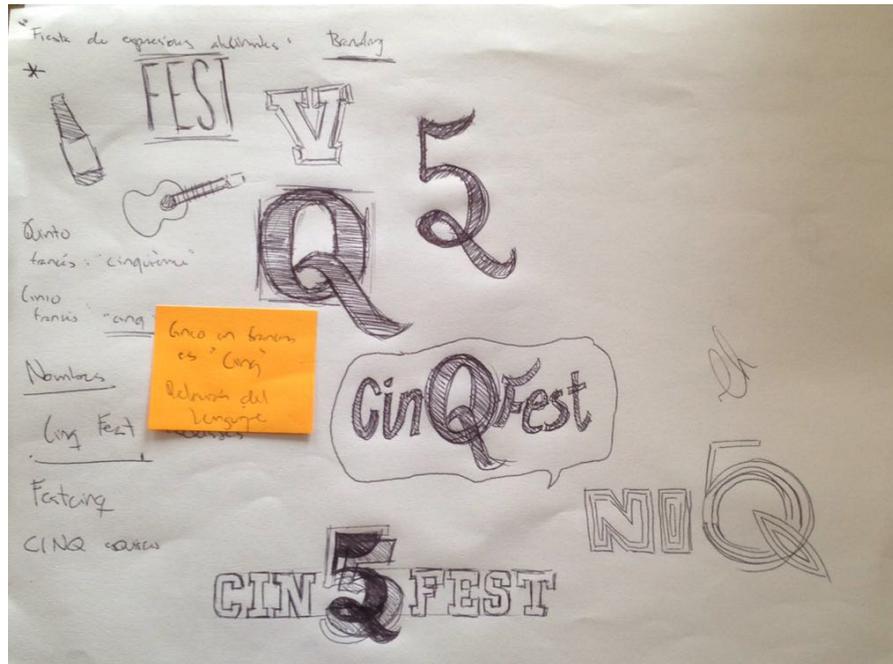
Anexo 4: proceso de diseño de concepto



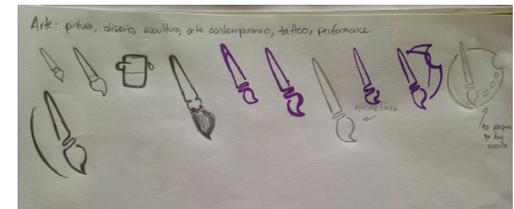
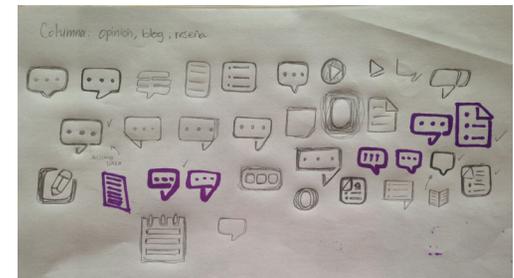
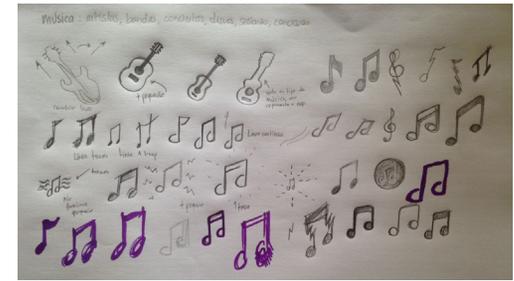
Anexo 5: Proceso validación de concepto

TEMA	ARTE E MOVIMIENTO CULTURAL ARTÍSTICO	Arte Reporte	Cultura artística	Cultura dibujo pintura	Arte digital
G.O	18 Δ 26 ADOLOS NSE: MEDIO, HOMBRES Y MUJERES, MEDIO ALTO	20-40 Media alto Mujeres.	15-20 a NSE medio	Jóvenes millenials (16 a 35 a) extrovertidos nivel medio	Jóvenes adult 20-35 NSE = A medio
Gráfico (formas)	PINCELES, TINTA, 	Curvas Brushes	 sketch piezas rojo	tablete coloration colores azules formas orgánicas texturas	-herramientas de pintura -colores -patrones diferentes
Área de Diseño	MATERIAL IMPRESO/ REDES SOCIALES	Impreso	Materia Educativa impreso	Publicidad Branding editorial	materia Impreso Brand
Figura Retórica	METÁFORA	Metáfora no había espacio	Metáfora	Sinécdoque simil	metáfora
	Tema: Cultura música, arte, escritura	G.O Jóvenes 15-30 años	Gráfico:  (inspector) planif. redes	Área de Diseño Publicidad	Figura metáfora

Festival Cinq



Iconografía



Anexo 7: Instrumento de validación

Expertos en Diseño gráfico

Expertos en diseño gráfico

Nombre: _____ Especialidad de diseño: _____

Grupo objetivo: Hombres y mujeres de 25 a 30 años, gustan de actividades culturales y buscan nuevas tendencias artísticas.

Concepto: "Trazos que originan la cultura"

Seleccione con una X la opción que considere más apropiada.

Manual de publicaciones digitales

		Manual de publicaciones digitales	
Tipografía	1	No ayuda a contextualizar al lector del tema	
		Facilita la lectura del usuario, lo ayuda a contextualizar tema	
		Crea una relación con la marca esQuisses, no facilita la lectura	
	2	Buena utilización de tipografía Serif y San-serif	
		La combinación de tipografías genera conflicto	
		Las tipografías se ven desactualizadas	
	3	Las tipografías expresan diversión.	
		Las tipografías expresan sobriedad	
		Las tipografías expresan seriedad	

Observaciones: _____

Iconografía	1	Representan temáticas culturales claramente. Ej. Arte, Música	
		Se entienden, pero no crean una relación directa con los temas	
		No se entienden los íconos	
	2	Tienen apariencia de vectores	
		Los íconos simulan cliparts	
		Aparentan estar dibujados a mano	
	3	Expresan un estilo artesanal	
		Expresan monotonía	
		Expresan un movimiento cultural	

Observaciones: _____

Paleta de colores	1	No se diferencian lo suficiente para representar los diversos temas	
		Refuerzan la imagen de cada temática	
		No aportan a la temática, utilizar nuevos colores	
	2	Representan una buena selección de colores fríos	
		Hizo falta utilizar colores cálidos* reflejan arte	
		Es necesario resaltar más los colores	
	3	Expresan alegría	
		Expresan sobriedad y seriedad	
		Expresan arte y cultura	

Observaciones: _____

LAYOUT	1	Genera puntos focales y fluidez de lectura	
		Ayuda a una lectura fluida pero no resalta ningún elemento	
		Genera una jerarquía de lectura confusa	
	2	Se aprecia una división de 3 columnas,	
		Es confuso porque no mantiene un orden en su estructura	
		Se aprecia una división de 5 columnas, generando saturación de contenido	
	3	Trasmite un mensaje de limpieza	
		Se asocia con una institución fresca y juvenil	
		Permite percibir una institución seria	

Observaciones: _____



Publicidad Festival 5to aniversario: Logotipo para festival

Concepto: "Fiesta de expresiones alucinantes"

Grupo objetivo: Hombres y mujeres de 25 a 30 años, gustan de actividades culturales y buscan nuevas tendencias artísticas.

Tipografía	1	No funciona para identificar el festival	
		Ayuda a identificar el logotipo y la relación con esQuisses	
		Sirve de identificador del evento, pero no se relaciona a la marca	
	2	La tipografía se mezcla bien con el estilo de la marca	
		El estilo de tipografía elegido no sirve para ser el titular del festival	
		La tipografía funciona, pero no representa a la marca esQuisses	
	3	Expresa celebración y fiesta	
		Expresa seriedad	
		Expresa alucinación	

Observaciones: _____

Isotipo	1	Se relaciona con la marca, pero no aporta personalidad	
		Le da personalidad al evento y se relaciona con la marca	
		No tiene personalidad para ser el identificador del evento	
	2	Tiene un mal acabado, se ve poco profesional	
		Está bien acabado al tener apariencia vectorial	
		Parece ser dibujado a mano	
	3	Expresa un sentimiento artístico	
		Expresa seriedad y monotonía	
		Expresa una sensación de locura	

Observaciones: _____

Paleta de colores	1	No se distingue del fondo.	
		Crea un correcto contraste con el fondo de la composición.	
		Atrae la mirada hacia el logotipo y elementos principales	
	2	Los colores y gradientes son estéticamente buenos	
		Los colores no son funcionales para una actividad cultural	
		Los gradientes crean conflicto con el resto de la composición	
	3	Expresan psicodelia y locura	
		Expresan un tono de antigüedad, de volver a la música hippie	
		Expresa un estilo de arte rústico	

Observaciones: _____

Textura	1	Crea un punto focal dentro de la composición	
		No apoya a resaltar el logotipo dentro del formato	
		Se entiende claramente pero no combina con la composición	
	2	Se aprecia un estilo de píxeles expuestos	
		Se entiende la textura de granulado	
		No se aprecia ninguna textura en el logotipo	
	3	Expresa un estilo artístico de antaño	
		Expresa modernidad	
		Expresa un sentido cultural y artístico	

Observaciones: _____



Publicidad Festival 5to aniversario: Piezas publicitarias

Tipografía	1	Ayuda a una lectura clara de la información del evento	
		Es llamativa pero no se entienden los textos	
		Se pierde la información dentro de la composición	
	2	Las tipografías seleccionadas combinan con el logotipo del evento	
		Las tipografías no reflejan el estilo que se maneja en la composición	
		Combinan con el estilo, pero no muestra una asociación clara la marca	
	3	Expresa seriedad informativa	
		Expresa diversión y alegría	
		Expresa un deseo de misterio en la composición	

Observaciones: _____

Imágenes	1	Representan actividades culturales y musicales	
		Las imágenes fueron seleccionadas al azar	
		No se entiende lo que representan las imágenes	
	2	La técnica de blanco y negro en las imágenes cumple una función de no generar mucho peso en la composición	
		La técnica de blanco y negro no combina con la utilización de color en los otros elementos.	
		La técnica de blanco y negro se ve estéticamente bien pero no genera valor a la propuesta.	
	3	Expresan una actitud de energía	
		Expresan seriedad	
		Expresan un sentimiento solemne	

Observaciones: _____

Paleta de colores	1	Genera un contraste evidente con la paleta seleccionada en el logotipo	
		Se mezcla con el logotipo para mostrar unidad	
		Se aprecia cierta similitud, pero no del todo con los colores del logotipo	
	2	Se acopla bien al formato logrando resaltar los elementos correctos dentro de la composición	
		La selección de colores crea un contraste leve entre los elementos y el fondo	
		La selección crea contraste, pero no es llamativa para informar sobre el festival	
	3	Genera una expresión de minimalismo	
		Genera una expresión de arte complejo	
		Genera una expresión de flat <u>design</u> .	

Observaciones: _____

Formatos	1	Los formatos seleccionados son los necesarios para alcanzar al grupo objetivo	
		Los formatos pudieron ser utilizados de una manera alternativa	
		Los medios elegidos no bastan para dar a conocer el evento	
	2	Los diseños obedecen las medidas correctamente dependiendo el formato	
		Se pierde información debido a un problema de resolución	
		En algunos medios no funciona la publicidad seleccionada	
	3	Expresa un estilo urbano	
		Expresa un estilo moderno pop	

Observaciones: _____



Expertos en el tema

Expertos en el tema

Nombre: _____ Profesión: _____

Concepto: "Trazos que originan la cultura"

Grupo objetivo: Hombres y mujeres de 25 a 30 años, gustan de actividades culturales y buscan nuevas tendencias artísticas.

Publicaciones digitales

Tipografía	1	La tipografía representa a la marca esQuisses en base a sus previas publicaciones		
		La tipografía seleccionada es algo distinto a lo previamente usado por la marca, pero funciona para representarla		
		La tipografía es visualmente agradable pero no tiene relación con la asociación esQuisses		
		La tipografía no representa una conexión a la vida cultural		

Observaciones: _____

Iconografía	2	Los íconos son fácilmente identificables a la temática que representan		
		Las formas guardan el estilo de esQuisses y se entiende a que hacen referencia		
		Es obvia la relación que los íconos tienen con la marca, pero no con las temáticas		
		No se entiende la temática a la que hace referencia cada ícono		

Observaciones: _____

Colores	3	Los colores seleccionados guardan similitudes con la marca al mismo que sirve para representar las diversas temáticas de la asociación		
		La paleta de colores funciona para representar las diversas temáticas, pero no tienen una relación con la marca		
		La paleta no tiene una variedad tan extensa para representar correctamente cada temática		

Observaciones: _____

El diseño en general	4	El diseño de los artes hace alusión al estilo de la página web		
		El diseño cubre la información necesaria para informar al usuario sobre el tema		
		La elección del diseñores diseñores refleja el estilo de un portal cultural pero no esQuisses		
		El arte causa que el grupo objetivo identifique las publicaciones con esQuisses		

Publicidad Festival 5to aniversario: Logotipo para identificar el festival

Concepto: "Fiesta de expresiones alucinantes"

Grupo objetivo: Hombres y mujeres de 25 a 30 años, gustan de actividades culturales y buscan nuevas tendencias artísticas.

Tipografía	1	La tipografía funciona para identificar un festival de música que es del colectivo esQuisses		
		La tipografía funciona para anunciar un festival sin embargo no aparenta relación con la marca.		
		La tipografía apoya la relación entre el festival y la marca, pero no es lo suficientemente llamativa para un festival.		
		La tipografía parece ser parte de otra marca y no es llamativa		

Observaciones: _____

Ícono	2	Se entiende claramente la combinación entre la Q y el número 5 para explicar gráficamente el tema de la actividad		
		Se siente forzada la relación del número 5 dentro de la frase		
		No se entiende a primera vista la utilización del número dentro del logotipo		
		El 5 pudo haber sido mejor colocado para su apariencia más obvia		

Observaciones: _____

Paleta de colores	3	Los colores utilizados son llamativos para el festival, apoyando en el objetivo de conseguir participación		
		Los colores son estéticamente agradables, pero no son muy llamativos		
		Las selecciones de colores no aportan lo necesario para identificar el festival esQuisses 5 años		

Observaciones: _____

Textura	4	La idea es buena, pero puede tener otro acabado		
		La textura le agrega volumen al logotipo haciéndolo más llamativo		
		No apreció ninguna textura en el logotipo		
		No debe tener textura, mejor liso		

Observaciones: _____



Grupo objetivo

Grupo Objetivo

Nombre: _____ Edad: _____

Publicaciones Redes sociales

1. Los colores seleccionados le parecen:
 - a. Llamativa, colores faciles de recordar
 - b. Es aburrida, se confunden
 - c. Puedo asociar los colores con los temas de la marca
 1. Que colores recomendaría:

2. Los dibujos de las temáticas los considera:
 - a. Me recuerdan a cada tema
 - b. Son atractivos, pero no hacen alusión a un tema específico
 - c. Se diferencian entre ellos
 1. Comentarios iconografía:

3. La tipografía utilizada:
 - a. Está interesante, me recuerda a esQuisses
 - b. No me llama la atención
 - c. Me recuerda a esQuisses, pero no me provoca leer la información
 1. Comentarios tipografía:

4. El diseño en general considera:
 - a. Es agradable, se nota que son de la marca esQuisses y tienen el mismo estilo
 - b. Tienen el mismo estilo, pero no los relaciono a la marca
 - c. No veo una mejora a la propuesta actual de sus redes sociales
 1. Comentarios del diseño:

Comentarios Adicionales:

Festival CinQ

Logotipo del festival

1. El logotipo creado para identificar el festival le parece:
 - a. Es interesante, fácil de recordar y llama la atención para asistir al festival
 - b. Esta atractivo, pero no me provoca asistir
 - c. No lo veo como un logotipo en sí
 1. Observaciones logotipo:

Publicidad y material promocional

2. Las imágenes utilizadas en el material las considera:
 - a. Me recuerdan a la experiencia de un festival
 - b. Son atractivas, pero se pierden dentro de los artes
 - c. No generan ningún atractivo para asistir al festival
 1. Comentarios **imágenes**:

3. Los textos usted considera:
 - a. Me brindan la información necesaria para saber sobre el evento y dejarme la curiosidad de conocer más
 - b. Tienen la información necesaria y son suficiente para no buscar más información
 - c. El estilo de los textos no me permite entender fácilmente la información
 1. Comentarios tipografía:



Anexo 8: resultados de validación

Expertos en diseño

Respecto a su funcionalidad:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Facilita la lectura del usuario, lo ayuda a contextualizar tema	6 / 55%
2	Crea una relación con la marca esQuisses, no facilita la lectura	5 / 45%
3	No ayuda a contextualizar al lector del tema	0 / 0%

En cuanto a técnica:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Buena utilización de tipografía Serif y San-serif	5 / 45%
2	Las tipografías se ven desactualizadas	5 / 45%
3	La combinación de tipografías genera conflicto	1 / 9%

Hablando de funcionalidad:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Representan temáticas culturales claramente. Ej. Arte, Música	9 / 82%
2	Se entienden, pero no crean una relación directa con los temas	2 / 18%
3	No se entienden los íconos	0 / 0%

En cuanto a técnica:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Aparentan estar dibujados a mano	8 / 73%
2	Los íconos simulan cliparts	3 / 27%
3	Tienen apariencia de vectores	0 / 0%

Al observar la iconografía, percibe un sentimiento:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	artesanal	7 / 64%
2	monotono	2 / 18%
3	movimiento cultural	2 / 18%

La tipografía le expresa:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	seriedad	5 / 45%
2	diversión	4 / 36%
3	sobriedad	2 / 18%

En cuanto a funcionalidad:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	No se diferencian entre ellos	4 / 36%
2	Refuerzan la imagen de cada temática	4 / 36%
3	Crean contraste dentro de las composición	3 / 27%

La paleta seleccionada considera:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Reflejan arte y cultura	5 / 45%
2	Representan una buena selección de colores fríos	4 / 36%
3	Son opacos	2 / 18%

La paleta expresa:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	sobriedad y seriedad	6 / 55%
2	arte y cultura	3 / 27%
3	alegría	2 / 18%

Por su funcionalidad:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Genera puntos focales	7 / 64%
2	Genera una jerarquía de lectura confusa	3 / 27%
3	Ayuda a la lectura fluida pero no resalta elementos	1 / 9%



Visualmente:

10 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Es confuso porque no mantiene un orden en su estructura	5 / 50%
2	Se aprecia una división de 3 a través de todo el manual	5 / 50%
3	Se identifica una división de 5 columnas, generando saturación de contenido	0 / 0%

Lo que el layout transmite es:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Un mensaje limpio	5 / 45%
2	el mensaje de una institución seria	3 / 27%
3	una institución fresca y juvenil	3 / 27%

En cuanto a funcionalidad:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Tiene características apropiadas para ser el identificador de la actividad	6 / 55%
2	Se relaciona con la marca, pero no aporta personalidad al evento	4 / 36%
3	Es un elemento capaz de atraer al grupo objetivo	1 / 9%

Funcionalmente:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Identifica un festival de música y cultura	7 / 64%
2	No tiene el peso para identificar un festival	2 / 18%
3	Tiene relación con la marca esQuisses	2 / 18%

En cuanto a legibilidad:

10 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	No se entiende lo que dice	4 / 40%
2	Se aprecia el nombre del festival	4 / 40%
3	Se puede entender el mensaje completo	2 / 20%

La tipografía me expresa...

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Celebración y fiesta	11 / 100%
2	Alucinación	0 / 0%
3	Seriedad	0 / 0%

La selección de colores en sí:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Es una combinación interesante	8 / 73%
2	Son estéticamente agradables	3 / 27%
3	No funcionan para una actividad cultural	0 / 0%

Dentro de la composición:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Crean un contraste con el fondo	8 / 73%
2	Atrae la mirada hacia el logotipo y los elementos principales	2 / 18%
3	No se distingue del fondo	1 / 9%

Los colores transmiten:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Psicodelia y locura	5 / 45%
2	arte rústico y artesanal	3 / 27%
3	un estilo hippie	3 / 27%

Funcionalmente:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Ayuda a una lectura clara de la información del evento	11 / 100%
2	Es llamativa pero no se entienden los textos	0 / 0%
3	Se pierde la información dentro de la composición	0 / 0%

El estilo de la tipografía:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Combina con el logotipo del evento	6 / 55%
2	Se asocia con la marca	4 / 36%
3	No reflejan el estilo de la composición	1 / 9%

El texto me expresa:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Diversión y alegría	5 / 45%
2	Cultura	3 / 27%
3	Seriedad informativa	3 / 27%



En sentido de funcionalidad:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Representan actividades culturales y musicales	10 / 91%
2	Las imágenes fueron seleccionadas al azar	1 / 9%
3	No se entiende lo que representan las imágenes	0 / 0%

En cuanto a la técnica utilizada en las imágenes:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	La técnica de blanco y negro en las imágenes cumple una función de no generar mucho peso en la composición	9 / 82%
2	La técnica de blanco y negro no combina con la utilización de color en los otros elementos.	1 / 9%
3	La técnica de blanco y negro se ve estéticamente bien pero no genera valor a la propuesta.	1 / 9%

Las imágenes me expresan:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Una actitud de energía	9 / 82%
2	Seriedad	1 / 9%
3	Un sentimiento solemne	1 / 9%

En relación al resto de la composición:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Se mezcla con el logotipo para mostrar unidad	8 / 73%
2	Genera un contraste evidente con el logotipo	2 / 18%
3	Se aprecia cierta similitud, pero no del todo con los colores del logotipo	1 / 9%

En cuanto a la selección de los colores:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Se acopla bien al formato logrando resaltar los elementos correctos dentro de la composición	8 / 73%
2	Crea un contraste leve entre los elementos y el fondo	3 / 27%
3	Crea contraste, pero no es llamativa para informar sobre el festival	0 / 0%

La selección me expresa lo siguiente:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Una expresión de arte	11 / 100%
2	Una esencia de minimalismo	0 / 0%
3	Una inspiración de flat design	0 / 0%

Para trasladar la información del evento:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Los formatos seleccionados son los necesarios para alcanzar al grupo objetivo	8 / 73%
2	Los formatos pudieron ser utilizados de una manera alternativa	3 / 27%
3	Los medios elegidos no bastan para dar a conocer el evento	0 / 0%

Cómo se utilizaron los formatos:

11 de 11 personas han respondido esta pregunta

1	Los diseños obedecen las medidas correctamente dependiendo el formato	7 / 64%
2	En algunos medios no funciona la publicidad seleccionada	2 / 18%
3	Se pierde información debido a un problema de resolución	2 / 18%



En cuanto al estilo de letra seleccionado considera usted:

8 de 8 personas han respondido esta pregunta

1	Representa a la marca esQuisses, en base a lo que se ha manejado previamente	4 / 50%
2	La tipografía es visualmente agradable, pero no funciona para esQuisses	2 / 25%
3	La tipografía tiene relación con temas culturales	2 / 25%
4	La tipografía no tiene conexión con la cultura guatemalteca	0 / 0%

Los íconos utilizados dentro de las publicaciones considera:

8 de 8 personas han respondido esta pregunta

1	Tienen el estilo de esQuisses	5 / 63%
2	Se relacionan con la marca pero no se entiende el tema	2 / 25%
3	Se aprecia fácilmente a que temática hacen referencia	1 / 13%
4	No se comprenden	0 / 0%

En cuanto a los colores utilizados:

8 de 8 personas han respondido esta pregunta

1	Guardan similitudes con la marca al mismo que sirve para representar las diversas temáticas de la asociación	6 / 75%
2	Funciona para representar las diversas temáticas, pero no tienen una relación con la marca	2 / 25%
3	No tiene una variedad tan extensa para representar correctamente cada temática	0 / 0%

El diseño en general considera:

8 de 8 personas han respondido esta pregunta

1	Causa que el grupo objetivo identifique las publicaciones con esQuisses	3 / 38%
2	Refleja el estilo de un portal cultural pero no es Quisses	3 / 38%
3	Cubre la información necesaria para informar al usuario sobre el tema	1 / 13%
4	Hace alusión al estilo de la página web	1 / 13%

En cuanto a la fuente utilizada:

8 de 8 personas han respondido esta pregunta

1	Funciona para anunciar un festival sin embargo no aparenta relación con la marca.	6 / 75%
2	Parece ser parte de otra marca y no es llamativa	2 / 25%
3	Apoya la relación entre el festival y la marca, pero no es lo suficientemente llamativa para un festival.	0 / 0%
4	Funciona para identificar un festival de música que es del colectivo esQuisses	0 / 0%

En cuanto a los colores del logotipo:

8 de 8 personas han respondido esta pregunta

1	No aportan lo necesario para identificar el festival esQuisses 5 años	3 / 38%
2	Son llamativos para el festival, apoyando en el objetivo de conseguir participación	3 / 38%
3	Son estéticamente agradables, pero no son muy llamativos	2 / 25%

El logotipo en general considera:

8 de 8 personas han respondido esta pregunta

1	Se entiende claramente la combinación entre la Q y el número 5 para explicar gráficamente el tema de la actividad	3 / 38%
2	No se entiende a primera vista la utilización del número dentro del logotipo	2 / 25%
3	Se siente forzada la relación del número 5 dentro de la frase	2 / 25%
4	El 5 pudo haber sido mejor colocado para su apariencia más obvia	1 / 13%

Considera que los textos:

8 de 8 personas han respondido esta pregunta

1	Tienen la información necesaria para informar y la tipografía es clara para informar sobre el festival	5 / 63%
2	Tienen la información necesaria pero no se entiende bien o no se aprecian fácilmente los datos	2 / 25%
3	Les hace falta información necesaria para el festival	1 / 13%



Las imágenes utilizadas en las publicidad:

8 de 8 personas han respondido esta pregunta

1	Captan la idea de un festival, pero se encierra en lo musical	5 / 63%
2	No tienen relación con la actividad	2 / 25%
3	Hacen referencia a la esencia de un festival cultural y se adecuan a las piezas	1 / 13%
4	Se pierden dentro de las piezas	0 / 0%

Los colores utilizados dentro de las publicaciones:

8 de 8 personas han respondido esta pregunta

1	Mantienen unidad con el logo y permiten resaltar la información para el evento	3 / 38%
2	Combinan correctamente con el logotipo creando un estilo unificado y atractivo para los usuarios	2 / 25%
3	No expresa el estilo de un festival cultural	2 / 25%
4	Provoca que se pierda la información del evento	1 / 13%

Los medios para publicitar el evento considera:

8 de 8 personas han respondido esta pregunta

1	Son los indicados donde se puede encontrar al grupo objetivo	6 / 75%
2	Hicieron falta algunos medios (favor indicar cuales en observaciones)	1 / 13%
3	Los canales de comunicación no fueron seleccionados correctamente	1 / 13%



Grupo Objetivo

Los colores seleccionados considera:

26 de 27 personas han respondido esta pregunta

1	Llamativos, colores faciles de recordar	15 / 58%
2	Puedo asociar los colores con los temas de la marca	6 / 23%
3	Aburridos, se confunden	5 / 19%

Los dibujos de las temáticas considera:

27 de 27 personas han respondido esta pregunta

1	Hacen alusión a temas culturales	19 / 70%
2	Son atractivos, pero no hacen alusión a un tema específico	6 / 22%
3	Se diferencian entre ellos	2 / 7%

En cuanto al estilo de letra utilizado considera:

27 de 27 personas han respondido esta pregunta

1	a. Está interesante, me recuerda a esQuisses	21 / 78%
2	b. No me llama la atención	4 / 15%
3	c. Me recuerda a esQuisses pero no me provoca leer la información	2 / 7%

El diseño en general considera:

27 de 27 personas han respondido esta pregunta

1	a. Es agradable, se nota que son de la marca esQuisses y tienen el mismo estilo	17 / 63%
2	b. Tienen el mismo estilo, pero no los relaciono a la marca	6 / 22%
3	c. No veo una mejora a la propuesta actual de sus redes sociales	4 / 15%

El logotipo creado para identificar el festival considera:

27 de 27 personas han respondido esta pregunta

1	a. Es interesante, fácil de recordar y llama la atención para asistir al festival	17 / 63%
2	b. Esta atractivo, pero no me provoca asistir	7 / 26%
3	c. No lo veo como un logotipo en sí	3 / 11%

Las imágenes utilizadas en el material considera:

26 de 27 personas han respondido esta pregunta

1	Me recuerdan a la experiencia de un festival	21 / 81%
2	Son atractivas, pero se pierden dentro de los artes	4 / 15%
3	No generan ningún atractivo para asistir al festival	1 / 4%

Los textos usted considera:

27 de 27 personas han respondido esta pregunta

1	Me brindan la información necesaria para saber sobre el evento y dejarme la curiosidad de conocer más sobre el festival	17 / 63%
2	Tienen el contenido necesario para no buscar más información	7 / 26%
3	El estilo de los textos no me permite entender fácilmente la información	3 / 11%

La publicidad del festival considera:

27 de 27 personas han respondido esta pregunta

1	Me llama la atención y hace que quiera conocer más sobre el festival, está en los lugares justos para alcanzarme	23 / 85%
2	No me provocaría abrirlos mientras navego en internet o en los lugares que transito	3 / 11%
3	Me llama la atención, pero no creo que podría verlos debido a los lugares donde será expuesta.	1 / 4%



Anexo 9: Cotizaciones



Vision Vista Hermosa

para mí

Buen dia

le comento que empastado no le ofrezco su libro es demasiado delgado, lo que le ofrezco es poni costo de Q300.00 pasta en husky, interiores en couche 80 11*17pulgadas abierto

adjunto cotizacion de afiches

saludos

📧 24 nov.



Fecha 24 de noviembre de 2016

ATENCIÓN: Francisco Rogríguez
FORMA DE PAGO: Contado

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	UNIDADES	TOTAL
AFiches a full color solo tiro de 11*17pulgadas en texcote 220grs.	Q12.00	100	Q1,200.00

Tiempo de entrega: 24 horas

Nancy Alvarado
5616-5708





Impresiones Print It

para mí

24 nov.

Buenas tardes, estimado Francisco.

Adjunto encontrara la cotizacion solicitada el dia de hoy.

Le comentamos que toda impresión que manejamos es en Digital (laser) lo cual hace que el tiempo estamos trabajando en 24 horas por seguridad, pero regularmente el trabajo sale antes.

El libro le recomendamos imprimirlo solo tiro ya que al imprimirlo de ambos lados las hojas se redondea no queda de lo mejor.

Respecto a los afiches, la entrega es inmediata, y le ofrecemos en 3 tipos de papeles: Husky, Opa precio no varia.

Quedamos atentos a sus comentarios.

Saludos cordiales...



Cotización

Guatemala 24 de noviembre de 2016

Atención a: Francisco Rodríguez
 Empresa: N/A.
 Dirección:
 Teléfono:

Mail: pancho182@gmail.com

Cantidad	Descripción	Precio Uni.	Total
46	IMPRESIONES EN PAPEL COUCHE 80gr, FULL COLOR SOLO TIRO, TAMAÑO CARTA.	Q7.36	Q33.36
1	EMPASTADO CON LOMO CUADRADO, CON IMPRESIÓN SOLO TIRO.	Q41.40	Q41.40
100	AFICHES TAMAÑO 11 x 17 PULGADAS, IMPRESAS EN PAPEL TEXTCOTE 300gr, FULL COLOR, SOLO TIRO.	Q9.50	Q950.00
		Sub Total:	
		Total:	Q1,044.76

EL TIEMPO DE ENTREGA ES DE 24 HORAS DESPUES DE CONFIRMAR LOS ARTES Y CANCELAR EL 70% DE ANTICIPO.
 EL PAGO PUEDE SER EN EFECTIVO, CHEQUE, DEPOSITO O TARJETA.

Forma de pago: Efectivo, Tarjeta o Cheque.
 Emitir cheque a nombre de Farben, S.A.
 70% de anticipo, 30% contra entrega.
 Nit: 7669542-5 Farben S.A

Juan Manuel Tiriquis
 Extendida por

Bvd. Jacarandas de Cayalá
 2do. Nivel Local 2 Zona 16

www.printit.com.gt



THESIGN2a. Calle 16-76 zona 15 Boulevard Vista Hermosa, Local C,
Guatemala, Guatemala**Proforma No. PR-213**

	DIA	MES	AÑO
Guatemala,	24	11	2016

Cliente:	FRANCISCO RODRIGUEZ FRANCISCO RODRIGUEZ	Vendedor:	ERICK LUNA
Dirección:	CIUDAD	N.I.T.:	3067800-9
		Teléfono:	

Estimados Señores:

Atentamente sometemos a su consideración la siguiente cotización de nuestros productos

Código	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	% Desc.	Valor Desc.	Valor Total
PROD210	EMPASTADO PASTA SUAVE	1.00	15.00	0.00	0.00	15.00
COM0155	LASER TIRO TABLOIDE TEXCOTE	100.00	20.00	0.00	0.00	2,000.00
COM0174	LASER TR CARTA COUCHE	23.00	18.00	0.00	0.00	414.00
COM0156	LASER TR TABLOIDE TEXCOTE	2.00	36.00	0.00	0.00	72.00

165

Tiempo Entrega: 3 Días
Forma de Pago: Efectivo

Total en Letras: DOS MIL QUINIENTOS UN QUETZALES CON 00/100 **TOTAL Q** 2,501.00

Observaciones: 1 libro tipo revista de revista de 46 paginas full color con pasta suave 100 afiches texcote 11x17

Quedando a sus órdenes para cualquier información adicional, me suscribo de usted

Atentamente

ERICK LUNA
THESIGN

 Aceptado Cliente

 Revisado VoBo.