

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

INVESTIGACIÓN: Alex Steinweiss y Reid Miles como pioneros del arte de portada.

ESTRATEGIA: Material discográfico para agrupación musical Na'ik Madera e imagen para VIII Festival Ixchel, festival artístico.

PROYECTO DE GRADO

SANDY PAMELA RODRÍGUEZ JUÁREZ
CARNET 10699-13

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

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

INVESTIGACIÓN: Alex Steinweiss y Reid Miles como pioneros del arte de portada.

ESTRATEGIA: Material discográfico para agrupación musical Na'ik Madera e imagen para VIII Festival Ixchel, festival artístico.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR
SANDY PAMELA RODRÍGUEZ JUÁREZ

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

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. JORGE ROBERTO MORALES TOBIAS

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. ALEJANDRO ALFREDO AZURDIA CRUZ
LIC. JUAN MANUEL MONROY GOMEZ
LIC. SONIA PAOLA WOHLERS DIMAS



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

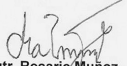
Facultad de Arquitectura y Diseño
Departamento de Diseño Gráfico
Teléfono: (502) 2426 2626 ext. 2428
Fax: (502) 2426 2626 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

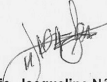
Reg. No. DG.062-2017

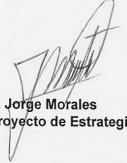
Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a los veintidós días del mes de mayo
de dos mil diecisiete.

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **RODRÍGUEZ JUÁREZ, SANDY PAMELA**, con carné **1069913**, 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).


Mgr. Rosario Muñoz
Asesor Proyecto de Investigación


Lic. Jacqueline Nájera
Asesor Proyecto Digital


Lic. Jorge Morales
Asesor Proyecto de Estrategia

cc:Archivo
imr

CARTA DE ASESORES

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
No. 031065-2017

Orden de Impresión

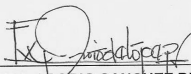
De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante SANDY PAMELA RODRIGUEZ JUÁREZ, Carnet 10699-13 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 03139-2017 de fecha 28 de agosto de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

INVESTIGACIÓN: Alex Steinweiss y Reid Miles como pioneros del arte de portada.
ESTRATEGIA: Material discográfico para agrupación musical Na'ik Madera e imagen para VIII Festival Ixchel, festival artístico.

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

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 18 días del mes de septiembre del año 2017.



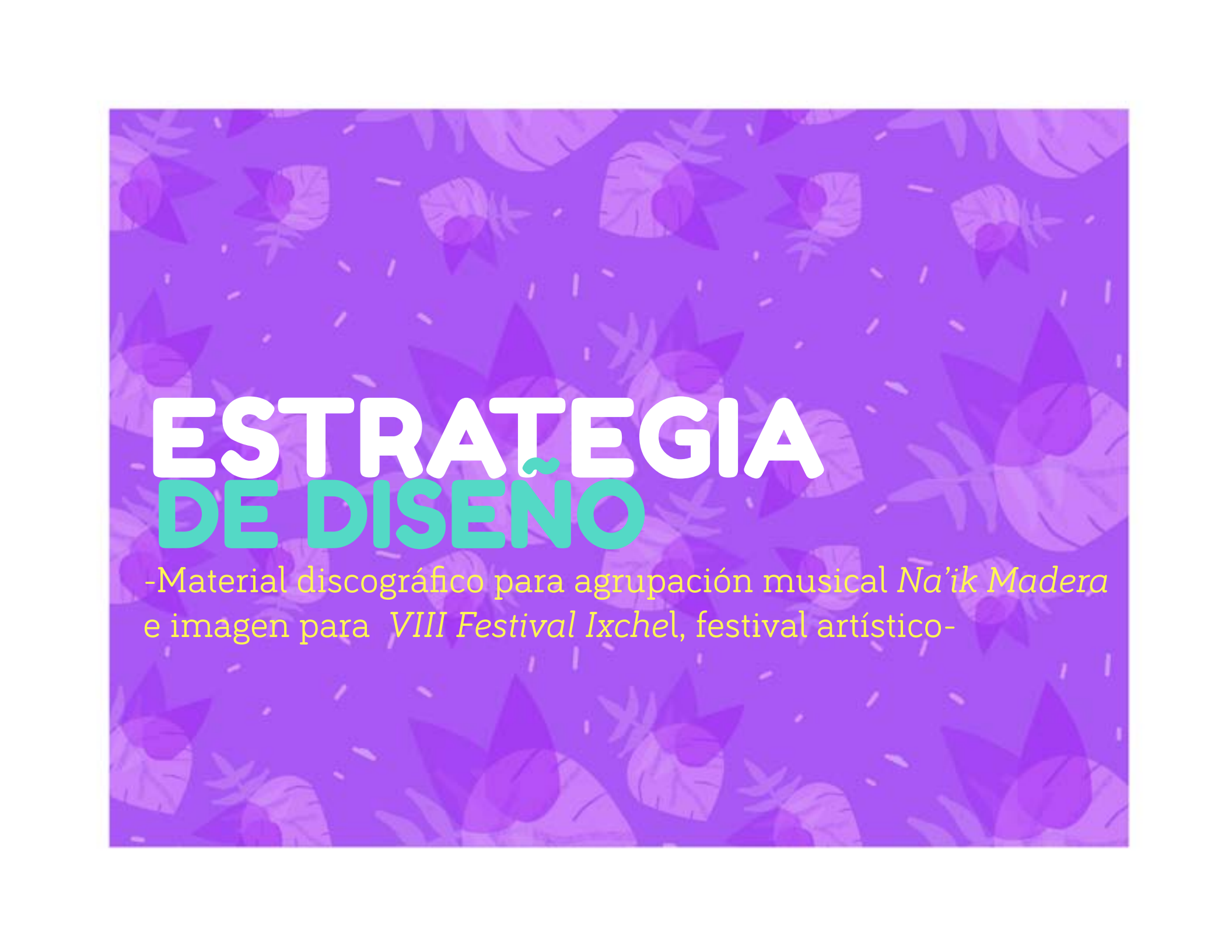

MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ, SECRETARIA
ARQUITECTURA Y DISEÑO
Universidad Rafael Landívar

AGRADECIMIENTOS

A mi familia: Papa Jorge, Mama Chave, Chepe, Mónica, Lupita, Diego, Mynor, Rocío, Jorge y en especial a mi mamá, Estela.

Por último pero no menos importante, a la compañera de travesía, Adriana.

Gracias por todo.



ESTRATEGIA DE DISEÑO

-Material discográfico para agrupación musical *Na'ik Madera*
e imagen para *VIII Festival Ixchel*, festival artístico-

ÍNDICE GENERAL

Gestión del proceso de diseño

1.Introducción.....	6
2.Familiarización con el cliente.....	7
3.Defnición de la necesidad.....	9
4.Objetivos.....	10
5.Marco de Referencia	
5.1 Profundizar en la información del cliente.....	12

6.Marco Teórico: recopilación información del tema.....	50
7.Contenido teórico de diseño.....	77
8.Comprensión del grupo objetivo	
8.1Definición de perfiles.....	153
Gestión del proceso de diseño	
9.Contenido del material gráfico.....	157
10.Diseño del concepto.....	164
11.Codificación del mensaje.....	195
12. Planeación estratégica de medios.....	208
13. Bocetaje y propuesta preliminar.....	223
14. Validación técnica de diseño preliminar.....	342

Gestión de la implementación de diseño

15. Fundamentación.....	381
16. Producción y reproducción.....	487
17. Conclusiones y recomendaciones.....	498
18. Referencias bibliográficas.....	501
19. Referencias de imágenes.....	504
20. Anexos.....	508



GESTIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO

Introducción

En Guatemala, los cantantes y grupos musicales son vagamente conocidos, a pesar de algunos pocos que han logrado incursionar en el ámbito muchas veces por ayuda internacional. Pero, muchos que no han tenido dicha oportunidad, cuentan con un gran potencial y letras que buscan cambiar la sociedad. Tal es el caso de **Na'ik Madera**, una agrupación musical conformada enteramente por mujeres, con contenido a favor de la mujer y su empoderamiento.

Como cualquier artista, Na'ik Madera busca darse a conocer y llevar los mensajes que contienen sus canciones. Junto con su música han creado espacios donde artistas de todo el país y países internacionales pueden exponer su trabajo, así nació su emprendimiento "**Festival Ixchel**".

La labor de estas mujeres es admirable y los proyectos que tienen en camino lo son aún más. Por ello, con el fin de apoyar, se presenta el siguiente proyecto. Donde se recauda información sobre la banda y su historia y bases de diseño gráfico para darle vida a los proyectos venideros.

Familiarización con el cliente

Na'ik Madera es un grupo musical de mujeres que se formó en el año 2003, cuya misión es **difundir el sentir, pensar y actuar de una mujer latinoamericana**. Su proyección cuenta con creatividad que busca exponer e interpretar creaciones propias.

El grupo está conformado por *Heidy Gressi*, cantautora quien toca piano, viola, violín y percusión menor; *Cristha Quijivix* que es bajista, percussionista base y coros; *Herbyn Galicia*, cantautora, guitarrista, flautista y percusión menor; *Mariajosé Matheu* en batería, percusión, saxofón y otros.



Imagen 1. Banda Na'ik Madera. Fuente: goo.gl/KvksMN

Sus primeros conciertos fueron dados en parques y lugares públicos. Pero con el apoyo de organizaciones como Adesca (Aporte de la Descentralización de la Cultura) en 2008, recorrieron Centroamérica con una gira.

Na'ik en idioma Quiché significa sentir o sentimiento. Madera en cambio se utilizó porque la mayoría de instrumentos con los cuales interpretan provienen de este elemento natural. Por lo cual la traducción de estas dos palabras da "El sentir de la madera"

Su discografía se vale por:

Expresión de mujer (2007)
Equilibrio (2008)
Chambeadoras (2010)

Además, recorrieron Centroamérica en el 2008 con su gira "**Prohibido Prohibir**".

Son las fundadoras de la organización y colectivo de mujeres "**Arte Naik**" medio por el cual se han realizado varios proyectos que buscan promover el arte de mujeres latinoamericanas con un sentido crítico y social. **Festival Ixchel**, es uno de los más grandes proyectos que han logrado consolidar, el cual empezó en Guatemala en el año 2009, con una edición anual desde entonces, en el cual han logrado reunir a no menos de 400 artistas alrededor de Centroamérica y México en diferentes artes.

Festival Ixchel

Como ya se mencionó antes, festival Ixchel fue fundado por el colectivo Arte Naik, a la vez fundado por el grupo musical Na'ik Madera.

Este festival a lo largo de 4 ediciones ha logrado reunir a una fuerte cantidad de artistas nacionales y extranjeras, la asistencia a estos festivales ha sido grande con una afluencia de más de 7,000 personas a lo largo de las exposiciones.

Cada evento ha sido gratuito y su único fin es exponer el arte de mujer exclusivamente, ayudando a cada una a darse a conocer y expresar diferentes sentimientos a través de su arte. Cabe mencionar que no ha surgido otro festival desde el año 2012.

Definición de necesidad

El grupo musical Na'ik Madera carece en primer lugar de una identidad visual que difunda su proyección musical en general. A manera de crear una conexión entre sus integrantes y público. Además de poder crear con la misma, diferentes formas de recaudación para sus diferentes organizaciones, colectivos y festivales tales como Festival Ixchel.

De modo que pueda resurgir dicho festival y seguir apoyando, fomentando y propagando la diversidad artística femenina en cada uno de sus eventos y por diferentes medios, con los cuales invitar a participar a nuevas y antiguas artistas.

Objetivos

- 1.** Desarrollar una imagen visual y promocional para el nuevo material discográfico, que pueda diferenciar el trabajo de la agrupación musical de otras parecidas.
- 2.** Crear un vínculo directo con el grupo objetivo y la agrupación musical a través del nuevo material discográfico y la fundación y/o festival, de manera en la que se pueda tener ayuda económica para desarrollar dichos festivales y a la vez promover a la agrupación.
- 3.** Lograr la difusión del arte femenino, por medio de material informativo y divulgativo para promover la participación y apoyo a las diferentes artistas nacionales.
- 4.** Crear material interactivo con el cual las posibles participantes se motiven por el próximo Festival Ixchel, compartiendo su experiencia y ayudando a pasar la voz entre las interesadas.



MARCO DE REFERENCIA

Profundizar en la información del cliente

La historia

Na'ik madera se formó a inicios de 2003, cuando Herbyn Galicia de 20 años, reconoce la falta de grupos conformados por mujeres en la escena musical de Guatemala. Tal situación la empuja a reunir a su futuro equipo de mujeres instrumentistas para conformar su proyecto.

Primero contacta a Heidi Gressi, violinista de la entonces banda de ska “la parroquia”. Luego contacto a Dolores Alvarado, percussionista del grupo andino “Aritmo”, siendo junto con Gressi y Galicia las primeras elegidas para crear lo que luego sería Na'ik Madera.

Con pasos pequeños pero seguros, se crearon los primeros temas desde la casa de una de las integrantes, Alvarado, desde entonces creando composiciones con un sonido particular. Así surgieron “La Mariposa”, “La Muerte”, “Tu Fantasma” y “¿Cómo puedo olvidarte?”, las cuales reflejaban su forma de ver la vida, la muerte, el amor y el entorno en el que vivían.

El comienzo

Las primeras “giras” que tuvieron fueron los parques públicos de la ciudad de Guatemala. A la que denominaron con ese mismo nombre “gira por los parques”, donde se sentaban a interpretar sus 4 temas mencionados, con el fin de cambiar de ambiente y no permanecer solamente en el cuarto de ensayo.

“Más adelante, fuimos tocando en diferentes lugares, brindando conciertos de carácter político, cultural, social, religioso y especialmente para aquellos que trabajaran por los derechos de las mujeres” menciona Galicia (2013).

Después de aproximadamente un año, Alvarado deja el grupo por motivos de estudio y Galicia y Gressi buscaron percusionista para que tomara el lugar vacío. Evelyn Franco llenaría ese espacio por los siguientes 4 años.

Álbumes

Expresión de Mujer

Finalmente se consiguió en 2007, la grabación del primer disco compacto. Titulado “Expresión de mujer” el cual quería lograr una sensibilización en cuanto a las mujeres vistas como objeto social. Contando con diferentes ritmos entre la percusión, cuerdas y letras con bastante mensaje, se tuvieron 13 temas de los cuales los más notorios fueron: “Constructora de sueños”, “Hormiguitas”, “Escúchate”, entre otros. El logro de tener un disco se debió al apoyo de Fondo Centroamericano de Mujeres (FCAM). Al final del 4to año, se unen a la agrupación las bajistas Cristha Quijivix, Carolina Ávila y la percusionista Flor González.

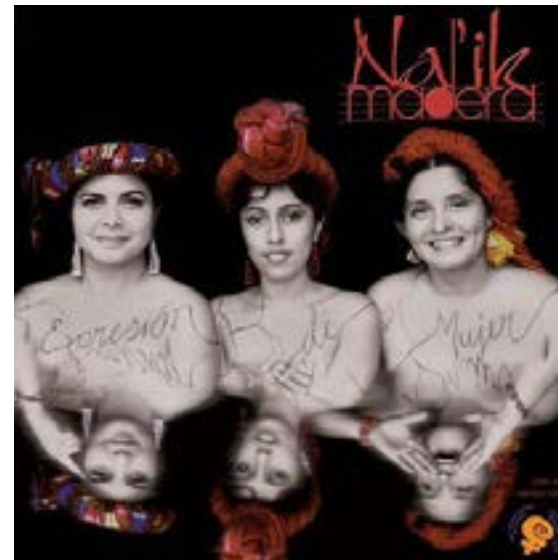


Imagen 2. Disco “Expresión de Mujer”. Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Equilibrio

En el 2008 sale su segundo disco, ya con el nuevo aporte de más instrumentos, mejores composiciones, explorando nuevos ritmos latinos y afrolatinos. Material nombrado “**Equilibrio**” realizado gracias al aporte de ADESCA (Aporte para la descentralización Cultural). El disco incluye temas tales como: “*Voz de Mujer*” canción que revolucionó la imagen del grupo, utilizada en varios proyectos internacionales. Así como covers de parte de Musas Batucada de El Salvador.



Imagen 3. Disco “Equilibrio”. Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Chambeadoras

En 2010 se vuelve a tener el apoyo financiero de FCAM para realizar el tercer disco titulado “**Chambeadoras**” como un reconocimiento a las mujeres, que día a día, trabajan sin parar pues significan un sustento para sus familias. A manera de hacer respetar el trabajo de las mismas, que no se reconoce con un salario igualitario, derechos laborales o con espacios dignos donde laborar.

Dicho disco cuenta por primera vez con la participación de escritoras y poetisas de Centroamérica, ayudando a conformar las letras de las canciones para el nuevo material. Además del tema mencionado, el material también aborda con temas como la migración, prostitución infantil, femicidio, entre otros.

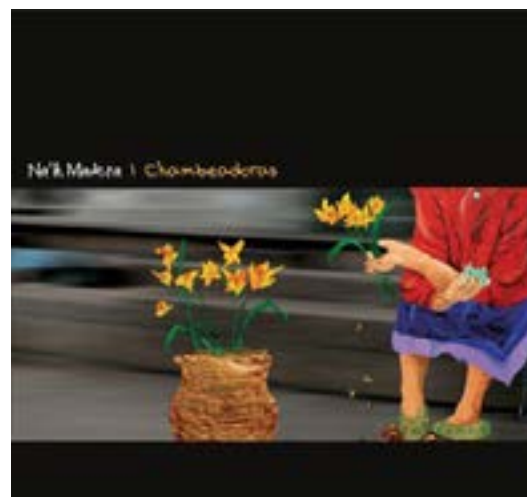


Imagen 4. Disco “Chambeadoras”. Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Antología

En 2012 se graba “Antología de 9 años”, un concierto en vivo, en el cual se recopilaron sus mejores canciones de los tres materiales discográficos obtenidos, contando con clásicos y adaptaciones. Apoyadas por TV Maya quien se encargó de la producción del DVD.

Actualmente Herbyn, Heidy, Mariajosé y Cristha están trabajando en su cuarto material discográfico que contara con una fusión de géneros como el folk urbano, reggae, música brasileña y ritmos afrocubanos.

La gran gira

A finales del mismo año de publicación del segundo material. La agrupación realiza su primera gira feminista por Centro América denominada “Prohibido Prohibir” donde se planteó el uso de un show más conceptual, con la ayuda de performance en vivo en los escenarios. Estuvieron presentes en Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua, llevando el mensaje principal de empoderar a las mujeres a través del arte. El proyecto fue posible al FCAM, Banco centroamericano de Integración Económica (BCIE), el Centro de Estudios de la Mujer de Honduras (CEMH) y personas interesadas en el proyecto.

Diferentes participaciones

En el mismo año de la creación de Festival Ixchel, fueron participes en el proyecto “Estimulo al Desarrollo de las Artes” promovido por ADESCA, donde se hizo una gira por la región central del país, compartiendo con otros artistas guatemaltecos.

También se unieron a la campaña “Únete para poner fin a la violencia contras las mujeres” promovido por el Secretario General de las Naciones Unidas en un concierto donde abrieron para el ya conocido grupo guatemalteco “Viento en Contra” y el colombiano “Fonseca”. En 2012 vuelven a participar junto a Sandra Morán, Kim Lou, Tijuana Love, entre otros.

Nacimiento de Festival Ixchel

El festival nace debido a la falta notoria de espacios donde más mujeres pudieran compartir su arte. En 2009 nace así "Festival Ixchel" plataforma para mujeres artistas de cualquier edad, emergentes o con una trayectoria. Con un enfoque feminista y de arte de mujer de toda Guatemala, Centroamérica y otros.

El festival actualmente cuenta ya con 7 ediciones, en las que con cada año se busca ocupar más espacio, atraer más público y tener más ramas del arte. Y a pesar de no siempre contar con apoyo económico, el festival ha salido cada año desde su creación y se ha logrado mantener espacios específicos para exponer el arte de distintas mujeres de distintos lugares.

El fin del festival es de mantener una plataforma que promocióne la creación de mujeres en el arte, provenientes de diferentes regiones dentro y fuera del país. Donde resalte la realidad y condiciones que afectan históricamente a las mujeres y su entorno, como las luchas que enfrentan por mantener una equidad entre géneros, promoviendo el ejercicio pleno de sus derechos.

A continuación, una recopilación hecha por la agrupación, donde se evidencia las diferentes locaciones utilizadas, los temas abordados y la afluencia que ha tenido cada festival.



Imagen 5. Tercer póster Festival Ixchel 2011.
Fuente: goo.gl/BbA6ZZ

Artes Involucradas

Visuales: dibujo, pintura, instalación, artes gráficas, body paint, graffitti, muralismo, escultura, fotografía.

Audiovisuales: cortometrajes, documentales, videoclip, performance.

Escénicas: teatro, danza, música, hip hop, arte urbano.

Literatura: poesías en prosa y verso, cuentos cortos, ensayos, libros.

Galicia, Herbyn integrante de Na'ik Madera (2013) menciona: *“Durante las ediciones que ha realizado el Festival Ixchel se ha posicionado el proyecto como un punto de encuentro, de expresión de liberación, como medio para exigir justicia, el ejercicio de los derechos de las mujeres, su emancipación, la equidad entre géneros, para la transformación y el desarrollo pleno”*

En Guatemala en las últimas décadas se ha visto el esfuerzo de muchas féminas por dejar precedentes de cambio, a través de aportes y luchas encabezadas por organizaciones de mujeres desde sus especificidades, lo cual ha favorecido a las mujeres como sujetas sociales de cambio.

Por medio de la expresión artística, se socializa el aprendizaje vivencial de muchas mujeres emprendedoras, por ello consideramos que entre más espacios alternativos se permitan, más sensibilización existirá en cuanto a conocer los derechos específicos de las mujeres y, por ende, habrá menos violencia contra ellas; ya que la mejor manera de combatir este mal es empoderar a las mujeres, apoyándoles en sus luchas, iniciativas y visibilizando sus aportes a la sociedad.

A su vez Na'ik Madera contando con once años de experiencia artística, ha percibido que el arte es un medio de transformación social. Que puede ser sutil pero poderoso a la vez, llegando a diversas poblaciones, incitándolos a la participación y sensibilización con lo que el festival trata de transmitir.

Con la metodología aplicada por el Festival Ixchel, llevando el arte a espacios abiertos de una manera gratuita, han logrado demostrar que el impacto que han causado, llega a hombres, mujeres y niños de diferentes etnias, oficios, profesiones, estratos socioeconómicos, etc. Logrando romper barreras, que la sociedad misma se ha puesto. Así como brindándole protagonismo a la mujer, que, en una sociedad como la guatemalteca, mas esta decir que queda rezagada.

Análisis general ediciones 2009 a 2013

Número de edición y fecha de realización	Tema central	Locación y eventos relacionados	Apeyos económicos y de donaciones en especie	Afluencia de Público y artistas participantes
Primera. 10 de octubre de 2009, 12 horas de duración en artes escénicas y una semana para artes plásticas.	"Derechos de las Mujeres"	Centro Cultural Universitario (CCU)	Fondo Centroamericano de Mujeres (FCAM), UNIFEM, Centro Cultural Universitario (CCU), Escuela Superior de Arte (ESA) Incidir Joven.	Más de 1,000 personas de público diverso y más de 70 artistas mujeres participantes.
Segunda. 15 y 16 de octubre de 2010 con duración de 20 horas para artes escénicas. Además durante esa semana hubo conversatorios	"No a la violencia contra la Mujer"	C.C.U. para la presentación de todas las artes. URL, UMG, Casa Cervantes para foros,	UNFPA, TDH, GTZ, ACTION AID, DEMI, DO MI SOL, Sinergia No', SEPREM, CREA, Embajada de Suiza, CCU y ESA.	Más de 2,000 personas de público diverso y más de 150 artistas mujeres participantes.
Tercera. Del 15 al 30 de octubre de 2011 en varias locaciones privadas y públicas de la Ciudad capital.	"Mujer libérate, tienes derechos"	Cafés, Bares, Teatro Universitario, lateral del Parque Central, calles del Centro Histórico de la ciudad de Guatemala.	FCAM, ONU Mujer, Campaña "Unete...", Asociación de Autores, Editores e Intérpretes de Guatemala (AEI), Oficinas del Centro Histórico, ESA, CCU, DO MI SOL, Colegio Luisiana. Casa Cervantes, Centro de Atención Integral para el Fortalecimiento de la Familia (CAIF), voluntarias.	Más de 10,000 personas de público diverso y más de 250 artistas mujeres participantes.

Tabla 1. Análisis general, Festival Ixchel 2009-2013. Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Tabla 2. Análisis general, Festival Ixchel 2009-2013. Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Número de edición y fecha de realización	Tema central	Locación y eventos relacionados	Apoyos económicos y de donaciones en especie	Afluencia de Público y artistas participantes
Cuarta. Del 25 de octubre al 8 de noviembre de 2012 en Quetzaltenango y del 2 al 9 de noviembre de 2012 en ciudad de Guatemala.	"Nuestras raíces, nuestras luchas, nuestros frutos"	Varias locaciones privadas y públicas del centro Histórico de la Ciudad de Quetzaltenango y de la Capital.	Voluntarias. ONU Mujeres, Campaña "Unete..."; DO MI SOL, Colegio Luisiana, Casa Cervantes, Café La Quinta, La Paleta, Cinelandia, Gran Hotel, La Alianza Francesa, Café El Cuartito, Bar Leyendas en Quetzaltenango, entre otros.	Más de 8,000 personas de público diverso y más de 300 artistas mujeres participantes.
Quinta. Del 31 de octubre al 16 de noviembre de 2013 en Quetzaltenango, Antigua Guatemala y ciudad capital de forma simultánea.	Mujer y revolución, la lucha continúa"	Locaciones privadas del centro Histórico de Quetzaltenango. Cooperación Española como sede en la Antigua Guatemala. En la Capital, en la mayoría de eventos fueron en el Centro Cultural El Gran Hotel, aparte de espacios públicos, así como ONG's de Jalapa y Chimaltenango	ONU Mujeres, aportes del equipo organizador, apoyo del equipo voluntario, Hostel La Cooperacha, Centro Cultural El Gran Hotel, Mosaico Bistro, Café Nativos, La Paleta, Escuela de niñ@s pintores Frida Kahlo, como personas altruistas identificadas con el proyecto.	Más de 4,000 personas de público diverso y más de 200 artistas mujeres participantes, en su mayoría nacionales.

Alcances Geográficos

La agrupación musical junto con el Festival de su propia creación, buscan llegar al público nacional, primero que nada. Extendiéndose al interior con giras o ediciones de Festival, en lugares representativos de la cultura guatemalteca. Tales como Quetzaltenango (Xela), Panajachel y Antigua Guatemala. A su vez, han alcanzado conocimiento internacional, en Centroamérica, México y partes de Suramérica, como Argentina y Colombia. Dichos lugares también se aplican para el Festival Ixchel, ya que artistas de dichos países y otros han participado en él.

Fin de la comunicación

El material visual y publicitario a crear debe crear un vínculo fuerte entre la agrupación musical y su público. Ser reconocidas y distinguidas entre otras bandas totalmente comerciales, buscando la fomentación de un género aún no explotado en el país. Así como el apoyo a artistas de todo el país guatemalteco.

Recursos para la implementación

Para la agrupación, Na'ik Madera y el Festival Ixchel, no se tienen fondos económicos propios para poder poner en marcha la creación de un 4to disco o la VIII edición del festival. Durante toda su carrera musical han recibido ayuda económica de diferentes instituciones enfocadas a empoderar asociaciones o fundaciones a favor de la mujer. Para el 4to disco no será la excepción, se planearán conciertos alrededor del país para vender el material y recaudar fondos para el nuevo festival, así como para la agrupación misma.

Competencia

Na'ik Madera es una banda bastante singular, con un mensaje social en específico y una mezcla de ritmos que vienen de diferentes partes del país y del mundo. A pesar de eso, existen cantantes o bandas que pueden representar una similitud con la banda y representar competencia, tales como:

Rebeca Lane en el género de hip hop. (guatemalteca)
Miss Lilith género de Rock experimental, progresivo, instrumental (guatemaltecas)

En cuanto a el Festival Ixchel, es un festival único en el país. Internacionalmente, existen diferentes festivales mixtos, pero enfocados exclusivamente a la mujer, se podría mencionar al Festival Internacional "Mujeres Creadoras" con sede en Perú. Y un festival con sede en Madrid, España llamado "Ellas Crean".

Antecedentes comunicativos (material discográfico)

Expresión de Mujer I análisis

Función de la ilustración: en este caso, se utilizó la fotografía como recurso. La cual está manejada de manera que presente a las integrantes de la agrupación, haciendo una composición reflejando su conexión.

Comprensión del Mensaje: el mensaje se transmite de una forma adecuada, ya que es un visual bastante literal, da cabida para propias interpretaciones.

Conexión Emocional: brinda un mensaje hacia el público, el poder conocer a través de una fotografía a las integrantes, puede ayudar a crear un vínculo. E identificarse con ellas.

Manejo del Discurso Visual: el manejo de color, usando dos diferentes colores únicamente, la composición de la imagen en espejo y la tipografía involucrada en la imagen, llevan un mensaje en específico y permiten el recorrido visual.

Textos: la tipografía “Expresión de mujer” está unida con la imagen en general, creando un solo visual. Dicho texto es el nombre del disco, el cual debería de ser el primero que vea el ojo, pero el logotipo de la banda es el más llamativo. Sin existencia de jerarquías visuales.

II análisis (Técnica digital)

Tipografía: dos tipografías script, sin distinción de jerarquías visuales o niveles de importancia. El nombre del disco se pierde en la composición, el logotipo roba protagonismo.

Legibilidad: la imagen en general tiene recorrido visual, el texto “expresión de mujer” cae en segundo plano, por su poca legibilidad.

Colores: utilización de bitonos (blanco, negro y rojo) que llevan al ojo a específicos puntos y distingue la portada por dicho tratamiento.

Ilustración o Fotografía: en este caso se recurre a la fotografía como primer lugar, pero se le da un tratamiento ilustrativo, fácil de reconocer e interpretar.

Ejes: los ejes propuestos no aportan al diseño, lo hacen confuso y saturado. Sin respiros visuales estratégicos, la distribución de la información no transmite.

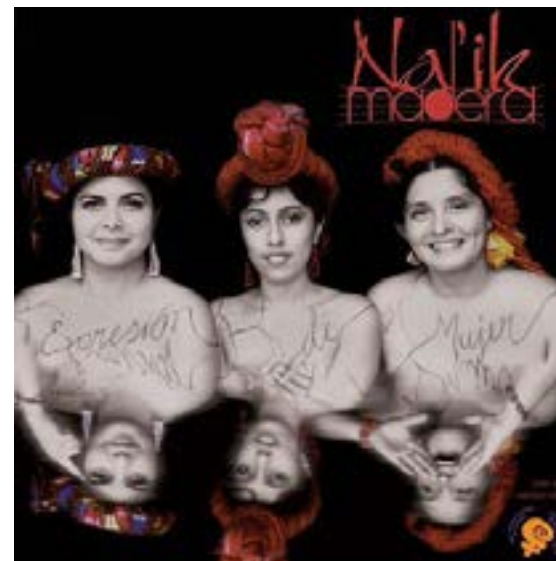


Imagen 6. Disco “Expresión de Mujer”. Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Equilibrio I análisis

Función de la ilustración: utilización de fotografía. Dar a conocer a la agrupación musical en sí, creando una inmediata identificación y reconocimiento con el público en general.

Comprensión del Mensaje: el darse a conocer mostrando una vez más a todas las integrantes se recibe de manera adecuada y es entendible.

Conexión Emocional: la elección de una fotografía como imagen de portada, brinda una limitada conexión o identificación personal de parte del público para con la banda.

Manejo del discurso visual: el ojo se mueve correctamente a través de la fotografía, presentando el logotipo de primero y luego a la agrupación. Transmite junto con el color y la tipografía elegidas serenidad y calma.

Textos: el único texto que se encuentra es el nombre del disco "Equilibrio" y el logotipo de la banda, dándole jerarquía a la imagen junto con una simetría en pesos visuales.

II análisis

(Técnica digital)

Tipografía: utilización de una única tipografía con diferentes tamaños, aportando jerarquías visuales.

Legibilidad: ambos texto e imagen son perfectamente legibles, dando el respectivo espacio a cada uno de dichos elementos.

Colores: la gama de colores y su combinación resulta agradable a la vista, teniendo puntos focales de color.

Ilustración (imagen): una composición llamativa, con líneas rectas y horizontales que cuentan con un punto de unión, creando un punto focal en específico, guiando al ojo a través.

Ejes: ejes limpios y simples, llevan el mensaje puntualmente.



Imagen 7. Disco "Equilibrio". Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Chambeadoras

I análisis

Función de la ilustración: principalmente transmitir el concepto del mismo nombre del disco “Chambeadoras” idioma coloquial que responde a “Trabajadoras”.

Comprensión del Mensaje: una ilustración bastante puntual, cuya ejecución es clara y el mensaje que busca transmitir se percibe.

Conexión Emocional: apoyado por la técnica de ilustración, la composición y la decisión de elementos de la misma, dando cabida a diferentes interpretaciones de parte del público. Creando un mejor sentido de identificación que en los demás discos.

Manejo de discurso visual: los colores elegidos junto con la técnica y composición general, lleva un mensaje y lo transmite de una forma directa al ser apoyado por los diferentes elementos de diseño. A la vez por tener un correcto manejo de recorrido visual.

Textos: colocados de una manera estratégica que permite verlos antes de la imagen, leyendo perfectamente de derecha a izquierda. Guardando unidad con los discos anteriores.

II análisis

Tipografía: utilización de una misma tipografía, manuscrita, creando unidad con los demás discos. La naturaleza de la misma identifica la personalidad de la banda musical.

Legibilidad: tanto la imagen como la tipografía son legibles, al tener en la izquierda al nombre del disco y el logotipo siguiendo a la derecha con la ilustración.

Colores: la elección de colores es acertada para el concepto del disco, creando un punto focal donde el ojo irá directamente.

Ilustración: las líneas entorpecidas de la ilustración ayudan a la identificación con la misma, por ser natural y humana.

Ejes: los ejes utilizados, llevan de un punto a otro, donde el receptor podrá reconocer el nombre de la banda y la ilustración como un conjunto.

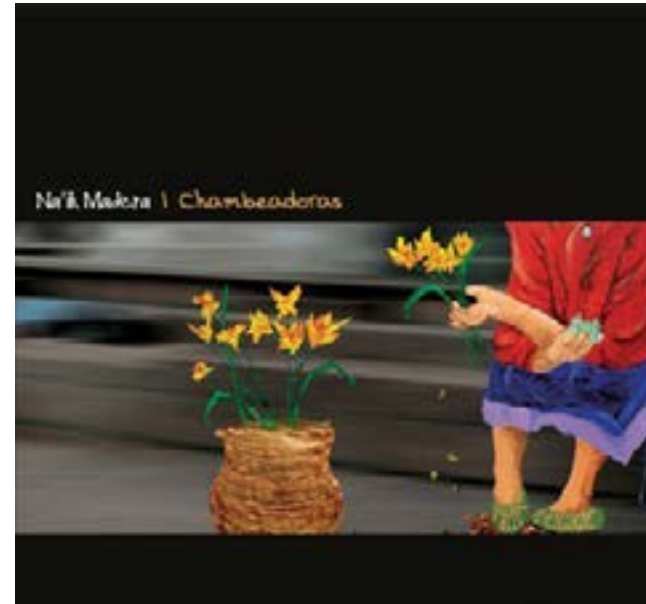


Imagen 9. Disco "Chambeadoras". Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Antecedentes comunicativos (Festival Ixchel)

EDICIONES CREADAS CON
LÍNEA GRÁFICA:

Edición 2010
Edición 2011
Edición 2012
Edición 2013
Edición 2014

Se evidenciará la gráfica de cada festival analizando la
funcionalidad de los más recientes.

2010



Imagen 10. Póster Festival Ixchel 2010. Fuente: goo.gl/VChYcx

2011

CONVOCATORIA ABIERTA

Un espacio de expresión para mujeres que quieran manifestarse desde su realidad generando un enfoque crítico a través del arte en las áreas de:

MÚSICA | TEATRO | DANZA | FOTOGRAFÍA | GRAFITI
ARTES PLÁSTICAS | AUDIOVISUALES
LITERATURA | DISEÑO GRÁFICO

TEMA: MUJER LIBÉRATE, TIENES DERECHOS!

Solicita las bases de Participación
festival.ixchel@gmail.com

Inscripciones abiertas
únicamente hasta:
31 Julio 2011

FESTIVAL IXCHEL
arte de mujer

Nari Madera
+ info en artenaik.org

Imagen 11. Póster Festival Ixchel 2011.
Fuente: goo.gl/OJtSf9

BASES DE PARTICIPACIÓN

Este espacio tiene como fin, el mantener una plataforma donde converjan mujeres artistas emergentes y de trayectoria que se desenvuelven en Guatemala utilizando el arte como un medio de expresión, protesta y propuesta.

TEMA: MUJER LIBÉRATE, TIENES DERECHOS!

- La Convocatoria se lanzará el 1 de Mayo de 2011 y culminará el 31 de Julio del 2011 único plazo para poder inscribirse y salir en la programación oficial.
- Las artistas pueden participar en las categorías que deseen con el máximo de obras establecidas.
- Artistas del interior del país o del extranjero costean sus propios víaticos.
- Las obras deben ser inéditas y de autoría propia.
- No se aceptan obras sin ficha de inscripción.
- Enviar obras al correo: festival.ixchel@gmail.com
- Las obras entrarán en un proceso de selección.
- Todas las obras deben abordar la temática del Festival (queda a discreción de las artistas cómo abordar la temática).
- No se aceptan obras que no cumplan los requisitos y fuera de tiempo.
- Las obras seleccionadas se deben llevar a la siguiente dirección: B calle 0-20 apartamento 5 Zona 1 ciudad Guatemala (en un callejón, llamar antes al 5162 9446).
- Finalizado el Festival las artistas tienen una semana para recoger sus obras, de no ser así Nari Madera y el equipo del festival no se hacen responsables de las mismas.

FESTIVAL IXCHEL
arte de mujer

Imagen 12. Bases de Participación, Festival Ixchel 2011. Fuente: goo.gl/OBPhxq



Imagen 13. Póster Festival Ixchel 2012. Fuente: goo.gl/SjlnQs

Imagen 14. Cover para Facebook Festival Ixchel 2012. Fuente: goo.gl/CoC3Sc



2012

Festival Ixchel 2013

I análisis

Función de la ilustración: graficar el concepto de la edición en cuestión de Festival Ixchel “Mujer y Revolución, la lucha continua”, a modo de promocionar dicho evento y llamar la atención del grupo objetivo.

Comprensión del mensaje: la ilustración ejemplifica el concepto dado de una manera puntual y representativa, junto con los colores y tipografía elegidas, así como la distribución de cada uno. Haciendo el mensaje comprensible.

Conexión emocional: el estilo de la ilustración se remonta a estilos comúnmente asociados con la “revolución” indistintamente de que género. Y la utilización de los colores contrastantes, llevan el mensaje adecuadamente y permiten una identificación con el mismo.

Manejo del discurso visual: la forma en la que los diferentes elementos (ilustración, tipografía y color) fueron ejecutadas, crea una imagen impactante que cuenta una historia y alude a otras. Creando de esta manera un discurso visual efectivo.

Textos: el manejo de textos es confusa en algunos sitios de la composición, a pesar de eso la elección de la misma apoya todo el trasfondo de la ilustración y la intención de la misma

II análisis

Tipografía: utilización de 4 tipografías diferentes, distribuidas a lo largo de la composición de forma agradable pero cansada a la vista, por la cantidad de tipografías y la alternación de colores.

Legibilidad: el texto representa problemas de legibilidad en ciertas partes de la distribución, debido a que el grupo objetivo del festival son jóvenes no representa un problema mayor, pero es difícil de comprender en un principio.

Colores: los colores utilizados son contrastantes entre sí, realmente son llamativos y apoyan el concepto de la imagen visual.

Ilustración: se alude históricamente al tratamiento stencil que se les daba a ciertas imágenes icónicas de revolución, por lo cual transmite el mensaje y es entendible. Y el hecho de unirlo con el texto de información crea unión y se entiende la imagen como un todo.

Ejes: los ejes se entrelazan entre sí, no existe un punto focal en sí además del tratamiento de tamaños, pero se pierden con la aplicación de color.

2013

Imagen 15. Póster Festival Ixchel 2013.
Fuente: goo.gl/yWquFN



Festival Ixchel 2014

I análisis

Función de la Ilustración: transmitir por medio de la gráfica el concepto de la edición VI de Festival Ixchel, permitiendo su promoción y atención de parte del público.

Comprensión del mensaje: el concepto de dicha edición fue “unidas construyendo el presente” el cual, la ilustración lo maneja de una manera adecuada, llevando el mensaje principal apoyándose de otros elementos.

Conexión emocional: el arte permite interpretaciones diferentes y la elección de colores es lo que crea en la ilustración la posibilidad de una identificación y conexión con el grupo objetivo.

Manejo de discurso visual: se crea un punto focal en la ilustración que representa el concepto general de “unidas somos el presente”. Además de ser correctamente apoyados por los colores elegidos y la tipografía manuscrita.

La ilustración: transmite adecuadamente el concepto, no se desliga de la línea utilizada en anteriores festivales. Permite establecer una historia y un trasfondo, correcto discurso visual valiéndose del color y la tipografía.

Textos: presentación más limpia, guarda unidad con las demás ediciones, es legible, fácil de comprender.

II análisis

Tipografía: utilización de 2 tipografías, le da lugar a la ilustración, cayendo el texto en un segundo plano como comunicador de información y no un protagonista. El color de la tipografía resalta y se distingue.

Legibilidad: debido a las 2 tipografías es legible, con textos cortos y puntuales, se lee después de haber pasado por la ilustración.

Colores: la elección de colores es cálida, utilizada de manera estratégica para resaltar la ilustración de la información.

Ilustración: conserva líneas manuscritas, guarda unidad con las demás ediciones. Se localiza como un punto focal e importante.

Ejes: ejes definidos, recorrido visual correcto, dinámico y acertado.

2014



Imagen 16. Póster Festival Ixchel 2014.
Fuente: goo.gl/iaQKKy

Casos análogos.

(Bandas o cantantes femeninas)

La elección de las siguientes personas ó entidades se basó la búsqueda de un análisis gráfico. Por ello, solamente se establecen aquellos o aquellas que tienen ya una imagen visual.

Rebeca Lane

Cantautora guatemalteca de rap y fundadora de “Somos Guerreras” propuesta de empoderamiento de mujeres en Hip Hop. Composiciones con el fin de romper tabúes en una sociedad conservadora como la guatemalteca, tratando de transmitir el arte femenino.



I análisis

Material discográfico "Dulce Muerte"

Tipografía: utilización de dos tipografías diferentes. Una para el nombre del disco y otra para identificar a los artistas. Combinación acertada por la diferencia entre manuscrita y sans serif, destacando la elección de la imagen en general.

Legibilidad: buena legibilidad, recorrido visual acertado.

Colores: punto focal al colocar un color contrastante con el resto de la composición. Uniéndolo de manera armónica con el blanco de la tipografía.

Ilustración: fotografía e ilustración unidas creando una composición fuerte y destacable. Con punto focal, identificando al artista en cuestión.

Ejes: los ejes rompen visualmente, llevan al ojo a través de la composición.



Imagen 18. Disco "Dulce Muerte" de Rebeca Lane.
Fuente: goo.gl/6YCpwu

Casos análogos (Festivales artísticos enfocados al arte femenino)

La elección de las siguientes personas ó entidades se basó la búsqueda de un análisis gráfico. Por ello, solamente se establecen aquellos o aquellas que tienen ya una imagen visual.

Ellas Crean

Madrid, España. En el festival participan mujeres en las 80 actividades programadas en Ellas Crean, el festival organizado por el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales E Igualdad) y el Centro Cultural Conde Duque.

La mayor de las citas anuales con la creatividad de las mujeres plantea una mirada al talento multidisciplinar de artistas nacionales e internacionales, contando con propuestas de cine, música, literatura, arte y, de manera muy especial el teatro y la danza.



Imagen 19. Imagen de promoción, festival "Ellas Crean". Fuente: goo.gl/y2iBrb

I análisis, Material publicitario "ellas crean"

Tipografía: utilización de la misma familia tipográfica a lo largo del póster. Brinda unidad y la información es clara.

Legibilidad: es legible, preciso y directo.

Colores: utilización de 3 colores únicamente (blanco, negro y fucsia) lo cual lo hace llamativo.

Ilustración: la ilustración al centro de la composición, le brinda la importancia que requiere, creando un recorrido visual.

Ejes: los ejes con claros, van directo al centro de la composición, por lo cual se percibe como un todo.



Imagen 20. Festival "Ellas Crean", publicidad.
Fuente: goo.gl/N3LdGW

Imagen 21. Disco "La bala" de Anita Tijoux. Fuente: goo.gl/VaBM65



Referencias de
proyectos similares
Anita Tijoux (México)

Imagen 22. Disco "Calaveritas" de Anita Tijoux. Fuente: goo.gl/1RjuNO



Imagen 23. Disco "Vengo" de Anita Tijoux. Fuente: goo.gl/UFTnGF

Imagen 25. Disco "Corazón Nomada" de Rebeca Lane. Fuente: goo.gl/iWS27R

Imagen 26. Disco "Poesía Venenosa" de Rebeca Lane. Fuente: goo.gl/2Y5DiX



Imagen 24. Disco "Alma Mestiza" de Rebeca Lane. Fuente: goo.gl/phCuaD



Rebeca Lane (Guatemala)

Imagen 27. Afro Fusión, pieza informativa. Fuente: goo.gl/YNI4gZ

Referencias de proyectos similares FESTIVALES ARTÍSTICOS Y/O CULTURALES



Afro Fusión (Argentina)

Imagen 28. Afro Fusión, pieza informativa. Fuente: goo.gl/YNI4gZ



Imagen 29. Afro Fusión, póster. Fuente: goo.gl/YNI4gZ



Imagen 30. Jazz Art Festival, primer estilo de póster.
Fuente: goo.gl/v38mli



Jazz Art Festival (Katowice, Polonia)



Imagen 31. Jazz Art Festival, segundo estilo de póster.
Fuente: goo.gl/v38mli

Imagen 32. Jazz Art Festival, pieza informativa retro.
Fuente: goo.gl/v38mli



Imagen 33. Jazz Art Festival, pieza informativa tiro.
Fuente: goo.gl/v38mli

Alianzas estratégicas FCAM (Fondo Centroamericano de Mujeres)

Misión

El FCAM es un fondo de mujeres feministas, que moviliza recursos para grupos, defensoras, organizaciones y movimientos que promueven y defienden los derechos de colaboración y filantropía feminista, con énfasis de la sostenibilidad física, emocional, económica, política y ambiental.

Visión

Construimos nuestras visiones partiendo de los valores institucionales, principios rectores y sueños colectivos. A partir de eso definimos nuestras visiones con respecto a tres grupos claves:

- 1.** Niñas-adolescentes y mujeres en toda su diversidad, avanzan en el reconocimiento y ejercicio sustancial de todos sus derechos desde una sociedad coresponsable.
- 2.** Copartes fortalecidas, autónomas y articuladas dentro de los movimientos de mujeres y feministas, y otros movimientos sociales, reivindica sus derechos y promueven cambios estructurales a nivel social y cultural, para el bienestar de niñas, adolescentes y mujeres.
- 3.** El Fondo Centroamericano de mujeres es un referente regional e internacional por su carácter innovador, eficiencia en la movilización de recursos, contribución al desarrollo de cultura filantrópica feminista; así como por el apoyo sostenido y de soporte general que brinda a sus Copartes, el compromiso con los movimientos feministas y de mujeres, sus buenas practicas organizacionales y el liderazgo inclusivo en iniciativas conjuntas.

Valores

1. Equidad de género, igualdad de género, justicia social, conciencia ecológica
2. Principios rectores
3. Autonomía, solidaridad, sororidad, respeto, bienestar, honestidad y transparencia, coherencia y participación.

Programas

En el área de programa le damos seguimiento a la relación con nuestras Copartes (grupos, organizaciones y redes que reciben apoyo del FCAM). Garantizamos el lanzamiento de las convocatorias para apoyar a nuevos grupos y facilitar el proceso de selección participativo de Copartes; mantenemos la comunicación continua, estrecha y fluida con los grupos; facilitamos espacios de fortalecimiento de capacidades y vínculos entre grupos y organizaciones (Copartes y no Copartes del FCAM, donantes y otras organizaciones aliadas); realizamos actividades de monitoreo y damos asesoría y acompañamiento a los grupos que lo requieren.



Imagen 34. Isologotipo Fondo Centroamericano de Mujeres (FCAM).
Fuente: goo.gl/n78cTY

ADESCA

(Aporte para la Descentralización Cultural)

Es una institución pública descentralizada del Estado, encargada de fortalecer el conocimiento, respeto, revalorización, preservación y promoción de las diferentes manifestaciones culturales que coexisten en el país, a través de la participación ciudadana creando las condiciones necesarias para la investigación, estudio, rescate, defensa y valoración de las diferentes manifestaciones culturales, el trabajo de los investigadores, creadores y artistas así como el de los cultores y portadores de las diversas expresiones culturales del país y las acciones de rescate, protección y difusión del patrimonio cultural de la Nación.

Visión

Guatemala contará con ADESCA, entre líder de la centralización cultural. Será una institución financiera y técnicamente estable, que incidirá en las políticas públicas culturales, con presencia nacional y vínculos internacionales, de amplia cobertura y participación ciudadana en la formación y ejecución de proyectos culturales que propicien el desarrollo humano integral.

Misión

ADESCA, contribuye a promover la cultura como fuente de desarrollo económico y social sostenible de Guatemala. Se fundamenta en el reconocimiento y respeto a la diversidad que caracteriza la sociedad y su patrimonio cultural. Propicia la participación ciudadana, asiste técnica y financieramente -de manera descentralizada- proyectos que contribuyen a valorar, preservar e innovar las expresiones culturales del país.

ADESCA tiene como objeto,
el financiamiento de:

1. Actividades de apoyo a la creación y difusión artística y cultural.
2. Proyectos que favorezcan tanto al recate, difusión y fomento de las culturas populares, como el desarrollo de sus cultores y productores.
3. Actividades de conservación y difusión del patrimonio cultura (Artículo 2, Ley Adesca)

Objetivos Específicos

1. Formular estrategias de participación comunitaria, formando parte del tejido social de la Nación en el ámbito cultural, manteniendo para el efecto informados a los sectores culturales e intelectuales acerca de temas o asuntos que sean de su interés, involucrándose para el efecto en actividades o proyectos comunitarios.
2. Mantener una comunicación constante con la comunidad cultural y artística guatemalteca sobre el origen, monto y tendencia de los aportes recibidos por el Estado, sector privado y otros sectores involucrados con el apoyo a la cultura y el arte.



Imagen 35. ADESCA. Fuente: goo.gl/ulHnsK

The background is a solid purple color with a repeating pattern of stylized, light purple flowers and leaves. The text is centered and consists of three lines: 'MR: RECOPIRAR' in white, 'INFORMACIÓN' in teal, and 'DEL TEMA' in orange.

MR: RECOPIRAR
INFORMACIÓN
DEL TEMA

Eje de diseño

Cultura

De acuerdo al sitio web Significados (s.f): *“Cultura es todo complejo que incluye el conocimiento, el arte, las creencias, la ley, la moral, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquirido por el hombre no solo en familia, sino también al ser parte de una sociedad como miembro que es”.*

Cultura artística

Esta más enfocada al arte en todas sus expresiones, así como el conocimiento que se tiene del mismo, el respeto e importancia que se le da en sus distintas aplicaciones como algo propio o social.

Música

¿Qué es la música?

Mota, Ignacio (1999) define a la música como: *“Melodía, armonía y ritmo combinados como sucesión de sonidos, modulados artísticamente para recrear oído, que constituye una de las Bellas Artes, así como arte de combinar los sonidos de la voz humana o de los instrumentos, o de unos y otros a la vez, de suerte que produzca deleite al escucharlos, conmoviendo la sensibilidad, ya sea alegre o tristemente”.*

Música latinoamericana

La música se remonta como ya aclaramos desde hace miles de años, en Latinoamérica específicamente, civilizaciones como mayas y aztecas se valían de su propia música, antes de la llegada de los españoles. Pero, después de la conquista, surge lo que varios años después se iría a conocer como “música latinoamericana” la fusión de diferentes culturas, que adaptó influencias árabes, gitanas, judías, cristianas, etc.

Según Alfaro (2010): *“una de las mayores influencias que tuvo la música española (sirviéndole de influencia a la música latinoamericana) fue el estilo de canto nasal no africano, la tradición de los trovadores originarios de Francia y de esta herencia se obtuvo la composición lírica ahora conocida, usadas en composiciones como boleros, vallenatos, otros.”*

Pero no fue hasta el año de 1950 en Estados Unidos que se le reconoció como música latinoamericana al movimiento que venía surgiendo en el continente desde hace años. Y nace como la necesidad de diferenciar este género de los ritmos típicos africanos.

Y dentro del género mencionado se crearon los subgéneros más conocidos hoy en día: bachata, salsa, merengue, reggaetón, rumba, boleros, bossa nova, cumbia, tango, rock latino, entre otros. Todos con un factor en común: el idioma, español y portugués.

El fin de la etiqueta “música latinoamericana” es identificar a los bailes y música popular que tienen un mismo origen, América Latina. Sus influencias parecen venir de la música europea, africana e indígena, aunque muchos difieren de cual corriente se ha influenciado más. A pesar de ello, Alfaro (2010) menciona: *“los ritmos latinos son sincréticos, es decir, son una perfecta fusión de los diferentes ritmos que una vez tuvieron presencia en América Latina”.*

En cuanto a que fue tomado específicamente de cada género, se pone de ejemplo a la música española, de la cual se tomó la forma de componer la letra de una canción. 10 líneas de 8 sílabas cada una. Y la influencia africana por otro lado, se puede notar en los ritmos, evidenciados en la rumba cubana, samba brasileña, marimba ecuatoriana, así como la gran presencia de los instrumentos de percusión.

Actualmente, en diferentes agrupaciones latinoamericanas es común encontrar el uso de diferentes instrumentos que usaban los indígenas, incas, aztecas, mayas, etc. Para hacer su propia música y mezclarlo con ritmos modernos, de manera que la música latina siempre será una reunión del pasado y presente, a modo de crear ritmos nuevos, originales y expresivos de la cultura latina.

La nueva canción latinoamericana

Cuenta con una gran cantidad de definiciones desde su comienzo en 1960, ya que marcó un hito en la forma en la que los pueblos latinoamericanos empezaron a sentirse y pensar sobre si mismos. Este movimiento fue particularmente comenzado y adoptado por los grupos sociales de izquierda, que buscaban revalorizar su identidad.

Por ello La Nueva Canción Latinoamericana se cree *fue un instrumento político y estético, que fomentaría la revolución política socialista y reivindicaría a las clases tradicionalmente oprimidas*, según Velasco, Fabiola (2007).

A eso se debe que las creaciones musicales propuesta dentro de este género se estructuraran dentro de una doble referencia: en las palabras Velasco, Fabiola (2007): *“una propiamente latinoamericana, orientada a estimular el espíritu crítico y revolucionario de los pueblos, hermanados por una matriz sociohistórica común”*.

La otra, basada en las referencias nacionales y locales de carácter cultural, que matizan y particularizan la creación musical de acuerdo con las influencias regionales recibidas por los cantautores.

El movimiento encierra en su razón de ser procesos históricos y políticos de América Latina, Europa y Estados Unidos, con los cuales de no haber ocurrido no se conocería

a la Nueva Canción Latinoamericana como es ahora. A continuación, se mencionan algunos:

- Cuba en 1959 acababa de tener su Revolución, la cual significaba esperanza y libertad para el resto de América Latina.

- Brasil empezaba con un proceso de modernización, truncado posteriormente por un régimen militarista de derecha.

- Diferentes movimientos que buscaban detener las injusticias que se vivían en distintos países en toda América Latina, se fortalecieron. Y como forma de protesta se utilizaron medios estéticos e ideológicos ayudándose de arte, convirtiéndolo en un modo de protesta y crítica.

- En Estados Unidos recorría el paso de la Guerra Fría, la Lucha por los Derechos Civiles, el movimiento contracultural “hippie” gracias a la Guerra de Vietnam, en el mismo contexto nace el rock and roll. Que, en sus inicios y auge, se manejaba como una forma de expresión que criticaba el sistema político, ayudados por la masificación de la industria discográfica.

- A su vez se presenta el folk music, cabe mencionar dentro de este género a Bob Dylan, Barbara Dane y otros.

- En Europa se da la Nueva Canción Catalense y su alternativa la *Nueva Canción Castellana*, así como los demás movimientos de su época, buscando expresar la inconformidad con el sistema.

Y la Nueva Canción Latinoamericana, nace teniendo hitos históricos anteriormente mencionados, debajo del brazo. Listo para surgir como una expresión en contra de la dictadura vivida en el siglo XX, buscando los derechos de los ciudadanos y sobretodo buscando una verdadera valoración de lo que la identidad latina es. "Dándose a conocer como el símbolo máximo de la consciencia latinoamericana" menciona Velasco, Fabiola (2007).

Cón nueva estética

Los inicios del movimiento poder situarlos en el comienzo de una nueva serie de trabajos musicales, que se dieron en toda América Latina. Con géneros como la Nueva Trova Cubana, la Bossa Nova y el tropicalismo, todos empezando en los años cincuenta y sesenta.

A su vez cabe mencionar algunos de los fundadores del movimiento: Víctor Jara, Violeta Parra, Mercedes Sosa, Facundo Cabral, Amparo Ochoa, Oscar Chávez, Soledad Bravo, Gloria Martín, Carlos Puebla, Caetano Veloso, Silvio Rodríguez, entre muchos otros.

El movimiento se consolida gracias al "Festival de la Canción de Protesta" celebrado en 1976 en la Habana Cuba. Gracias a este festival, se definen las características propias de la Canción de Protesta, resaltando la función social en procesos revolucionarios.

Imagen 36. "Festival de la Canción de Protesta", pieza promocional.
Fuente: goo.gl/sBz55H



“Festival de la Canción de Protesta”
celebrado en 1976 en la Habana Cuba.

La Nueva Canción después de distintos ajustes de que era en realidad lo que querían transmitir, logran cimentar el hecho que la música y la letra es para y por el pueblo. El único objetivo es fortalecer la identidad cultural como medio de protesta y crítica política. Pero, de acuerdo con Velasco, Fabiola (2007): la Nueva canción no solo se limitaría a protesta, porque se caería en el panfletarismo. Esta debe ser un espacio para la innovación, la poesía, lo sublime y el amor. Por lo cual, hablar de dicho movimiento, es hablar del pueblo y sus artistas queriendo ser emprendedores. Pensando colectivamente, creando nuevas expresiones musicales al mezclar ritmos populares con locales, que en el futuro pasarían a ser un verdadero símbolo latinoamericano.

A manera de conclusión, la Nueva Canción Latinoamericana, en sus principios fue forjada por los pensamientos izquierdistas, influenciada por la vivencia del pueblo latino en los años 50, 60, 70 y casi 80. Pero tal como todo en la vida, creció, para adaptarse a nuevos artistas que tomaron al género y lo evolucionaron a su gusto. Dentro de este, podemos mencionar a Fito Páez, Rubén Blades, Charly García y Juan Luis Guerra, que cada uno a su manera, se tomó a la tarea de representar la identidad, raíz y transformación de la herencia histórica de sus países.



Imagen 37. Víctor Jara. Fuente: goo.gl/Nt2U68

De acuerdo con Velasco, Fabiola (2007): *“La Nueva Canción sigue calando en las nuevas generaciones, y sigue construyendo un canal vigente para la expresión de las inquietudes políticas e ideológicas, ahora circunscritas en novedosas composiciones que alternan las raíces populares y folclóricas con los nuevos ritmos latinoamericanos”*.

La Nueva Canción no se quedó en la época de revolución en la historia de Latinoamérica, gracias al legado de diferentes artistas, los nuevos músicos traen consigo temas parecidos al siglo XXI. Donde se adaptan a los problemas de la sociedad hoy en día.

Imagen 38. Facundo Cabral. Fuente: goo.gl/MI81AQ



Imagen 39. Silvio Rodríguez. Fuente: goo.gl/zdBxfY

Música en Guatemala

La música en Guatemala es una gama de diferentes estilos que provienen de diferentes contextos a lo largo del país y a lo largo de su historia. Guatemala desde mucho antes de ser conquistado, su civilización maya ya tenía sus avistamientos de creaciones musicales, algo que se afirma por las diferentes piezas encontradas en búsquedas arqueológicas. Los mayas utilizaban dichas piezas hechas de madera, piedra, hueso o caña para diferentes ceremonias, propias de sus creencias y costumbres.

Desde esos años hasta hoy en día, la concepción de la música pareciera ser la misma. La civilización maya, conforme fueron pasando años y cambios ocurrieron, sus descendientes basados en las creaciones de sus ancestros, crearon diferentes instrumentos tal como el “tun” o la “marimba”, instrumento musical tradicional guatemalteco.

Y así como demás países Guatemala pasó por una historia musical hasta llegar a las propuestas que conocemos hoy día. Historia conformada por:

- La época del renacimiento
- Época barroca
- Época clásica
- Romanticismo

Actualmente el país cuenta con la Orquesta Sinfónica Nacional y la Orquesta Millenium, que cuentan con una cantidad considerable de instrumentistas y cantantes. Esto de parte de un género de música más tradicional, pero también existe la música popular moderna, donde exponentes como Ricardo Arjona o Gaby Moreno han logrado sobresalir internacionalmente.

El país centroamericano está conformado por una gran gama de artistas dentro de la música popular, conformando diferentes géneros. Como el Rock alternativo, pop, rap, hip hop, indie, alternativo, de protesta, trova, entre otros.

Y a diferencia de cómo se cree comúnmente, la rama de la música y más del arte en sí, busca surgir con más fuerza en el país. Teniendo diferentes ritmos, temáticas y/o letras que busquen envolver a la población de lo que tienen para ofrecer.

Géneros musicales más conocidos

Según el sitio web Géneros Musicales (2012): *"un género musical es una categoría que reúne composiciones musicales que comparten distintos criterios de afinidad"*.

Dichos criterios pueden ser específicamente musicales, como el ritmo, la instrumentación o estructura. O también pueden basarse en características no musicales, como la región geográfica, origen, contexto sociocultural y otros".

Se mencionan algunos géneros sobresalientes en la música tal como:

- Pop
- Rock
- Rap
- Hip hop
- Rock alternativo
- Alternativo
- Reggae
- Bachata
- Rock and roll
- Clásica
- Metal
- Banda
- Boleros
- Salsa
- Merengue
- Punk
- Jazz
- Blues
- Grunge
- Cumbia
- RNB
- Entre otros

Los géneros alternativo & protesta

Alternativo

De acuerdo a Porto y Merino (2011): “la música alternativa responde dentro del ámbito coloquial a la referencia de todo aquello que se aleja de lo oficial o convencional”. Nace como la contraposición de la música que normalmente se conoce y cómo se maneja en el mercado. Normalmente la música alternativa rechaza el lucro y letras con composiciones de carácter genérico.

De protesta

Las raíces de la canción de protesta vienen de las causas sociales, la guerra, el racismo, desigualdad, autoritarismo, machismo, etc. Cuya historia se remonta principalmente a los años donde Latinoamérica presenciaba cambios en sus respectivos países.

Esta se caracteriza por ser poética y musical apoyada en los movimientos de izquierda. Toma como base el folclor nacional

y popular de países en específico para convertirlo en un medio de denuncia.

Podemos encontrar como máximos exponentes en este ramo musical al cubano Silvio Rodríguez, Rubén Blades, Juan Luis Guerra y Facundo Cabral. Según Mesa (2008): “*el género tiene como objetivo crear conciencia, especialmente en la clase media y obreras, para generar un cambio radical en las estructuras económicas y sociales*”.

En Latinoamérica cada vez hay más músicos, compositores, cantantes y agrupaciones que se suman al género de protesta, mezclándolo con otros géneros.

Géneros, agrupaciones y cantantes contemporáneos de Guatemala

En Guatemala se tienen una fuerte cantidad de géneros con los cuales diferentes artistas han experimentado, pero de los más sobresalientes ha sido el Rock, en donde cabe mencionar a los siguientes:

- Alux Nahual
- Excess
- Viernes verde
- Bohemia Suburbana
- Influenza
- Viento en Contra
- Tijuana Love
- Andrómeda
- Malacates Trebol Shop
- Entre otros

Otro género sobresaliente, el ska, en el que han incursionado grupos como:

- La Charanga Berrinches
- La Horchata Regular Band

Dentro de la música popular, pop, rock pop y soul, encontramos a:

- Ricardo Arjona
- Gaby Moreno
- Fabiola Roudha
- Carlos Peña
- Filoxera

Entre opciones nuevas, alternativas y de protesta, el rap, hip hop, alternativo:

- Rebeca Lane
- Kontra
- Na'ik Madera
- Miss Lilith
- Las Musas

En los grupos más modernos, encontramos géneros como el folk, indie y funk:

- Hot Sugar Mama
- Rotz

Imagen 40. Rapero KONTRA. Fuente: goo.gl/V4Molz



KONTRA

Imagen 41. Banda Alux Nahual. Fuente: goo.gl/SfsHgU



Alux Nahual

Temática de la música

El rol de la mujer en la historia

Según Roda, (1995): *“En la historia no han cabido las mujeres. Nunca se les ha considerado como objeto revolucionario, de cambio, de opción transformadora de la realidades sociales y culturas, no digamos ya políticas, puesto que siempre se ha silenciado su expresión”*.

A pesar del hecho de que las mujeres han abarcado más de la mitad de la total población mundial, los hombres desde comienzos de la historia, se han encargado de minimizar la participación e importancia de las mujeres.

El sexo femenino al ser identificado como fuerza de reproducción, responsables de la creación humana, se le ha tomado como figura maligna o de desconfianza. De ahí el por qué las mujeres aparecen como provocadoras de desgracias o catástrofes.

Tan solo en los años XX se tiene registro de mujeres levantándose por sus derechos, más específico en los años setenta, donde ya desde años anteriores se venía luchando por el derecho al sufragio y la igualdad, además de derechos sociopolíticos.

Así como la lucha de traer a la historia mundial, a mujeres que verdaderamente fueron participes y contribuyeron a la sociedad con inventos o descubrimientos. Algo que acorde al autor Roda, (1995) se le conoce como *“Historia Social”*.

El patriarcado

Así como establecimos previamente, el hombre ha sido el encargado de hacer la participación de la mujer en cualquier ámbito mínimo o inexistente. Sustentando la supremacía masculina y la subordinación femenina, de acuerdo a las autoras Rubiera, González, Fernández (2011).

Así también toma lugar otro concepto bastante común, el androcentrismo, donde el hombre es el centro del universo, de la vida y de la historia en general.

Por ello, la mujer desde hace ya bastante tiempo, se le vienen designando roles mínimos, que se ajusten a su “debilidad” de acuerdo al pensamiento griego y romano. Donde los dioses le dieron todo el valor al hombre para salir a cazar y vencer, pero a la mujer, claramente todo lo contrario.

Haciendo a la mujer dotada de paciencia, pasividad, debilidad, obligándola a tener el rol del hogar desde el nacimiento hasta la muerte. Y claramente se tienen registros de ciertas mujeres que no estaban de acuerdo con ese modelo, como Hipatia de Alejandría, la primera mujer filósofa, que sufrió de diferentes agresiones de parte de la sociedad en ese entonces.

El patriarcado moderno

No es sorpresa que en pleno siglo XXI se sigan teniendo los mismos pensamientos que hace miles de años. Y todo recae en los mismos modelos, el patriarcado según Rubiera, González, Fernández (2011): *“ha utilizado la biología, la religión, la filosofía, la ciencia, etc., para secundar la subordinación femenina y la supremacía masculina”*.

Valiéndose de todo lo anterior, para justificar la desigualdad vivida hoy en día, así como “frases” que han dejado diferentes filósofos o apóstoles, a continuación, algunos extraídos de *“Mujer en la historia”* (2011):

“Una vez más, el varón es por naturaleza superior y la hembra inferior. Uno dirige y la otra es dirigida”, Aristóteles, filósofo griego, (384-322 a.C)

“Existe un principio bueno que creó el orden, la luz y el hombre, y un principio malo, que creó el caos, la oscuridad y la mujer” Pitágoras, filósofo y matemático griego (582-587 a.C)

“La mujer oiga la instrucción en silencio, con toda sumisión. No permito que la mujer enseñe ni que domine al hombre. Que se mantenga en silencio porque Adán fue formado primero y Eva en segundo lugar”. Nuevo Testamento. Primera epístola a Timoteo.

Basados en textos como los expuestos anteriormente, la sociedad patriarcal se ha valido de toda la desigualdad para con la mujer. Creando el estereotipo de *“mujer para el hogar”* presente desde el siglo XVIII y XIX donde la mujer queda rezagada en el hogar y no se le permite más allá de eso. Teniendo como resultado, mujeres vacías que probablemente querían aspirar a más, pero se les negaba a toda costa.

Resultado de este estereotipo, se levanta la primera mujer feminista en querer hacerse oír por medio de un escrito, Betty Friedan, con su obra *“La mística de la feminidad”* publicado en 1963. En el que denuncia a la *“ama de casa”* y habla sobre el verdadero valor de la feminidad.

Pero a la par de la lucha femenil, estaba el contraataque patriarcal. La publicidad, se aprovechó al máximo para llevar ese mensaje de *“el único que importa es el hombre”*, como hacerlo sentir bien después de que llegase de trabajar, como servirle, como ser en sí, la ama de casa perfecta. Un legado patriarcal que llega hasta el siglo XXI.

Y con el movimiento agigantado de la tecnología, los problemas han ido creciendo en vez de disminuir. Tal como el caso del uso de la mujer como objeto sexual para vender cualquier cosa, desde un par de calcetines hasta el último teléfono de moda. Al mismo paso que ha crecido la trata de mujeres y niñas, la violencia de género (sobre todo en países latinoamericanos), la discriminación salarial y en muchos países, la desigualdad educativa, donde el hombre merece estudiar más que la mujer.

Afortunadamente a la par de estas injusticias, se han podido levantar aún más mujeres que años atrás.

Imagen 42. Betty Friedan, primera mujer feminista. Fuente: goo.gl/B49Vkb



La mujer en Latinoamérica

En los países latinoamericanos se ha tenido una lucha grande, así como en distintos países del mundo, la cultura en la que se vive aún está un tanto atrasada en cuanto el tema de la mujer. Y en los últimos años se ha tenido movimientos significativos que han cambiado la actitud de la sociedad en general, en cuanto a lo que quiere decir ser mujer.

Por lo cual de acuerdo a Montañón y Nieves (2007): *“las mujeres de América Latina y el Caribe están siendo protagonistas de uno de los cambios culturales más grandes de la historia. Hoy en día es posible afirmar, en término de las libertades conquistadas, que casi ninguna mujer quisiera repetir la vida de sus abuelas”*. A eso agradecemos el hecho de la igualdad vaya avanzando, a pesar de los obstáculos que se han presentado.

En América Latina ya es una verdad que las mujeres están incursionando en el ámbito político y empresarial, siendo claves en el mercado de trabajo. La vida de sumisa y ama del hogar se está quedando atrás, aunque en muchas culturas pertenecientes a Latinoamérica aún permanezcan estereotipos como esos. Tales con los casos de las razas indígenas, en las cuales sigue habiendo esa distinción entre hombre y mujer.

Hay cambios que se han implementado, pero factores como la igualdad en remuneración salarial, aún sigue con discriminación, destinando mayores ingresos a los hombres que a las mujeres por hacer el mismo trabajo.

Así como, en distintos ámbitos, como la educación, la promoción de la igualdad y equidad de género. Y la correcta aplicación de los derechos humanos para la mujer, en cuanto a temas de violencia física y psicológica, discriminación de cualquier tipo y participación activa y representativa en la sociedad.

Hitos históricos

De la misma forma en la que diferentes continentes y sus respectivos países, tuvieron movimiento feminista, Latinoamérica lo tuvo también. A continuación de acuerdo a Vélez Bonilla (2007), los movimientos más notorios que revolucionaron la forma de ver a la mujer en países latinos:

-A principios del siglo XX, Argentina tiene la primera organización feminista, donde se vio por primera vez el aumento del número de mujeres en el mercado laboral de dicho país.

-El feminismo anarquista surge en Buenos Aires, Argentina en la década de 1890.

-En 1936 se crea la primera Organización Femenina de Perú, que trato de unir la acción política con la lucha femenina, buscado la igualdad de derechos sociales y salariales.

-En México 1910, en pleno movimiento revolucionario, se tuvo incorporación de mujeres, como acompañantes de los hombres, militares, espías, enfermeras, etc. Hasta colaborar en planes y proyectos para la redacción del Plan Ayala de Emiliano Zapata.

-El voto mexicano es posible gracias a Amalia Castilla Ledon que funda la "Alianza de Mujeres de México" que, junto con el presidente de entonces, las mujeres mexicanas alcanzan este derecho.

-En 1946 en Panamá gracias a grupos feministas, se aprueba en la Nueva Constitución "el derecho a la ciudadanía de todos los panameños mayores de veintiún años, sin distinción de sexo.

Tal como este tipo de movimientos, se alzaron bastantes más en toda el área latinoamericana, hasta llegar hoy en día en el que las mujeres gozan de derechos iguales a los hombres.

A pesar de seguir sufriendo distintos tipos de injusticias que han sido denunciadas a través de diferentes formas. Algunas llevando de la mano el arte, otras la política o la ciencia, todas con el mismo fin de seguir en la lucha de ser reconocidas personas como tal.

Imagen 43. Periódico anarcofeminista argentino, siglo XIX.
Fuente: goo.gl/mp7NwV



Movimiento femenino en Guatemala

El movimiento feminista en Guatemala nació a mediados de 1980, en medio de un movimiento popular, que buscaba las negociaciones de la paz después de la guerra interna.

Después de todo el trabajo que esto involucro, el tema de género empieza a surgir con fuerza, logrando desarrollarse a lo que se conoce hoy en día. Yendo de la mano con la definición de identidad, reconocimiento del “adversario” y la definición clara de adonde se quiere llegar, una visión.

En el país podemos encontrar diferentes vertientes del movimiento feminista. Hay quienes se centran en el feminismo radical, basándose en teorías occidentales. Y por otra parte las organizaciones de mujeres indígenas que luchan por el reconocimiento de su identidad. Con esto, es notorio que no existe un estereotipo de lo que es una mujer “feminista”.

Todas las organizaciones de mujeres tienen diferentes objetivos, claramente esta. Que pueden tener interés en su “etnia” o en varias, buscando implementar “*la nación multiétnica, pluricultural y multilingüe*” que establecen los *Acuerdos de paz*.

Reconociendo que una organización de mujeres en Guatemala, necesita incorporar a las diferentes etnias indígenas dentro de su movimiento.

Por otra parte, también como fruto de la guerra interna en el país, hay movimientos feministas de mujeres de la ex guerilla. Quienes tienen un enfoque basado en tres causas estructurales de presión contra la mujer de acuerdo a Murga, Jorge (s.f), que, a pesar de no haber llegado a todos los movimientos del país, es bastante revolucionario.

Ellas de acuerdo a Murga, Jorge (s.f): plantean un movimiento que tome en cuenta:

1. La explotación económica en el marco de la estructura de las clases sociales.
2. El racismo y la discriminación étnica y cultural.
3. La opresión en contra de la mujer basada en el género.

El hecho de que este tipo de movimiento busque surgir por encima de los demás movimientos que son estrictamente feministas, se puede deslucir el verdadero problema social en Guatemala. Que muestra desigualdad e injusticia, conteniendo los objetivos principales de la lucha feminista en Guatemala. Funcionando en contra de la opresión en todos los sentidos, específicamente contra la mujer.

El mayor enfoque de este movimiento inclusivo es acabar con el sistema patriarcal en el que viven inmersas grandes cantidades de mujeres. Buscando crear un camino hacia una sociedad libre de la típica dominación de hombres sobre mujeres, en la lucha de la erradicación del racismo.

El fin de todos los movimientos femeninos en sí, es construir un movimiento multiétnico, construir una sociedad sin diferencias económicas ni étnicas ni de género que puedan servir como justificación para explotar, oprimir o discriminar a cualquier mujer de cualquier edad, de acuerdo a Murga, Jorge (s.f).



Imagen 44. Mujeres en manifestación. Fuente: goo.gl/nCkqmX

Imagen 45. Día Internacional de la mujer. Fuente: goo.gl/HYJdD3



Desafortunadamente hay aún en diferentes estratos nacionales, donde las mujeres no están al tanto de movimientos que podrían ayudarlas en diferentes casos de abuso o violencia. Y en muchos casos, estas mismas mujeres no saben identificar propiamente a su agresor, recayendo erróneamente en ellas mismas la culpa. Poder reconocer esto, es uno de los fines que los movimientos desean promover en toda mujer guatemalteca.

En conclusión, a pesar de haber diferentes movimientos feministas que difieren en ideología, todos buscan un bien común y una revolución social para la población femenina. A modo de fomentar un cambio de parte de las mujeres para con las mujeres, a la vez creando consciencia en la población masculina en general.

La mujer en el arte guatemalteco

De acuerdo a Urquizú (1997): *“la participación femenina en la creación, interpretación, estudio e incluso compra y venta del arte fue siempre activa”, sin embargo, había ciertos impedimentos que las privaban de poder firmar sus obras y ser reconocidas por ello”.*

Primero estaba el hecho de que solamente los grandes dueños de talleres de arte podían firmar las obras y segundo que a la mujer siempre se le privo de una libre expresión, incluso con algo tan libre como el arte.

A pesar de ello, los primeros nombres de mujeres artistas salen de las familias más económicamente poderosas, que se les permitió firmar sus obras gracias a que tenían acceso a la educación. Si por lo contrario se era de clase baja, probablemente la obra nunca se le iba a ser reconocida a esa persona.

La mujer empezó incursionando en el arte religioso, donde se creaban esculturas, pinturas y/o tónicas de diferentes imágenes. Empezando por este medio a reconocer el trabajo femenino.

Luego, con la venida del Teatro Carrera en el siglo XIX el arte femenino por primera vez empieza a moldear una ideología que se mantendrá por años. La ideología “guatemalteca”. Y es que el amor por el arte era fomentado según Urquizú Fernando (1997): *“desde la educación elemental y respondía a situaciones de orden económico y social” por lo cual, las niñas de mayores posibilidades económicas podían acceder al dibujo, pintura y música, a contraposición de aquellas que no tenían dichas posibilidades, aprendían bordado o artes domésticas.*

Primeros pasos

Es importante hacer notar que existía una brecha de diferencia entre las clases económicas en cuanto al arte. Normalmente aquellas mujeres cuya situación económica era muy inferior a otras, se dedicaron al arte por pura pasión a diferencia de otras que fácilmente podía recibir dinero por él.

Con estos ejemplos se puede ver claramente la distinción primero que nada entre mujer y hombre desde años pasados, privación que se dio en la colonia y se siguió manejando por años. La mujer siempre fue privada de clases artísticas a menos que se tuviera un medio económico, no se les dejaba firmar sus obras y es hasta después con programas de radio, obras en específico, etc ., que empiezan a surgir nombres femeninos a la luz del público. Lo cual nos lleva hasta hoy en día, que se encuentran diferentes mujeres en diferentes talentos promoviendo un cambio para el pensamiento conservador.



Imagen 46. Sara Curruchich, cantante. Fuente: goo.gl/UAPPWB

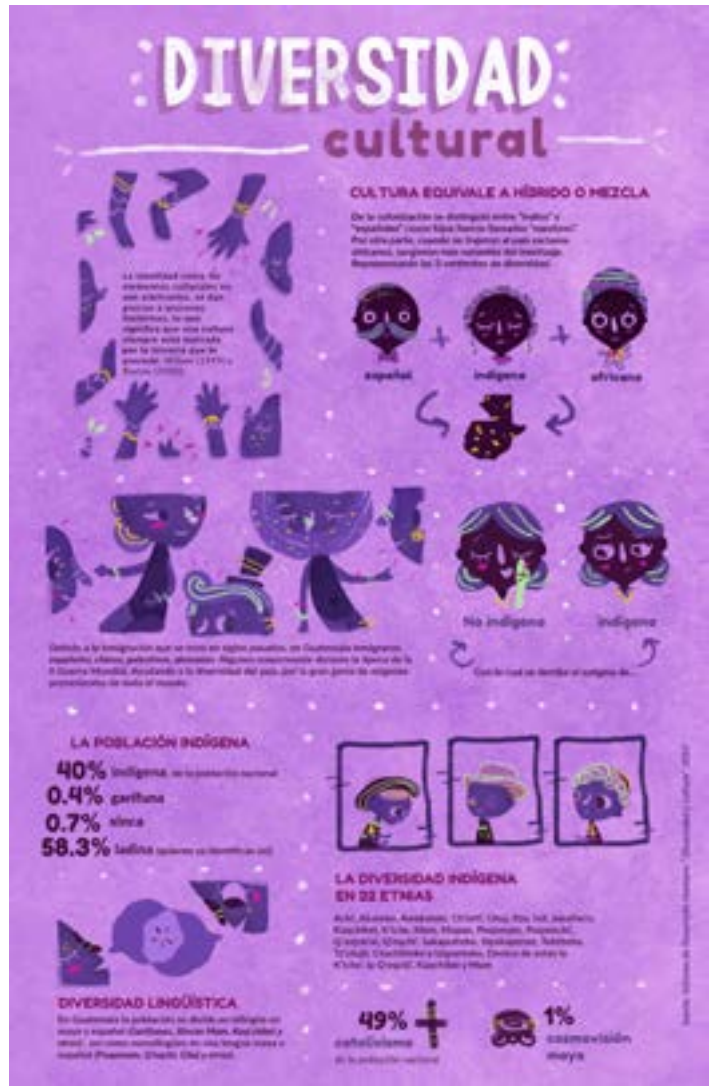


Imagen 47. María Mercedes Coroy, actriz. Fuente: goo.gl/rkLkKB

Han sido pocas las mujeres que han logrado incursionar con éxito en un mundo artístico ocupado en su mayoría por hombres, pero que en pleno siglo XXI hay movimiento de diferentes artistas para cambiar dicho estigma. Por mencionar algunas:

- Rebeca Lane (cantautora)
- Sara Curruchich (cantautora)
- Gaby Moreno (cantautora)
- Na'ik Madera (cantautoras)
- Miss Lilith (cantautoras)
- María Mercedes (actriz)
- Lorena Pinot (cantante)
- Gabriela Celeste (cantautora)
- Magda Angelica (cantautora)
- Entre otras

Imagen 48. Infografía "Diversidad Cultural" 2016.
Fuente: propia.



Debido a la gran gama de diversidad existente en el país, muy presente sobretodo en las ramas artísticas, se crea una infografía para ejemplificar y explicar el mestizaje del país. En la cual se muestra los diversos grupos étnicos que se tienen en Guatemala y las diferentes lenguas, religiones, etc., las cuales deben tomarse en cuenta al crear un material, haciéndolo inclusivo y accesible para todos y todas.

Festivales Artísticos

¿Qué es un festival artístico yCuál es su fin?

Definición científica según Falassi (1997): “en las ciencias sociales, un festival comunmente se refiere a una celebración periódica hecha de una multiplicidad de formas rituales y eventos que directa o indirectamente afectan a todos los miembros de una comunidad y que de manera explícita o implícita, muestra los valores de base, la ideología, la visión del mundo que es compartida por miembros de la comunidad y que son la base de su identidad social”.

Y Wagner, (2007) establece lo que hace a un festival ser un festival:

- Contar con al menos 3 programas
- Estar preparado para una audiencia
- Debe ser organizado periódicamente
- Debe tener una fecha de inicio y finalización
- Sus objetivos principales deben ser la mediación de los valores y la experiencia comunitaria.

Beneficios sociales y culturales de un festival

Los festivales artísticos cumplen con una función social en la creación de trayectorias artísticas. Es decir, brindan la oportunidad para diferentes artistas, dependiendo de cuál sea el enfoque del festival, de darse a conocer y de crear una carrera empezando por una exposición de tal magnitud.

De acuerdo a Falconi, Pérez Jorge (2013): “existen dos modelos visibles de organización de festivales: el modelo vitrina y el modelo encuentro. Las características particulares de cada modelo permiten delinear los proyectos sociales que estos conllevan y el impacto que estos modos de organización tienen en la distribución de paradigmas de creación artística”.

Los beneficios de un festival

En la década de los 60, la implementación de festivales artísticos en países latinos, ayudo a internacionalizar el teatro latinoamericano. Un beneficio general, que años adelante representaría una plataforma necesaria para cualquier arte. De ese modo en los setentas nacen dos ideas de festival: para compartir y crear un intercambio social; y otro como un mercado para vender productos propios del país en cuestión o productos culturales.

Donde Arbaláez (1996) menciona: “existen dos tipos de festival: tipo vitrina que genera oportunidades para observar un gran número de obras de diferentes países, involucrando producciones costosas, donde la estructura permanece para que el público admire” a contraposición de “los festivales tipo encuentro son caracterizados por su habilidad para fomentar el intercambio entre los participantes, no solo artistas, sino público, organizadores, críticos, técnicos. Buscando un encuentro entre culturas y naciones”.

La elección del festival dependerá enteramente de cuales sean los objetivos de cada uno, donde se puede tener una mezcla de los dos tipos de festivales anteriormente expuestos o solamente uno. Lo cual afectara su nivel de importancia o impacto, ya que un modelo brinda más oportunidades para los artistas que otro.



CONTENIDO
TEÓRICO
DE DISEÑO

Psicología del Color

Según el sitio web “Ilussion Studio” (2016): *“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.”*

De acuerdo a la “ESCOLA D’ART SUPERIOR DE DISSENY DE VIC” (s.f):

“El color es sensorial e individual, subjetivo, por tanto. La psicología clasifica sus percepciones adjudicándole significados y atendiendo a las funciones que en él se aprecian” que según J.C. Sanz (s.f): son de adaptación y de oposición.

La función de adaptación consta en: respuestas vivaces e intensas. Y de oposición: respuestas débiles y depresivas, pero tranquilizantes. Por lo tanto, se concluye que el color es capaz de inhibir o deprimir, creando diferentes sentimientos, así como sensaciones de temperatura o impresiones de determinados elementos o situaciones.

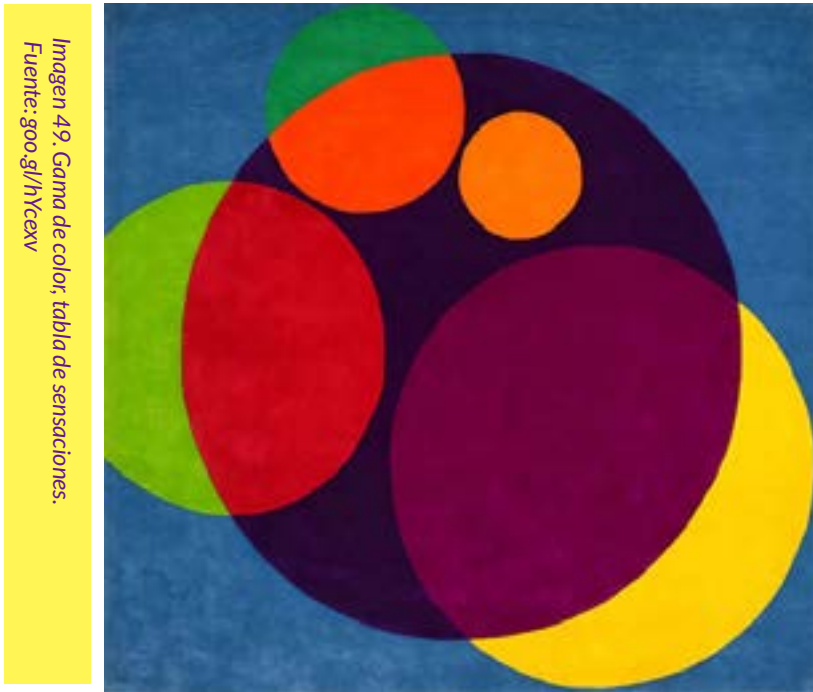
Pero a pesar de la generalidad anteriormente presentada, cabe recordar el hecho de que cada color puede significar algo diferente para cada uno, así como para cada cultura, sociedad o civilización. Aunque eso suceda, el color siempre se ha distinguido en antónimos: masculino y femenino, realidad o ficción, claridad y obscuridad, etc.

Por lo cual, el color no es solamente algo que se siente o percibe, porque busca cumplir una misión determinada en casos de arte, diseño, publicidad, educación, etc. Que su uso funcionara como una forma de identificación por parte del espectador.

Colores fríos y cálidos

Como ya se tiene muy claro, a los cálidos se les asocia con el sol y el calor, pero los fríos son lo contrario de ellos. Los cuales pueden cambiar, yendo de frío a caliente y viceversa, dependiendo de cuanto color tienen de su contrario. Por ejemplo: un morado con rojo representa calidez, pero un morado con azul o verde, representa frío, profundidad, etc. De esa forma se pueden tener miles de opciones de color, en las cuales las temperaturas tanto del cálido como el frío se verán afectadas.

Y así como crean sensaciones también crean efectos visuales, ya que los colores cálidos parecieran expandirse, mientras que los fríos parecieran encogerse. Una gama hace ver todo más ancho y la otra gama crea la ilusión de encogimiento.



El uso del lenguaje y el color

Debido a que cada color transmite algo diferente, profesionales de campo gráfico se instruyen sobre el tema en cuestión para poder usarlo a su favor. Con el fin, de atraer al cliente por medio de su subconsciente. No es casualidad que en restaurantes los colores anaranjados, amarillos y rojos aparezcan como predominantes, ya que estos estimulan el hambre.

Algunos colores y su significado: (según la “ESCOLA D’ART SUPERIOR DE DISSENY DE VIC” (s.f):

- Amarillo:** color de la luz y oro. Representa la abundancia y riqueza. En otras culturas representa envidia, ira o traición.
- Naranja:** entusiasmo y acción. En otras culturas representa tanto lo terrenal como lo divino.
- Rojo:** alegría, fiesta, pasión, revolución. También representa el peligro, la crueldad y la violencia.
- Azul:** espacio y lejanía. En publicidad se asocia con la limpieza y frescura.
- Verde:** natural y humano. Además de ecológico, con significados negativos como la envidia o celos.
- Violeta:** pasión y muerte. En su variante, purpura, significa realeza.
- Marrón:** color masculino, fuerte, brinda equilibrio. Llamado el “color realista”, porque es el color de la tierra en la que caminamos.
- Blanco:** pureza y paz.
- Negro:** inseguridad, muerte, luto, etc.

Tabla de sensaciones

Según la "ESCOLA D'ART SUPERIOR DE DISSENY DE VIC" (s.f):

-Sensación: calidez y tibieza. Colores: marrón, rojo, naranja, amarillo.

-Sensación: fascinación y emoción. Colores amarillo dorado y fuerte.

-Sensación: sorpresa y feminidad. Colores: tonos en rosa y lavanda.

-Sensación: dramatismo. Colores: verde oscuro.

-Sensación: naturalidad Colores: tonos de gris y verde.

-Sensación: masculinidad. Colores: marrón, piel y azules.



Tipografía

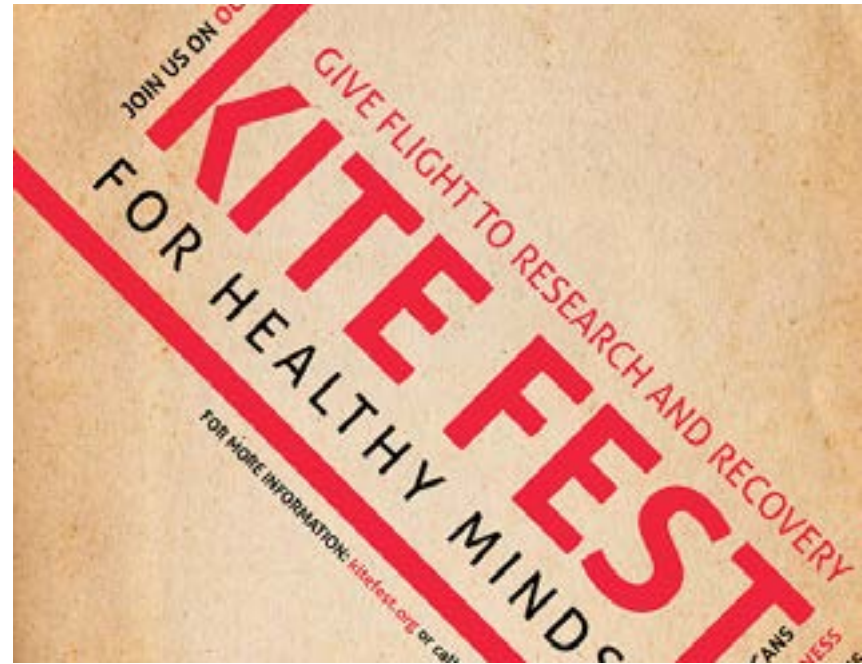
Según Álvarez, Dalia (s.f) en el documento “Introducción a la Tipografía” explica: *“la tipografía como disciplina del Diseño Gráfico estudia los distintos modos de optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales. El diseñador gráfico en su tarea cotidiana debe conocer las familias tipográficas para poder expresar correctamente la idea que requiere conceptual”*.

La tipografía se ha valido a lo largo de los años de diferentes conceptos, desde su implementación en el tiempo de la imprenta con Gutenberg, hasta la pura aplicación de la disciplina en el siglo XX con diferentes corrientes y escuelas. Llegando hasta hoy día, donde tiene su mayor protagonismo en el diseño gráfico, donde busca comunicar visualmente, valiéndose de un concepto.

Aquí la autora Álvarez, Dalia menciona: *“además la tipografía tiene una dimensión humanística que se basa en la escritura, representación abstracta de objetos e ideas que hizo posible el registro de la cultura, la organización del pensamiento y el desarrollo intelectual del hombre”*.

Por lo cual podemos que el fin único de la tipografía, es llevar un mensaje que tiene que ser entendible. En una gráfica o diseño, el texto es ilegible o muy difícil de comprender, el punto de las dos disciplinas, tipografía y diseño gráfico, no existe.

Imagen 51. Ejemplo tipográfico. Fuente: : goo.gl/k6p



Además, es importante identificar los estilos y familias tipográficas adecuadas para el mensaje que se quiera transmitir, ya que poseen una psicología en sí. Y en caso de ser utilizadas erróneamente, el mensaje no llegará como se pensó en un principio. Se ven involucrados diferentes elementos como:

- Jerarquías de tamaños
- Organización del texto
- Espaciado entre letra y línea.
- Estilos y significado
- Legibilidad

Imagen 52. Póster tipográfico. Fuente: goo.gl/vTkwJf



Imagen 53. Póster tipográfico. Fuente: goo.gl/vTkwJf

Ilustración

De acuerdo con Romero (s.f) en el documento **Taller de Ilustración gráfica** dice: *“la fuerza de la ilustración, y el número casi infinito de formas en que puede usarse, ha hecho que no desapareciera o fuera relegada a medidas que las técnicas fotográficas y digitales han ido creciendo”*.

La ilustración ha formado parte del ser humano desde la niñez, donde se era expuesto a libros ilustrados, historietas, anuncios, etc. Que ayudó a formar en cada persona el desarrollo visual. Por ello, expresa calidez y es de naturaleza totalmente humana, cualidades que han hecho que la disciplina siga siendo tan famosa y usada como en sus principios.

A parte de las sensaciones que crea la ilustración, ha estado vigente por tantos años, ya que cuenta con un abanico de técnicas y posibilidades sin fin. Cada ilustrador puede expresarse y encontrar materiales o medios para plasmar sus ideas.

Estableciendo lo anterior, la autora Romero, Rocío (s.f) menciona: *“la función primaria de la ilustración es la de realizar la interpretación gráfica de una idea”*. El proceso consta primero que nada de la idea en sí, puede ser un texto, una palabra, un pensamiento etc., dado por un autor o por el mismo diseñador.

Luego se transmite la idea y el diseñador o ilustrador con el conocimiento que tiene, lo interpreta, o sea lo realiza.

Tres clases

La ilustración puede ser de tres clases de acuerdo con la autora Romero, Rocío (s.f):

- 1.** Ilustraciones que narran historias sin necesidad de un título, texto o inscripción. Por ejemplo, portadas de revista o cubiertas de libros.
- 2.** Que ilustra un título, visualiza un slogan o un mensaje. Por lo cual, su deber es dar fuerza al mensaje. La narración e ilustración trabajan juntas.
- 3.** La narración contada por la imagen es incompleta, busca despertar la curiosidad e invitarlo a leer el texto.

Para poder crear cualquier clase de ilustración que se menciona anteriormente, el ilustrador según Romero, Rocío (s.f). debe pasar por una serie de pasos que son: *observar*, *memorizar* y *registrar*. Donde el primero es el más importante, sin observar no se puede comprender o crear un buen mensaje visual. Luego la memorización toma parte, al recurrir a la memoria y conocimiento para proponer algo. Y finalmente el registro, donde se plasma la idea en cualquier sustrato o técnica.

La autora también menciona una serie de preguntas, que pueden ser de ayuda para empezar con la creación de una ilustración:

- ¿Cuál es la naturaleza de nuestro tema?
- ¿Tiene un estado de ánimo?
- ¿Debe hacerse en color o blanco y negro?
- ¿Es un interior o exterior, de día o de noche?
- ¿Iluminación difusa, brillante, oscura, tenebrosa, etc?
- ¿Es posible contar la historia en más de una manera?
- ¿De qué modo?
- La situación, ¿depende de las expresiones faciales?
- ¿Qué figura es la más importante?
- ¿Cuál es la idea dominante de nuestra ilustración?



Imagen 54. Ilustración en acuarela. Fuente: goo.gl/lhMGzh

Imagen 55. Ilustración a tinta.
Fuente: goo.gl/Xgn8YP



Implementar esta serie de preguntas al momento de empezar con una ilustración, puede dar una mejor idea de que es lo que se quiere comunicar y que medios o técnicas apoyarían el mensaje.

Algunas de las técnicas utilizadas normalmente son:

- Rapidografo y lápiz
- Acuarela
- Crayones de madera o pasteles secos
- Recortes
- Pintura
- “Scratch” con pasteles secos
- Tinta
- Carboncillo
- Técnica digital
- Mezcla de técnicas digitales con análogas
- Entre otras

En conclusión, el papel del ilustrador es el de un observador e interprete, que usará su creatividad y conocimiento para crear mensajes visuales. Valiéndose de sus experiencias y habilidades únicas para comunicar.

Imagen 56. Ilustración con técnica mixta. Fuente: goo.gl/hlZAJk





Imagen 57. Jusai, Portada de Fun, 2016. Fuente: goo.gl/ORrj84



Imagen 58. Laura Hervas, Portada de Muse, 2013. Fuente: goo.gl/OD7bnY



Imagen 59. Laura Hervas, Jacques Mannequin, 2013. Fuente: goo.gl/hwHi46c



Imagen 60. Laura Hervas, Led Zeppelin, 2013. Fuente: goo.gl/7KKs4

Imagen 52. L'officiel. Recuperado de: <http://www.trendhunter.com/trends/lofficiel-netherlands-february-2014>

Ilustración fusión

Con la incursión de la tecnología en el campo de la ilustración, se creería que sería el fin de la ilustración análoga, dando paso a la nueva era, donde todo es más sencillo y rápido. Pero, como se explicó en el capítulo anterior, la ilustración análoga tiene tantas facultades humanas, que es casi imposible no utilizarla.

Por ello, y a modo de innovación, se crea la ilustración "fusión" donde se utiliza el híbrido entre lo análogo y lo digital.

Este estilo se basa en la utilización de pinturas, texturas, textiles, objetos cualquier, técnicas comunes de ilustración y otros para ser llevados a un computador y añadirles la parte digital. ¿El resultado? *Una gráfica interesante y creativa.*





Imagen 62. Ejemplo de Ilustración Fusión. Fuente: goo.gl/R9mNeY



Imagen 63. Ejemplo de Ilustración fusión. Fuente: goo.gl/xhG3IT



Imagen 64. Festival Femalt. Fuente: goo.gl/e542Go

Imagen 65. Póster ONZE. Fuente: goo.gl/tDaJYG



Según Costa (1989): “La marca es un signo de identidad que posibilita el reconocimiento de una organización por parte de un destinatario, de aquí su función de identificación.”

El tener una marca identificable para una empresa, es vital. Lo cual le permitirá crear diferentes materiales mediante una estrategia para poder presentarlo a sus clientes y ser reconocidos. Por lo cual, una identidad visual buscará por medio de la gráfica identificar a algo o alguien.

Diseño de identidad visual

Según Ireola, Eduardo (2010): “La idea de identidad se refiere a aquellos atributos y/o características que definen y hacen singulares a las cosas y los seres. Las organizaciones de cualquier clase tienen también una identidad que el diseñador potenciará por medio del tratamiento de su imagen visual”.

Todo posee características en sí mismo, que permiten ser reconocible sobre otros y otras. Por lo cual, algo o alguien bastante singular quedará más grabado en la memoria que algo no tan notable. Básicamente un concepto que define mejor la identidad visual.



Imagen 66. Ejemplo de diseño de Identidad visual.
Fuente: goo.gl/FdgnNX

Imagen 67. Diseño de identidad visual por Shane Wilson, 2016.
Fuente: goo.gl/aCIJ7



Imagen 68. Diseño de identidad visual por Shane Wilson, 2016.
Fuente: goo.gl/aCIJ7



Imagen 69. Disco "In 'n Out" por Reid Miles.
Fuente: goo.gl/dT6LHy

Diseño de identidad musical

El diseño gráfico es utilizado para traducir diferentes pensamientos y sensaciones. Cualidad que es de gran apoyo al momento de crear una identidad musical. Donde el diseñador se valdrá de diferentes sistemas y estrategias gráficas y teóricas, que lo llevarán a crear un modo gráfico de identificación musical. Donde se evidencie todo lo que puede llegar a conformar a un grupo o un cantante.

Ciertos elementos son muy importantes y no pueden faltar en la identidad de un grupo musical, como una marca y la imagen de un disco. Pero, también intervienen otros factores que representarán una ayuda para darse a conocer y tener presencia en el colectivo. Factores que, de ser usados correctamente, puede llegar a crearse un fuerte reconocimiento de parte del público.

El arte de portada significa mucho para la identidad musical, donde se crea inmediatamente una idea en el cerebro de las personas. Que creará una variedad de cuestionantes y respuestas negativas o positivas. Y lo que se quiere lograr es el impacto y la correcta asociación del nombre de la banda con el arte presentado en su disco.

Historia del diseño y la música

Historia del diseño en la música, de acuerdo con Ireola Eduardo (2010):

1. Mediados del siglo XIX el negocio musical era la comercialización de partituras de canciones de música clásica y jazz. El músico empezó a ser tomado como artista.

2. Gracias a la comercialización de partituras aparece la primera pieza de diseño que intervino en la música, la portada. Que buscaban atraer la atención del espectador y el trabajo fue delegado a diseñadores e ilustradores.

Las portadas contaban con el estilo de la época, bordes y ornamentos caligráficos, tratamientos caligráficos y su función era proteger el contenido del exterior. Algo que con el tiempo llegaría a ser solamente comunicativo y comercial.

3. Con la Revolución Industrial, se tuvieron discos de pasta o laca gracias a la creación del Gramófono, en los cuales se troquelaba una circunferencia pegada en el centro para poder leer la información del autor o canciones que traía el material.

4. Se empiezan a vender los discos como un extra al Gramófono y sus partituras. Cuya publicidad fue llevada por los posters o carteles publicitarios.

5. Con todo el movimiento musical, diseñadores e ilustradores de todo Estados Unidos y Europa estaban empezando a verse interesados por el diamante en bruto del diseño discográfico. Entre ellos, la leyenda de “Alex Steinwess” diseñador de las mejores portadas a nivel mundial.

6. Alex Steinwess ilustra la portada de “Smash Songs Hits de Rodger & Hart” cuyo éxito fue gigante, marcando el nacimiento del Diseño discográfico en sí.

7. Los inicios del DISEÑO DISCOGRÁFICO se caracterizaron por portadas con tratamientos tipográficos, papeles de color, colores vivos, etc. La escasez de gráfica se debió al poco conocimiento de artistas, además el arreglo tipográfico era más barato y simple de hacer.

8. En 1940, la venta de discos de pasta se incrementa, en gran parte por el diseño de portadas. El diseño discográfico se expande y surge la necesidad de un empaque que cubra mejor a los discos, ahora de vinilo. Así Alex Steinwess crea una mejor manera de proteger el disco, cuya estructura es de cartón, grueso y resistente. Empaque que hoy en día se conoce y se utiliza.

9. Se empieza a usar la fotografía, gracias a los mejores sistemas de impresión que se empezaron a tener.

10. En los años 50, se experimentó con la fotografía y la tipografía a la vez. Donde el diseñador Reid Miles entra a escena a crear las mejores portadas de la época.

11. A finales de los 50 nace el estilo musical del Rock. Además de reconocer la importancia de las cubiertas de los discos en los premios Grammy. El primer fue para Frank Sinatra con el diseño de la portada "Only the Lonely".

12. En los 60 se da una época revolucionaria. Donde se cuestiona lo establecido y se promueve la rebelión. Las ventas de disco suben aún más en ventas, nacen las giras mundiales.

Y los cambios en los años se ven reflejados en el diseño de portadas donde se retoma la ilustración, pero psicodélica, detallista, con tipografía deformada.

Medel (2009): *"en las portadas de la época era característico el uso de letras licuadas, colores vivos, composiciones abstractas, elementos decorativos que recargaban la página, lógicamente también influyo en la fotografía"*

13. en los años 70, aparece el merchandising, ofreciendo una gran gama de opciones para fortalecer el diseño discográfico y los conocimientos de los artistas musicales: Medel (200): *"Se desarrolló el merchandising, donde los diseños de cubiertas, aparecían ahora en carteles, camisetas, pegatinas y otro tipo de materiales promocionales para comercializar en las multitudinarias giras de los artistas"*.

14. después de la llegada del hombre a la luna, se deja de un lado la ilustración psicodélica y se empiezan a hacer graficas relacionadas con otros planetas. Así como la implementación de los libretos interiores que permitían tener la letra de las canciones, fotografías y contenido adicional, hoy llamados boletos.

Surge el reggae, el cassette y a finales el punk rock, que ofrecerá un diseño minimalista, con tipografías recortadas o hechas a mano. El Punk estaba en contra del diseño, junto con el Heavy Metal que acababa de surgir.

15. en los años 80 surge el vídeo y el disco compacto, dos cosas que amenazaron al diseño discográfico. Desaparece la funda de cartón para el disco de vinilo y lo suplanta, un disco grabado digitalmente y una caja de plástico de 12 centímetros.

Leighton, Jim (2009) "disfruto diseñando un CD porque, para mí, es un packaging más completo. el libreto que va adentro, la contra.portada de la caja, la imagen o tipografía que puede ponerse debajo del CD con un soporte transparente, y el propio CD, que puede ser por sí mismo una pieza de arte."

16. En los años 90 aparece el mp3, el DVD, la piratería, entre otros. Que amenazaban fuertemente al diseño discográfico. Pero a pesar de ello, se encontraron nuevas formas de comercializar música, siempre teniendo en cuenta que la identidad de una banda o cantante por medio de su portada nunca será reemplazada.

Las portadas de discos consiguieron representar, no solo la esencia del disco, sino también la imagen del propio artista y de la compañía, a modo que las personas podían unificar un disco con su banda o cantante solo por sus portadas o posters, con solo entrar a la tienda de discos.



Imagen 62. Disco Nevermind. Recuperado de: <http://listas.20minutos.es/lista/las-mejores-portadas-de-discos-de-la-historia-269579/>

Alex Steinweiss

Diseñador gráfico y fotógrafo estadounidense considerado como el **“padre del diseño discográfico”** ya que fue el primero en darse cuenta de la carencia de gráfica que contenían los materiales discográficos. Creando de este modo las primeras portadas ilustradas, lo que creó que otras agencias o estudios empezarán a emplear el diseño de portadas para los álbumes discográficos.

De acuerdo con Ireola, Eduardo (2010): *“sus inicios en el diseño de portada de discos se caracterizaron por la experimentación con tratamientos tipográficos, colores planos contrastado, vivos y directos, generalmente a 1 y 2 colores, y con ilustraciones y adornos estilísticos”*.

También Steinweiss supo manejar la dificultad de impresión en esa época a su favor, innovando aún más en un área de diseño que no había sido explotada aún.

Y como se mencionó anteriormente, Steinweiss fue el creador del empaque de los discos de vinilo, que aún se sigue usando hasta la fecha.

El hecho de encontrar un medio que pudiera representar a los artistas, utilizando la gráfica, color y tipografía, le valen el título que se le reconoce.

Imagen 71.

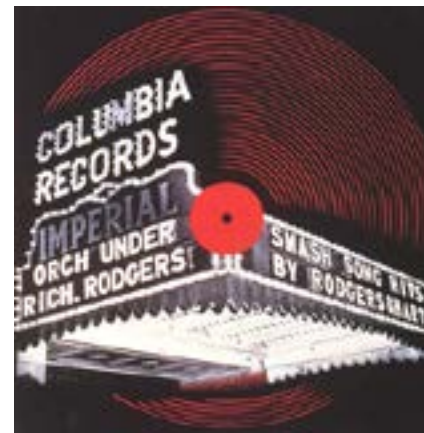


Imagen 72.

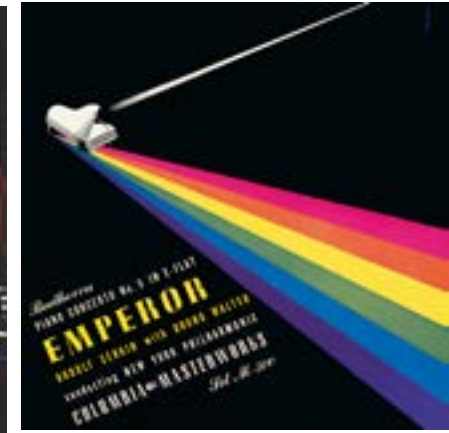


Imagen 71. Portada de “Smash Song Hits” de Rodgers y Hart. Fuente: goo.gl/KQNQok
Imagen 72. Portada “Beethoven Piano Concerto No.5”, Fuente: goo.gl/KQNQok

Imagen 73. "The Rumproller", Lee Morgan por Reid Miles. Fuente: goo.gl/ErO8H9

Imagen 74. "Wahoo", Duke Pearson. Fuente: goo.gl/ErO8H9



Imagen 73.

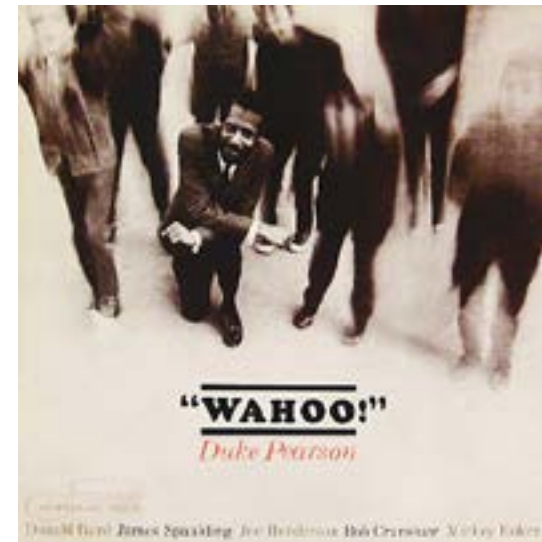


Imagen 74.

Reid Miles

Diseñador gráfico estadounidense, realizó más de 500 portadas de disco para un pequeño sello discográfico llamado "Blue Note".

Lo que destacó el trabajo de Miles fue el increíble uso de la fotografía. En la época de los 60's era muy costoso imprimir en 4 colores, lo cual lo solucionó utilizando blanco y negro y un color o dos colores contrastantes. Apoyados por un gran uso tipográfico que invitaba a comprar.

Además de los pocos colores en la fotografía, creaba composiciones destacables donde la imagen era pequeña y puesta estratégicamente, ayudándose de la retícula. Utilizó grandes contrastes y recortes fotográficos junto con figuras sólidas que impactaban.

Por ello en palabras de Medel (2009): "Si Steinweiss puede ser considerado el padre del diseño tipográfico, Miles es posiblemente, "el mejor diseñador de portadas de la historia".

Comunicación visual en la música

El diseño gráfico servirá como medio para representar a los diferentes artistas, sus géneros, actividades, el producto en sí. En palabras del autor Iraola, Eduardo (2010): *"el trabajo de diseño de identidad visual para grupos musicales, se debe comunicar la ideología, la personalidad, y las propias intenciones del conjunto musical para con la música; además las obras musicales proponen un estilo musical, que en general puede anclarse a un estilo de diseño"*.

Dependerá meramente del diseñador gráfico como interpretará el mensaje y como lo plasmará en la gráfica, haciendo llegar la esencia del músico o banda al público. Todo lo que elija como elemento gráfico será en un futuro asociado con el grupo musical al cual está representando, por lo cual debe ser altamente reconocible e identificable. Tal es el caso del prisma en el disco de **Pink Floyd "The Dark Side Of The Moon"** o él bebe desnudo en una piscina del disco de **Nirvana "Nevermind"**. Por ello, es necesario un buen estudio y entendimiento, para que la gráfica pueda funcionar.

De este modo según Iraola, Eduardo (2010): *"a raíz de la influencia cultural que tienen la música y los grupos musicales como creadores de moda y tendencias, el diseño se interioriza en las sensaciones y emociones que estos producen en la sociedad, para representarlas en composiciones de piezas visuales y artísticas"*. Así el público reconoce y se puede ser identificado con lo que se le presenta.

Y si bien existen muchos artistas para mismos géneros, cada uno será diferente y se distinguirá del otro. No solamente por sus características como su historia, sus gustos, lo que los

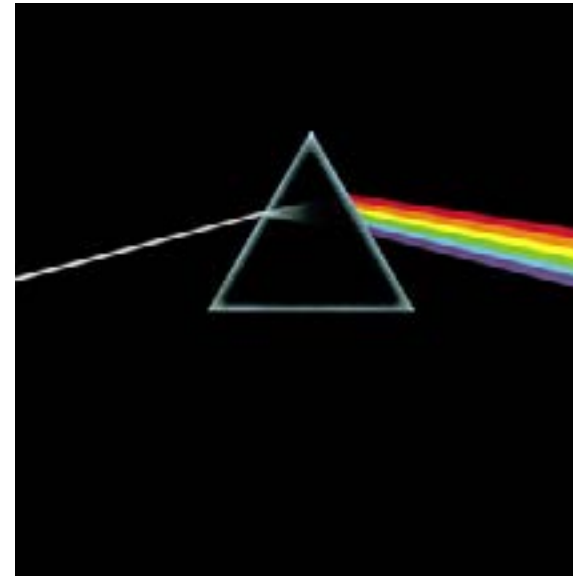


Imagen 75. Portada "The Dark Side of the Moon" de Pink Floyd. Fuente: goo.gl/kBTD1B

identifica, sino también su ideología. A que quieren llegar, cuáles son sus objetivos, que quieren decir con su música, etc. Por lo cual se hace aún más importante transmitir gráficamente a cabalidad a un grupo musical.

Veremos así que la música y el diseño irán de la mano, lo sonoro y lo gráfico. Así como Steinweiss logro traducir sensaciones musicales a diseños basados en la tipografía, movimiento y arte. Algo que iría evolucionando junto con la personalidad de los cantantes o grupos. Y es en este hecho precisamente, donde nos podemos dar cuenta que la imagen de un disco no basta para identificar a una banda. Llega con pasos agigantados los conciertos, los souvenirs, etc., que todo reunido formara parte de elementos de comunicación esenciales para hacerlos crecer.

Un rol importante

Lo que el autor Ireola, Eduardo (2010) junto con diferentes autores más, concuerdan con el hecho que el diseñador gráfico debe empaparse de lo que es el grupo musical, que hacen, que no hacen. Asistir a sus conciertos, escuchar su música, tratar de leer entre líneas las letras de las canciones, para poder plasmar eso en el grafismo a crear.

Así también el diseñador debe tomar en cuenta que no solo le habla al público común, por decirlo de alguna manera, los fans. Sino también con el diseño de un disco, su interior y el merchandising se les habla a grupos objetivos específicos, tal como radios, discográficas, productores, etc. Por lo cual también le serviría al diseñador, proponer una imagen global, que pueda abarcar hasta lo que se conoce como papelería corporativa.

“El arte de tapa”

De acuerdo con Luna, Verónica (s.f): *“El arte de tapa traduce en lenguaje gráfico el mensaje de un disco. Un detalle que no pasa inadvertido para los músicos y que exige de los diseñadores un trabajo cada vez más complejo y original”.*

Queda claro que a pesar de los grandes avances en la tecnología se he hecho cada vez más extraño y poco común que alguien invierta en la compra de un disco, en vez de descargar la música de un sitio on-line. Es verdad, pero la imagen que aparece en cada “play song” es la portada del disco en cuestión donde viene cierta canción.

Por ello, es tan importante. A continuación, el autor Ireola, Eduardo (2010) menciona algunos factores que deben de ser

tomados en cuenta por el diseñador antes de empezar con la creación de una portada:

- Temática de la lírica de las canciones
- Concepto global de las canciones
- Propósitos de la banda con el disco
- La imagen que tiene el público de la banda
- Estilo musical que interpreta el grupo
- Posicionamiento del conjunto en la mente colectiva
- La biografía
- Qué proyectos han tenido y cuales quieren tener

Todos los anteriores le servirán al diseñador para poder identificar el problema de comunicación solventarlo y llevar al grupo musical al conocimiento colectivo si en un caso es nuevo o darle fama si ya era existente.

“Transformar lo audible en visible” Trajtembert, Daniel (s.f)

La portada servirá también como una muestra de crecimiento. El diseñador debe ser capaz de hacer una diferencia entre cada álbum si es que el está encargado de diseñar todo el material. Sino, debe poder aportar algo nuevo al álbum en cuestión, ya que los grupos musicales siempre están creciendo y reinventándose, además que las canciones nunca serán las mismas ni tendrán las mismas intenciones u objetivos. Se debe poder evidenciar el crecimiento y/ o evolución.

Recursos visuales como complemento

Los recursos visuales se refieren a todos los materiales promocionales o informativos que se utilizan para dar a conocer un grupo musical. Cabe mencionar que el diseñador en cada pieza que cree, debe tener en cuenta que todo debe llevar la misma línea gráfica para que el público pueda identificar todo como una unidad. A continuación, algunos recursos visuales y su significado que de acuerdo al autor Ireola, Eduardo (2010) son aconsejables para emplear en la identidad musical:

Marca: muy importante ya que es el signo visual de la identidad en cuestión. Un elemento que servirá desde el principio hasta el fin y el cual creará más vínculo con el público que otras piezas.

Papelería: básicamente para ser utilizado en negocios, como por ejemplo para con discográficas, radios, revistas, etc.

Disco: que no solo involucra la portada, sino contraportada, diseño de booklet y diseño de packaging en general, en caso se quisiera innovar en él.

Packaging: empaques o embalajes, son aquellos que están destinados al cuidado de un producto mientras el traslado del mismo. Deben de contar con información necesaria para el consumidor o cliente, dentro de la discografía no es la excepción. Además, forma parte de todo el discurso visual con el que el disco contará para persuadir al público. En el área discográfica se tiene estandarizado un empaque cuadrado, pero se puede innovar dentro de ese margen y restricción. Recordando que el diseño siempre debe mantenerse funcional, antes que cualquier otra característica.

Tickets de entrada a conciertos: deben de ser personalizadas como todo lo demás mencionado antes, es posible que el público lo guarde.

Flyer o volante: normalmente utilizado para ir de mano en mano, entregando información específica de donde se dará un concierto, donde conseguir entradas, etc.

Afiches: su utilidad parecida a la de un flyer. La diferencia es que el póster o afiche normalmente se hace en formatos grandes o gigantografías. Destinadas a informar y promocionar a la banda y conciertos.

Fotografías: servirán para documentar los momentos de las bandas, es decir, su biografía. Para luego ser utilizadas en material promocional en audiovisual.

Avisos publicitarios: destinados a promocionar a la banda, hacer que el público se entere de lo nuevo que se está creando. Normalmente aparecen en revistas, periódico, vías públicas y ahora en redes sociales.

Merchandising: se le llama así según Ireola, Eduardo (2010): "*al diseño de objetos de colección y promoción destinados al público.*" Donde se puede encontrar objetos pequeños y portátiles como pines, estampas, llaveros, camisetas, etc.

Estampados: aquí el autor se refiere a procesos de serigrafía o sublimación, donde se puede tener ropa con el diseño o logotipo de la banda musical.

Página web: vital para que la banda se dé a conocer internacionalmente. La información queda a la mano de cualquiera.

Todos estos recursos buscan quedarse aún más en la mente del consumidor, promocionándose, difundándose, haciendo presencia. Etc. Por ello es importante sé que se cuente con material de este tipo, les garantizará una mayor presencia en la mente colectiva.

Ireola, Eduardo (2010) explica que se debe seguir un sistema que llevará al grupo musical desde la concepción del diseño discográfico, a su promoción y finalmente a su presentación. A continuación, se presenta un cuadro donde se explica a cabalidad esto.

Sistema de difusión



Imagen 76. Sistema visual de identidad para conjuntos musicales. Fuente: goo.gl/GDOrsB

El diseño gráfico para siempre una influencia

Diferentes portadas a lo largo de los años han sido censuradas o muy afamadas. Es por la simple razón que el diseño gráfico, así como desde sus inicios, ha movido al mundo de diferentes maneras.

Se han logrado mover masas debido a diseños en específico en cualquier rama del mismo. Y no es la excepción con el diseño discográfico, de hecho, es de lo que más se puede notar. La identidad discográfica ha creado una brecha muy estrecha entre los grupos musicales y la sociedad.

Donde estos se verán influenciados por el contenido que tiene una portada, el póster de un concierto, etc. Porque es en esa portada donde va “inmortalizado” la esencia y la personalidad del grupo musical. Tan notorio que han creado tendencias, son referentes culturales, pioneros en modas.

De este modo es en el cual, el diseño gráfico trasciende. Dejando legados de formas de vestirse, peinarse, actuar, pensar, etc., gracias a la correcta transmisión de sensaciones que crean un lazo directo con el público. Lo que los inclina a guardar discos, a ir a conciertos, a comprar la mercadería, a vestirse como los artistas, etc.

El diseño discográfico no puede ser resuelto sin un buen proceso y gestión de trabajo comunicacional, donde los elementos gráficos forman un camino encaminado a la representación y difusión del grupo de música, sus obras producto y sus respectivas actividades.



Imagen 77. Portada "Dangerous" de Michael Jackson.
Fuente: goo.gl/UL6SZA

Diseño editorial

De acuerdo con Ghianglia, Daniel (2009): *“el diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético”*.

Lo que define en sí al diseño editorial es la correcta organización de textos con imágenes, valiéndose de diferentes elementos como la retícula para lograr lo que se llama **“una buena diagramación”**. Y tal como todo en el diseño gráfico, va ligado de un concepto que le inyectará a la publicación personalidad, junto con el uso de tipografías e imágenes que traigan a la vida al texto.

Así también, un diseñador editorial, desde un comienzo debe definir si su trabajo será impreso o digital, para darle el tratamiento necesario, más que nada los colores en RGB o CMYK. El tamaño del documento, si será digital debe contener interacción o no, márgenes para impresión, etc.

Lo que busca la editorial, es por medio de los elementos con los que cuenta, persuadir al lector para leer el texto que se le presenta. Implementando dinamismo, contrastes, respiros visuales, creatividad, etc., para cumplir con la función estética e informativa.



Imagen 78. The artist and his model, revista. Fuente: goo.gl/kG1xpe

Elementos esenciales en el diseño editorial

Cómo se planteó anteriormente, el diseñador se vale de ciertos elementos que deben existir en una composición editorial, para tener éxito. A continuación, se mencionan los más importantes:

1. Maquetación:

Según Ghinaglia, Daniel (2009): *“lo más importante en una página es la información que se quiere transmitir y el diseñador se encarga de tomar las decisiones correctas para hacer su propuesta funcional y dinámica”*.

Con este preámbulo, se deja en claro que la maquetación responde a como se diseña una página, la armonía que los elementos crean en ella y como ayuda a recorrer el ojo a través de la lectura.

El diseñador no se puede valer de sus gustos y sentido estético para armar una composición, necesita de conocimientos visuales que lo ayudarán a transmitir correctamente un mensaje. Es aquí donde entran las jerarquías, es decir, los valores que irán de lo más notorio a lo menos importante. Lo cual involucrará tamaños, colores, posiciones, etc.

2. Estilo gráfico

En la definición de diseño editorial, se aclaró el hecho que cualquier publicación debe de tener personalidad. La cual se reflejará por el uso de imágenes y textos, la cual debe adaptarse dependiendo del texto que se vaya a abordar.

No tendrá la misma personalidad un texto formal a un texto informal. Un texto que vaya dirigido a una audiencia mayor que a una audiencia juvenil o incluso infantil.

Lo importante, es saber reconocer que estilo gráfico y con ello viene el estilo de maquetación, puede utilizarse para cada caso.

De ese modo las características que contenga un grupo objetivo o el estilo de texto, deberán ser tomadas en cuenta por el diseñador para crear publicaciones camaleónicas, pero manteniendo un estilo identificable.

3. Condiciones de impresión

Una publicación debe ser funcional desde el momento de su concepción. El diseñador debe tener en cuenta que pieza gráfica se utilizará y cual será el medio de reproducción. Y más importante el material, colores que se utilizarán y tener en cuenta ilustraciones o fotografías, cuidando siempre la resolución de las mismas.

Además, un diseñador, cualquiera que sea la pieza que se creará debe de crear propuestas que impliquen menos costos y pensar ecológicamente si es un medio impreso.

4. Retículas

De acuerdo con Ghinaglia, Daniel (2009): *“una retícula se compone como un espacio organizado mediante columnas de diagramación separadas por un medianil o corondel. Puede ser una retícula de columnas o una retícula de módulos”*.

El concepto y fin de la retícula se basa en la creación de una estructura que facilite la comprensión de la composición de un texto.

Es un elemento bastante útil que se basa de columnas, creando un orden. Lo que es necesario sobresaltar, es que sirve únicamente como una guía, no debe de tratar de casar todos los elementos dentro de una estructura geométrica.

A diferencia de un periódico que se establece un sistema fijo, ya que es un medio impreso que cambia su información día con día.

Las ventajas de la retícula constan de economía de producción y una estructura generalizada para que otra persona, en caso necesario, pudiera trabajar con ella y no se afectara el estilo ya impuesto por el diseñador anterior. De acuerdo con Ghinaglia, Daniel (2009).

5. Paleta tipográfica

Todo medio impreso necesita de una paleta tipográfica que sea útil y este conformada de familias completas para crear dinamismo en la composición.

El éxito de un texto se basa en su mayoría por la elección tipográfica, por ello el diseñador debe saber identificar las siguientes características para elegir una tipografía en específico, según Ghinaglia, Daniel (2009):

- Tipo de impreso
- Público al que se dirige
- Factores de legibilidad
- Estructura de información
- Que es lo que se va a diagramar
- Manejo de color
- Sistemas de reproducción a utilizar
- Medidas de la tipografía, su carácter, claridad, limpieza

Por lo cual, es importante no elegir una tipografía por el simple gusto. Debe ser funcional junto con el texto e informar.

6. Color en medios impresos y digitales

El color es de los fenómenos más esenciales y de los que más disfruta el hombre. Es parte del día a día y puede causar diferentes sensaciones y emociones en nosotros. De esta misma forma que el color afecta a las personas, afecta al diseño también. Lo afecta en la transmisión de un mensaje, así como la tipografía y la imagen, conformando los tres un equipo importante.

Así como todos los elementos que constituyen un diseño editorial, el manejo de color excesivo o faltante pueden enviar mensajes erróneos. Su utilización se ha convertido en algo vital, un lenguaje.

Según Ghinaglo, Daniel (2009): *“El color debe acompañar más que dominar, si no es el caso que se utilice como concepto de engancho de la composición. La jerarquía visual no está establecida solamente por el uso de un color sobre otro, es un tema que también afecta al texto y a la jerarquía visual”*. Por ello el color no puede verse como uno solo, ni tampoco la tipografía.

Hoy en día es poco usual que no se tenga un tratamiento de color, incluso en blanco y negro. Todo va de la mano de un estudio, para hacer que ciertos textos o imágenes sobresalgan más que otros, cosa que se logra por la saturación, diagramación, etc. Por ejemplo, en un cartel funcionan de un modo particular las jerarquías, si es para un evento, de primero va el titular acompañado de su gráfica, luego en una menor medida la fecha, lugar y hora. Y en una doble página, en caso de ser un artículo, el titular primero, seguido por el texto complementario. De este modo, se crea un recorrido y se le dice al ojo donde ver. Tratamiento que va apoyado del color.

El uso de color con la tipografía debe ser siempre legible. Tomando en cuenta los colores claros y los colores oscuros, dejando siempre espacio para que el texto resalte por encima de todo lo demás. Si el usuario le resulta difícil leer el texto por el color que tiene el mismo o su fondo, no se realizó un buen trabajo de parte del diseñador.

7. La gráfica en medios impresos

De acuerdo con el autor Ghinagli, Daniel (2009), existen dos tipos de tratamiento de imagen, una semántica literal y metafórica o semiológica. Y su diferencia recae en la pieza que se creará, por ejemplo, para un periódico o libro científico, se necesitan fotografías o imágenes sin ningún tratamiento ya que intentan informar algo verdadero. A diferencia de la imagen para libros infantiles, revistas independientes, folletos, etc., pueden valerse de un concepto y un proceso creativo para la creación de una imagen o ilustración que identifique el texto a tratar, invitando al lector a leer.

Además, la ilustración de este último tratamiento, brindará una personalidad única a la pieza y a su contenido. Algo que brinda prestigio y exclusividad. Y así como los elementos anteriormente explicados, la imagen es la que más romperá visualmente por su connotación gráfica. Por ello, la utilización y maquetación que se le, buscare respiros visuales e impactar al lector, ayudando al texto a no ser tedioso o aburrido.

Imagen 79.



Imagen 80.



Imagen 79 y 80. Diseño de Menú. Fuente: goo.gl/BstM0n

Imagen 81.



Imagen 81 y 82. Revista Abduzeedo. Fuente: goo.gl/z1fsFv



Imagen 82.

Piezas "núcleo" en medios impresos y digitales

1. Libro: recopila información de un tema o diferentes temas. Fue el primer medio impreso de la historia, sus géneros van desde novela, narrativa, científica, cuentos, textos, etc. Normalmente contienen imágenes e ilustraciones pero dependerá de cual sea la intención de su texto.

2. Periódico: publicación que se centra en brindar información, llega a miles de personas y su contenido es nuevo diariamente. Consta normalmente de una estructura muy tradicional con un columnaje establecido para cada sección. Utilizan fotografías de tamaño grande, como en algunas secciones se valen de ilustraciones. Su paleta de color es limitada y normalmente no se tiene más de una familia tipográfica.

3. Revista: comúnmente para entretenimiento en diferentes contenidos. Su contenido es renovado en un tiempo considerablemente rápido. Existen revistas de contenido formal e informal o independiente, pero ambas se valen de alto contenido gráfico y textos interesantes para el público.

4. Cartel: de acuerdo con la **Universidad Tecnológica Latinoamérica en Línea (UTEL)** (s.f): *"podemos definirlo como un medio estático y visual, que tiene como propósito comunicar ideas o mensajes que sirve de anuncio para difundir información o promocionar un evento o producto"*

5. Catalogo: usado normalmente para informar sobre precios o productos de una empresa a posibles compradores.

Imagen 83. Diseño de folleto, Paula Cholla, 2014. Fuente: goo.gl/Yu5Wrm



Imagen 84.



Imagen 85.



Imagen 84 y 85. Diseño de revista, Amy Duty, 2010.
Fuente: goo.gl/ZOUVRY

Cartel o Póster

El cartel o póster fue de la mano con el libro, desde hace muchos años se le conoce y se le ha utilizado. Es un medio bastante libre, donde se puede explotar la capacidad tipográfica, gama de color e imagen o ilustración. Con el fin de comunicar. Cabe mencionar que se debe tener un balance adecuado entre todos los elementos a utilizar.

Reglas del cartel

De acuerdo al texto “Medios de comunicación visual” sin autor (2004-2005): el cartel debe contar con las siguientes características:

-El texto no puede desvincularse de la imagen, de lo contrario no se percibe como un todo y la mente inconscientemente lo separara.

-El texto debe ayudar a transmitir la información rápidamente. Es más efectivo cuando el color es más claro y la letra negra. Junto con un tamaño adecuado.

-La información debe ser concisa, simple y complementaria de las imágenes. Creando así un impacto.

-El mensaje textual debe ser moderno y capaz de captar la atención.

-La distribución de color, crea dinamismo.

Las formas y su mensaje en un cartel

El propósito de un cartel se vale de formas, texto y color para llevar un mensaje, de acuerdo con el texto “Medios de comunicación visual” sin autor (2004-2005) los siguientes factores ayudan a crear mensajes impactantes y dinámicos:

-Las formas deben ser notorias, e identificarse a distancia.

-Una forma identificable, hace al cartel más notorio y llamativo.

-La fuerza con la que se presente el cartel intensifica la reacción del receptor.

-Si los elementos de un cartel se relacionan mutuamente, se tiene un mejor efecto global de todo.

-Todos los elementos deben estar puestos con lógica, balanceando y generando un impacto.

-Los elementos deben de estar compuestos de manera que se reconozcan fácil y rápido.

-La composición diagonal crea dinamismo

-Un efecto dinámico se obtiene también de la creación de un ritmo con formas simples.

-El close-up de elementos crea impacto, así como el uso de figuras simples tomando gran parte del formato.

-Elementos horizontales y verticales crean un efecto estático.

-Jugar con la gravedad de los elementos, crea dinamismo y elegancia.

-La forma de un motivo puede hacerse transparente viéndolo globalmente.

-Diagonales pueden generar sensación de ascenso y descenso.

-El uso de formas transparentes traslapadas entre sí, crea ligereza y profundidad.

El color en el cartel

El uso del color en el cartel es estratégico, concentrando la atención del receptor en partes claves de la composición. De acuerdo con el texto “Medios de comunicación visual” sin autor (2004-2005) el color cumple las siguientes funciones:

-Tener un mensaje social, económico, político o cultural.

-Reforzar la personalidad de algo o alguien.

-Reforzar una escena o crear una atmosfera

-Provocar un impacto.

-Crear ritmo

-Expresar estados de ánimo.

-Simplificar mensajes y transmitirlos rápidamente.

-Funcionar como un elemento de unidad.



Imagen 86. Póster "We are the 90's".
Fuente: goo.gl/QDMLly



Imagen 87. Póster "Art Is".
Fuente: goo.gl/BVOHF7



Imagen 88. Póster "Paris Climat".
Fuente: goo.gl/3qyQJF



Imagen 89. Póster Festival Internacional Dixieland. Fuente: goo.gl/Q6r6Kp



Imagen 90. Póster "Sounds & Bites Festival". Fuente: goo.gl/QrEMeK



Imagen 91. Póster "Saison Graphique". Fuente: goo.gl/jrMvbs

Catálogo

De esta pieza se despliegan otras muy similares, ya que guardan la misma intención de informar sobre un registro o lista que se tiene. Por ejemplo, de su modelo se obtienen los manuales, anuarios, boletines, directorios y el pequeño cuadernillo en el diseño discográfico conocido como “booklet”.

Su elaboración se vale de retículas estratégicas y un gran manejo de imagen acompañado por el texto que cumple solamente la función de informar. Deben ser bastante dinámicos y llamar la atención.

De acuerdo con Fernández, Marcos, Sánchez (s.f) el catalogo editorial es conformado por lo siguiente:

Características

- Permiten difusión frente al receptor sobre eventos, ferias, congresos, productos, servicios, encuentros, etc.
- Significan una fuente auxiliar de búsqueda, análisis, oferta y difusión de información.
- Su consulta es abierta, inmediata y directa.

Proceso

Que se vale de 4 pasos de acuerdo a los autores. El primero es la recopilación de información, donde dependerá enteramente del tema del catálogo y que es lo que se quiere difundir.

El segundo es la ordenación de la información, donde se decidirá qué información sobre la recopilación ira en el contenido final, se fijarán precios si el catálogo fuera a ser vendido. Se decide el título, contenidos, autores, comentarios, etc. Se decide si el medio será impreso o digital.

El tercero es el tratamiento de contenidos, donde valiéndose de editores, fotógrafos o ilustradores, se le da cuerpo al catálogo.

Finalmente, la difusión, donde se distribuirá cada uno, vendiéndolo o en donación. Se identifican puntos de venta o distribución.

Tipos según contenido

De acuerdo con los autores Fernández, Marcos y Sánchez (s.f).

Generales: incluyen datos e índices de autores, títulos, colecciones, materias y precios. Normalmente usados para “lista de precios” y “boletines de pedidos”.

Especializados: contienen obras más puntuales. Música, literatura, medicina, deporte, etc. De periodicidad indefinida y su publicación responde al interés que tenga en la audiencia.

Especiales: elaborados únicamente para la presentación de ciertos eventos, productos, reediciones, campañas comerciales, entre otras.

Específicos: catálogos de obras similares y características comunes.

De colección: no tienen una periodicidad definida, normalmente editados como especiales con más contenido que otros tomos.

De novedades: cubren los espacios dejados por catálogos generales o de colección. Presentan algo nuevo.

Complementarios: sirve como la misma palabra dice, de complemento. Donde la información solo busca apoyar lo que otras ediciones contenían.

Tipos según presentación

En esta categoría solamente se encuentran dos tipos:

Impresos: que corresponden al método tradicional.

Automatizados: normalmente destinados para estar en línea.

Tipos según periodicidad

Se mencionan 5 tipos:

1. Mensuales
2. Trimestrales
3. Semestrales
4. Anuales
5. Periodicidad indefinida

La decisión del tiempo de periodicidad se basará en el presupuesto de cada entidad o persona, además de las novedades que se presenten y sea necesario una nueva publicación.



Imagen 92. Ejemplo de catálogo. Fuente: goo.gl/1BPHcb

Medios de publicación Marketing

¿Qué es Marketing?

De acuerdo a los autores Etzel, Stanton y Walker (2007) en el título “Fundamentos de Marketing”: *El Marketing se define como un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de una organización.*

Básicamente el fin que tiene el Marketing, es vender. De manera que crea y plantea una estrategia para hacer llegar el mensaje a su objetivo y hacer el negocio en cuestión, uno rentable. Comercializando el producto o servicio, para despertar interés en él. Satisfaciendo necesidades individuales o colectivas.

Para entender de mejor manera el Marketing, se deben mencionar los siguientes puntos, establecidos por Thompson, Ivan (2009) en el sitio MarketingIntensivo.com:

1. Se basa en un sistema total de actividades
El marketing se enfoca en crear una estrategia que va desde la investigación de mercados, elaboración de planes de marketing, desarrollo de productos o servicios, pasando por la fijación de precios, implementación de canales de distribución hasta el monitoreo y control de todo lo anterior.

2. Incluye un conjunto de procesos
Todo va de acorde a un plan, primero identificar la oportunidad de mercado, segundo realizar una investigación del mismo para validar la investigación y tercero, seleccionar las estrategias a tomar para implementar la mercadotecnia.

3. Identificación de necesidades y/o deseos de un determinado mercado
Thompson, Ivan (2009) menciona la diferencia entre necesidad y deseo. La necesidad es la falta o privatización de algo, mientras el deseo se dirige a objetos o servicios que puedan satisfacerlos. Es necesario entender la diferencia y emplearlos una vez se cree el producto o servicio futuro.

4. Satisfacción de las necesidades y/o deseos de la mejor manera posible.

Una vez se tenga identificada la necesidad, se debe corresponder a conceptualizar un producto o servicio que logre satisfacer al grupo objetivo en cuestión. Pensando en formas efectivas para poder llegar a ellos más fácilmente.

5. Promover el intercambio de productos o servicios de valor simple, darle al grupo objetivo lo que busca a cambio de algo de valor, en este caso el dinero, su fidelidad con la marca, recomendaciones, etc.

6. Obtener una utilidad o beneficio para la empresa u organización. Todo lo planificado en el marketing busca generar que las dos partes ganen, la empresa u organización y los clientes.



Imagen 93. Honda Fit BTL. Fuente: goo.gl/Ah6lgZ

Diferencia entre Marketing y Publicidad

La diferencia es pequeña, pero se puede identificar de la siguiente manera. El marketing utiliza medios de investigación para establecer los pasos a tomar, la publicidad elabora campañas basadas en previos conocimientos. Por ello, el Marketing es más elaborado y consiste de una planeación más compleja.

Tipos de Marketing

Depende de dónde, cómo y para quién se realice una estrategia de Marketing, se dividirán en diferentes tipos. A continuación, se exponen aquellos de más relevancia y usabilidad.

Según el blog Marketing Zaragoza (s.f) algunos tipos de Marketing son:

1. Marketing de guerrilla (Below The Line): se utilizan medios poco convencionales basados en la creatividad y originalidad, para atraer al objetivo en lugares diferentes, tales como la calle, centros comerciales, etc.

2. Marketing en Internet (Virtual):

Social Media Marketing: la gestión de redes sociales por parte de las empresas para crear seguidores y clientes potenciales. Estableciendo conversaciones, ofertas y contenidos que gusten al grupo objetivo, creando un vínculo con el mismo.

3. Marketing Ambiental.

4. Marketing de Atracción.

5. Marketing Corporativo (Interno).

6. Marketing de destinos.

7. Marketing Directo.

8. Geomarketing.

9. Marketing Sectorial.

10. Marketing Internacional.

11. Neuromarketing

12. Marketing participativo

13. Marketing 360°

Entre otros

Marketing por encima, a través o debajo de la línea

Uno de los puntos más importantes y decisivos del Marketing, es elegir el canal de comunicación. El cual, debe acoplarse al presupuesto de cada empresa u organización y sobre todo a su grupo objetivo. Así se plantea el ATL y BTL.

ATL, (Above The Line)

El ATL está dirigido a medios masivos y costosos, los cuales pueden llegar a cualquier persona en cualquier lugar, buscando crear un impacto a corto o mediano plazo.



Imagen 94. Valla FedEx. Fuente: goo.gl/ToqK1x



Imagen 95. Valla Ice Road Truckers. Fuente: goo.gl/kY7a2l

- Se conforma por medios tradicionales como:
- Televisión
 - Radio
 - Medios impresos (afiches, brochures, etc.)
 - Prensa y revista

BTL, (Below The Line)

El BTL por otro lado, busca innovar en medios alternativos. Es más directo y personalizado, haciendo al grupo objetivo un participante primordial de toda la campaña. Utilizando medios poco convencionales, de una forma creativa, aprovechando al máximo los materiales con los cuales se disponen.

Puede realizarse por medio de diferentes medios:

- Correo
- Merchandising
- Puntos de venta
- Actividades especiales
- Promociones
- Calle (conocido normalmente como Marketing de Guerrilla)
- Entre otros

La clave está en proponer un medio interactivo, el cual el grupo objetivo pueda recordar, compartir y en algunas ocasiones volver viral.



Imagen 96. The Sopranos BTL. Fuente: goo.gl/4YVpl2

Imagen 97. Estrategia BTL, Victoria Secret's.
Fuente: goo.gl/LzyUF5



TTL, (Trough The Line)

El TTL forma parte de las nuevas formas de marketing. Esta utiliza las ventajas de las dos anteriores, logrando un mejor resultado. Estando aún más presente en la mente del consumidor.

Utiliza medios más cercanos e inmediatos al grupo objetivo, como:

- Redes Sociales
- Páginas Web
- Etc.



Imagen 98. Estrategia BTL, Victoria Secret's.
Fuente: goo.gl/LzyUF5

¿Es mejor el marketing ATL o BTL?

Tanto el ATL como el BTL tienen ventajas y desventajas. Todo dependerá del grupo objetivo que se tenga, por ejemplo, el ATL es para grupos objetivos masivos, ya que se utilizarán medios con la misma característica y esto permite posicionar a la marca. Por otro lado, el BTL es para grupos objetivos más específicos.

Lo anterior en cuanto alcance, pero en cuanto a costes, el ATL claramente requiere de una mayor inversión, a diferencia del BTL, este último si el concepto a ejecutar es viable. Además, otra diferencia clara, la medición de resultados es más fácil e inmediata con el medio BTL, por tener un grupo objetivo más segmentando.

Básicamente, dependerá de lo que se quiera lograr y transmitir, pero sobretodo con qué medios económicos se cuenten.

Cabe mencionar las siguientes, antes de proceder a crear una campaña de marketing:

- Objetivos
- Mensaje
- Grupo objetivo
- La duración
- La zona geográfica donde se implementará
- La forma en la que se medirán los resultados

Con la creciente competencias y emprendimientos, se hace necesario recurrir a las 3 fuerzas mencionadas anteriormente, utilizando las ventajas de cada una.

Casos de éxito en BTL para festivales o bandas musicales

1. The Trumpets: este bar británico implemento una rocola en una parada de bus, que contenía alrededor de 45 diferentes canciones, de las cuales el público podía escoger.

2. Al Bustan International Festival: el fin era promover un festival de música y arte en Líbano. Por lo cual, se implementó un piano interactivo en un centro comercial que invitaba a las personas a tocarlo, incentivaba a quienes lo estaban haciendo bien y les regalaba tickets para el festival, una copa de champagne y otros.

3. Volaris: para promocionar la nueva ruta México-Guatemala, Volaris invita a la banda nacional guatemalteca Alux Nahual a dar un concierto exclusivo a bordo de un avión.

4. Crunch: la marca de chocolates Crunch utilizó su producto para promover a una banda de Indie Rock mexicano, Enjambre. La dinámica consistía en que entre más chocolates Crunch se compraban, valiéndose de la tecnología al tomarle una foto a dicha barra, automáticamente se descarga 1KB de música del artista. Mientras más chocolates más KB, hasta soltar el disco completo. Estrategia que logro que el disco se volviera oro, incluso antes de sacarlo a la venta en físico.

5. Ural Music Fest: se basaba en una estrategia que convertía códigos a música, con ayuda de una aplicación. Se crearon póster, arte urbano, transporte público, entre otros. Las personas debían descargar una aplicación en específico y escanear los códigos que venían en los diferentes diseños, quien los convertía automáticamente a música. El festival logro reunir a 200 mil asistentes.

Imagen 99.



Imagen 100.

Imagen 99, 100 y 101. BTL para bar "The Trumpets".
Fuente: goo.gl/OLSXaK

The Trumpets



Imagen 101.

Imagen 102.



Imagen 104.

Al Bustan International Festival

Imagen 103.



Imagen 105.

Imagen 102, 103, 104 y 105. BTL para Al Bustan International Festival.
Fuente: goo.gl/OLSXaK



Imagen 106.



Imagen 107.



Imagen 108.

Volaris y Alux Nahual

Imagen 106, 107, 108. Volaris y Alux Nahual. Fuente: goo.gl/OLSXaK

Imagen 109.



Imagen 110.



Imagen 111..



Imagen 112..

Crunch y enjambre

Imagen 109, 110, 111 y 112. Crunch y enjambre. Fuente: goo.gl/OLSXaK

Ural Music Fest



Imagen 113



Imagen 114

Imagen 115



Imagen 116



Imagen 113, 114, 115 y 116. Ural Music Fest. Fuente: goo.gl/OLsXaK

Social Media Marketing

El internet trajo consigo una revolución en cuanto a vender se refiere. El Marketing llegó a lo conocido como “redes sociales”, dispuesto a utilizar dicha herramienta para su propio provecho.

Se conoce que las redes sociales han logrado transformar al usuario o grupo objetivo de consumidor de contenidos a creador de los mismos. Utilizando plataformas que los invita a participar y establecer un diálogo, creando un vínculo con la marca que se está publicitando.

El éxito de lo que las redes sociales han traído consigo, tal como Facebook, es que son útiles y no moda. Y han logrado posicionarse como una red de información gigante, capaz de llegar a todos los rincones del mundo en un solo click. Quitándole protagonismo a los medios comunes, como la radio y televisión. Siendo un claro ejemplo, los bloggers o incluso youtubers (personas que realizan vídeos mediante Youtube) han logrado ser de mayor influencia y admiración que algún conductor de TV. De esta manera, no solamente el consumidor se adapta, sino la marca debe ir siguiéndole los pasos, evolucionando cada que se necesite.

Y tal como cualquier otro proceso, el marketing que conocemos hoy día, no nació solo. De primero se tenía el e-commerce, donde recaía todo en el uso de correo electrónico, luego con la presentación de redes sociales se tuvo el marketing 2.0 y de último, ya aplicando todas las técnicas y estrategias del marketing, se propone marketing 3.0.

Del Marketing offline al marketing online

Tal como se explicó en párrafos anteriores, el marketing es comúnmente confundido con las ventas y publicidad, cuando este es mucho más complejo y estas dos forman parte del concepto global en sí.

El marketing se basa en el intercambio entre la empresa y el mercado. Creando competencias fuertes que demandan factor diferenciador, momento en el cual el marketing aparecerá dispuesto a crear estrategias que sustenten el producto en el mercado.

Así se definen dos tipos de marketing: “de transacciones” y “de relaciones”. El primero se basa en el marketing convencional, que consta de ventas, publicidad y promoción, en busca de clientes y se queda solo en la acción de vender. Por otro lado, marketing de relaciones deja de interesarse solamente en el producto sino en el consumidor, buscando conocer sobre sus necesidades antes y después de la venta. Queriendo fidelizar al usuario con la marca para que continúe adquiriendo productos o servicios.

Y así como el modo de operación cambia, también cambian los instrumentos, pasando de las convencionales 4P's (en inglés) a las 4C, de acuerdo a SanJaime, Lucía (2012):

- 1.Producto – Valor para cliente
- 2.Precio – Coste
- 3.Distribución – Conveniencia, comodidad
- 4.Promoción – Comunicación

Por ello no es de extrañarse que, en años anteriores, específicamente en 1999, se auguró el marketing orientado al cliente, el cual daría paso al Social Media Marketing de ahora. Fueron 4 autores (Levine, Locke, Searls y Weinberger) dieron a conocer su predicción en el “Manifiesto Cluetrain” la cual contenía 95 afirmaciones que evaluaban lo que el Internet significaría para las empresas en un futuro cercano:

El autor en cuestión SanJaime, Lucía (2012): menciona las siguientes:

- 1.Los mercados son conversaciones
- 2.Los mercados consisten de seres humanos, no de sectores demográficos.

Internet hace posible tener conversaciones entre seres humanos que simplemente eran imposibles en la era de los medios masivos de comunicación.

Con todas las ventajas presentas de parte del mundo tecnológico, era de esperarse que las empresas voltearan sus ojos y sus bolsillos hacia puntos de venta en Internet. Convirtiéndose en el nuevo y mejorado canal de distribución del siglo XXI, proponiendo nuevos conceptos como “marketing online” basado en la publicidad online, e-mail marketing, etc. Siendo complementado por el “marketing móvil” usado en dispositivos móviles.

"Conocer al cliente no se limita solo a sus necesidades o intereses, también implica conocer las preocupaciones y valores"

La desventaja reconocida en el ámbito del Internet, es que el usuario está ya tan acostumbrado a que se le vendan artículos o servicios, que usualmente no les pone atención o hasta se les hace molesto. Por ello, el marketing debe unir fuerzas tanto offline como online, complementarse mutuamente para tener una verdadera presencia en el consumidor.

Las Redes Sociales

El uso de redes sociales ha crecido exponencialmente en los últimos años, todos buscan relacionarse entre sí, compartir sus gustos o incluso encontrar oportunidades laborales. Se ha hecho un campo del cual todos y todas buscan participar, más que nada en edades adolescentes y adultas. Se puede mencionar que las redes sociales fueron en un principio una moda de la cual todos querían formar parte y algunos otros no, por miedo a engancharse. La verdad es que, el potencial es infinito, la comunicación llega de un lugar a otro en tan corto tiempo, algo que, para una empresa grande, en crecimiento o recién empezada, debe utilizar a su favor.

Pero, entra la cuestionante ¿Qué tipo de red social debo utilizar para mi negocio? Es aquí donde la información se vuelve específica, existen muchos tipos de clasificaciones, pero el autor SanJaime, Lucía (2012) decide utilizar las definiciones de otro autor, en este caso, Leiva Javier (2009) clasifica las redes sociales en 3 grupos.

1.Especialización

-Horizontales: redes sociales en las cuales cualquiera puede formar parte. Ejemplo: Facebook y Twitter.

-Verticales: especializadas en un punto de vista temático, las conforman personas con algún interés o afición.

2.Por ámbito vital

-Personales: pueden ser verticales u horizontales, se basan en la temática de conversaciones en torno a temas personales.

-Profesionales: giran en torno a temas profesionales como empleo, contactos, etc.

3.Híbridas:

Leiva Javier (2009): *“una red social híbrida es por definición de parte o de todos los tipos anteriormente descritos. Por lo tanto, mayormente indefinida”*

También existe otro tipo de clasificación que la autora Ponce, Isabel (2012) menciona, que sería clasificación por contenido. Es decir, que se especializan en tener ciertas características como vídeos, fotos, presentaciones, etc. Ejemplos claros de los anteriores, serían SlideShare, Youtube, Pinterest, entre otros.

Basándose en lo ya presentado, se analizan dos de las redes sociales más utilizadas, especialmente por el ámbito comercial. Siendo estas: Facebook y Twitter.

FACEBOOK

Nace en 2004, como una red social de carácter académico en la Universidad de Harvard. El principal objetivo era mantener a amigos y familiares conectados, compartiendo y expresándose.

Considerada la reina de las redes sociales actuales, Facebook se estipula en haber alcanzado los siguientes números en el año 2012:

- 955 millones de usuarios activos al mes.
- 552 millones de usuarios activos diariamente.
- 1000 millones de usuarios activos en general.

El número de usuarios no ha parado de crecer desde su creación, por ello se le considera la mejor red social para llevar y traer información de cualquier parte, para cualquier parte. Debido al potencial de Facebook para el marketing, la misma empresa lanzó en 2007 lo conocido como “Fan Page” donde una empresa, organización, artista, etc., puede darse a conocer y lo único que debe de hacer un usuario para tener información es darle click al botón “me gusta”. Con esta modalidad, las empresas consiguen “fans”, además de los siguientes beneficios:

1.Durabilidad: perfiles personales utilizados únicamente por personas físicas. En cambio, Fan Page utilizadas por empresas o instituciones.

2.Visibilidad y facilidad de uso: no se utiliza una solicitud de amistad para volverse fan de una empresa u organización, un botón de “me gusta” da acceso a toda la información posible.

3.Estadísticas: Facebook pone a disposición medición de

resultados dirigidas a manejar mejor la empresa y página.

4.Panel de administración.

5.Número de seguidores ilimitados.

6.Posicionamiento.

7.Publicidad.

8.Aplicaciones.

El poder aprovechar al máximo Facebook, se basa en el uso de las herramientas que brinda. Teniendo en cuenta el contenido a implementar, la forma y tiempos en las que se publicará material y las diferentes aplicaciones que ayudarán a hacer del trabajo en redes sociales, más claro de entender y medir.



Imagen 117. Facebook. Fuente: goo.gl/AARDCl

TWITTER

Consta de un concepto muy diferente a Facebook, la regla base es comunicar un mensaje en menos de 140 caracteres conocidos como “tweets” , lo que lo convierte en un “microblogging”.

Según estudios the “The Cocktail Analysis” (2012) menciona que:

-53% de los usuarios utiliza Twitter para saber lo que dicen sus contactos, 40% para comunicarse con ellos y 35% para seguir o leer hashtags.

-32% de los internautas usan Twitter y el número sigue en crecimiento.

-32% de los usuarios ha tenido alguna relación con alguna marca o empresa en Twitter

Lo que representa una ventaja para esta red social, es el constante crecimiento de dispositivos móviles, pues es fácil de acceder y de buscar información, con los conocidos “Trending Topics”.

Los beneficios con los que cuenta Twitter para publicitar empresas son:

- Tweets promocionados
- Tendencias promocionadas
- Sugerencia de contactos promocionada
- Aplicaciones
- Páginas de perfil mejoradas

Desafortunadamente, las desventajas se basan en que no cualquier empresa puede acceder a algunos beneficios por los altos costos que representan.

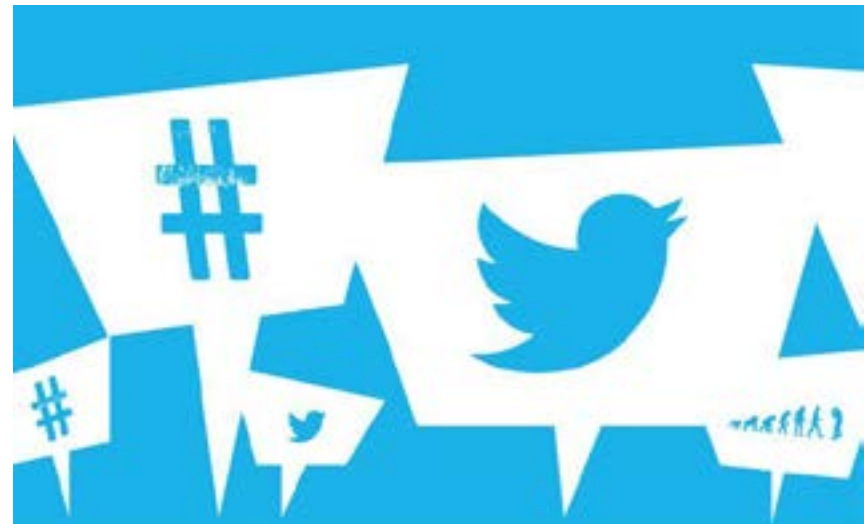


Imagen 118. Twitter. Fuente: goo.gl/obCQqZ

Técnicas de marketing en redes sociales

El principal objetivo recae en hacer que el usuario le preste más atención a una marca que a otras. Además, darle el protagonismo que busca, pidiendo sus opiniones en relación al próximo lanzamiento de un producto o servicio. Teniendo lo anterior en cuenta, las técnicas más importantes del marketing de acuerdo a SanJaime, Lucía (2012)son:

- Campañas de anuncios patrocinados: heredada del marketing tradicional, consta de la publicidad ya conocida. Como, por ejemplo, Facebook utiliza su lateral derecho para anunciar marcas y Youtube fuerza al usuario a ver al menos 5 segundos de un anuncio. La desventaja cae en que los usuarios ya están tan acostumbrados a este tipo que muchas veces los ignoran o se cansan de ellos.
- Construcción de identidad de marca: consta de la creación de un perfil para la empresa, estratificando el contenido a publicar, basándose en el grupo objetivo elegido. Es importante tener en cuenta que se debe de seguir un ciclo y publicar lo más seguido posible.

El fin, es dar a conocer la marca, dando al usuario la oportunidad de ponerse en contacto con la empresa y hablar del producto o servicio con otros.

-Servicios añadidos: una marca no debe estar en redes sociales solo por estar, lo que más aprecia un usuario es que se le dé “atención al cliente”, creándole confianza en la marca.

-Aplicaciones y juegos: crear pequeños juegos donde se pueda interactuar, ayuda a fidelizar al usuario.

La presencia en las redes sociales

La identidad digital se vale de lo que uno piensa de sí mismo, lo que se trata de transmitir a otros. Un detalle del cual vale cuidar, ya que una mala imagen afectará como percibe el usuario a la empresa. Lo mismo con la reputación digital, cuidando lo que se publica, comenta, comparte, etc. Por ello, en redes sociales se debe estar, pero estar correctamente, así *APA* menciona una serie de pasos que harán la estrategia más clara:

- Establecer un buen plan estratégico o Plan Social Media que son los objetivos que se planean alcanzar, estableciendo un calendario que gestionara todo el contenido. Este se dividirá en definir el grupo objetivo, elaboración de un plan y el monitoreo del mismo, entre otros.

- Disponer de personal calificado que se encargue de llevarlo a la práctica, es decir, un community manager encargado de gestionar y dinamizar el contenido de las redes sociales, responsable de la marca y de las relaciones que se creen con los clientes.

- Realizar periódicamente estudios de Reputación Online o ORM, la cual se medirá con diferentes medios como blogs o sitios de e-commerce, donde por medio de palabras clave, opiniones o comentarios se puede rastrear la opinión de las personas e identificar lo que se percibe de la marca.

- Aplicar los cambios necesarios para ajustar los procedimientos a los objetivos que se quieren conseguir, que se lograrán ver después de evaluar los resultados obtenidos de la investigación de Reputación Online, ya sean negativos o positivos, adecuarlos al futuro contenido a crear.



Imagen 119. Social Media. Fuente: goo.gl/j7q9Na

Diseño visual aplicado a redes sociales

El éxito en las redes sociales, no solamente se conforma por las estrategias de marketing manejadas, los tiempos y ayuda de diferentes aplicaciones para medir alcances. Sino también del diseño visual, es decir, como se presenta gráficamente el mensaje al usuario. Es en este caso donde se logrará establecer diferencias entre marcas, haciendo a unas más atrayentes que a otras.

A continuación, se busca explicar cómo utilizar el diseño y la ilustración de la manera más adecuada posible, definiendo un mensaje, un estilo, un copy, etc.

1. Definiendo las bases para el mensaje

De acuerdo a Silva, Juan (2016) antes de empezar a diseñar la estrategia en redes sociales, se debe de tener claro lo siguiente: ¿Se venderá algo?, ¿Se va a promocionar? O ¿Se diseminará contenido en Internet? También se debe tener en cuenta, qué es posible el trabajo en equipo, conformado por un redactor, un copy, un creativo y un community manager, que quería el mejor de los casos. Pero, muchas veces al diseñador gráfico se le encarga asumir todos los demás roles junto con diseño y crear la campaña solo.



Imagen 120. Definición de Mensaje. Fuente: Autoría propia.

Es aquí donde el diseñador se puede topar con diferentes problemas, como, por ejemplo, la falta de información. Para una estrategia en redes sociales se deben abordar distintos temas o enfoques, pero sin perder el mensaje principal. Si el equipo o el diseñador no cuenta con los datos más importantes, es posible que se deban rehacer los diseños más adelante.

2. Definir a quién se le hablará y por qué

Después de haber definido que se va a decir, se necesita establecer el “cómo” se va a decir. Para ello, se debe identificar al grupo objetivo al cual la estrategia estará dirigida.

Intervienen diferentes factores que definirán la forma en la que se les hablará a distintos grupos objetivos, como la paleta de color, la tipografía, el uso de ilustración, fotografía y más que nada el lenguaje a utilizar. También es muy importante recurrir a medios que se acoplen a cada edad, por ejemplo, a adultos les llama más la atención elementos de los cuales puedan aprender, como una infografía o un vídeo informativo. Diferente caso al de los niños y niñas, donde podría funcionar un juego en línea o una app. Esto podría darse en el caso de tener para una misma campaña dos diferentes grupos objetivos, se les debe de identificar correctamente y especializar el contenido para cada grupo, sin que deje el estilo o la forma base elegida.

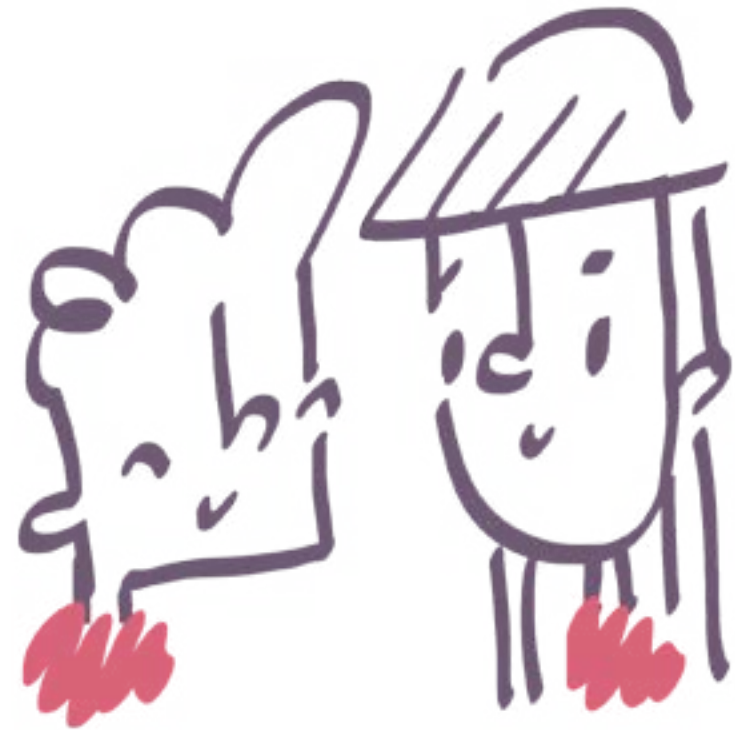


Imagen 121. Grupo Objetivo. Fuente: Autoría propia.

3. El copy: cómo improvisarlo

Muchas veces el diseñador es dejado a la suerte con textos que ocupan mucho espacio o entorpecen la idea general del mensaje. Aquí, el diseñador debe estudiar las palabras que se le han dado y tratar de convertir alguna palabra en un recurso visual, ya sea ilustración o fotografía, cuidando que el sentido no se pierda o se malentienda. Creando así un contenido mucho más atractivo y fácil de entender.

4. Fotografía y texto en la campaña

Si se desea recurrir únicamente a la fotografía y texto para el contenido en redes sociales, es importante recordar los siguientes aspectos:

1. Escoger una tipografía legible, sobre todo tomando en cuenta que se verá en diferentes tamaños. Móvil, iPad y desktop.
2. Las letras no se deben de perder en el fondo y el cuerpo de las mismas debe de ser clara y fuerte para cuando conviva con el fondo no se pierda. Una técnica que asegura lo anterior, es tener un espacio considerable, dirigido a albergar al texto sin que se toque con la fotografía. Este puede ser creado utilizando un espacio neutral o crear la imagen con un espacio ya destinado para el texto y posiblemente el logotipo de la marca.

Se expone en la gráfica siguiente el buen uso de la tipografía junto con fotografía, versus a un mal uso de los mismos.



Imagen 122. Mal uso tipográfico.
Fuente: Autoría propia. .



Imagen 123. Buen uso tipográfico.
Fuente: Autoría propia.

5. Utilizando solo texto

1. Dejar espacios visuales, donde la atención vaya directamente al texto y no a otros lugares, dando puntos focales.
2. Tener jerarquías visuales que guíen el ojo del usuario alrededor de la composición.
3. Crear arreglos tipográficos simples pero llamativos, que llamen la atención y pueda crear un enganche con el usuario.

Imagen 124. Utilización de solo texto.
Fuente: Autoría propia.



6. Ilustración y texto

El recurso de ilustración y texto recae en lo funcional, ya que se puede crear la gráfica que se necesita para transmitir el mensaje. Sin la necesidad de tener una significativa cantidad de texto, pues la gráfica hará dicha labor.

El uso de ilustración permite crear diferentes niveles de lectura, resumiendo el mensaje en una gráfica concisa, acompañada únicamente de información necesaria. Por ejemplo, si es un evento, se necesita saber de la hora, lugar, fecha y contacto, por lo restante, una imagen puede solventar el vacío de información.

Otra ventaja de utilizar ilustración, es que se pueden crear los espacios donde la tipografía se albergara, así como la imagen. Ambos elementos se pueden manipular para crear armonía entre ellos.

Imagen 125. Texto e ilustración.
Fuente: Autoría propia.



7. Copy-In y Copy-Out

Hace referencia a la utilización de texto fuera y dentro de una imagen. Utilizada en el caso que se quiera alargar de cierta manera el contenido y la imagen en redes sociales no deba llevarlo. Así, se presenta primero el contenido importante y se le complementa “fuera” con el contenido respectivo. De forma que no se afecte la pieza principal o se pierda la atención del usuario.

Normalmente utilizado en la zona de edición o comentarios de la red social, promocionando o informando lo que sea que falte de la imagen.



En la imagen se muestra el uso de un copy-out que no interfiere con el diseño del post.

8. El uso de logotipos

Uno de los errores más comunes en la creación de campañas, es utilizar el logotipo cuando no es necesario. La gráfica creada o incluso el tener presente las fotografías de perfil que normalmente son los logotipos de la marca, solventan el deber de transmitir de que empresa se está hablando.

Normalmente la marca desea tener la mayor presencia posible en todos sus contenidos, desafortunadamente esto causa redundancia y afecta la estética de la imagen. Mientras menos logotipos se encuentren, contando desde la fotografía del perfil, será más eficaz y menos tedioso para el usuario de ver.



En la imagen se muestra un uso erróneo de logotipos, al tenerlo en el producto, post e imagen de perfil a la vez.

9. Tipos de redes: ¿Cuál red social escoger?

La elección de la red social, dependerá únicamente de cuál es el objetivo que busca la marca cumplir. Puede apoyarse en una, dos, tres o más redes, pero el contenido deberá irse adecuando a las plataformas que estas redes plantean. Y comprender, además, la forma en la que manejan su contenido y que puede postearse y que no.

Facebook: soporta gráficos, videos, gifs y le da importancia a la interacción entre personas inmediata y comentarios, teniendo la oportunidad de compartir todo tipo de contenido, cuando y como quieran.

Twitter: por otro lado, tiene información más específica, esto por la limitación de 140 caracteres que existe y por la filosofía de microblogging, explicada en párrafos anteriores. Se pueden compartir imágenes y videos tal como Facebook. Instagram: red visual en su totalidad, para el campo artístico es de gran beneficio. Lo que importa son las imágenes y no el texto, característica que debe ser tomada en cuenta, al momento de crear contenido.

Para definir qué red se utilizará se debe de realizar el siguiente análisis:

- ¿Qué tipo de contenido maneja la red social?
- ¿De qué manera lo presentan?
- ¿Qué hacen los usuarios con el contenido? ¿Lo comparten, lo guardan, le dan me gusta?, etc.

Normalmente este análisis se realiza con equipo conformado principalmente por el community manager, pero es de importancia que el diseñador sepa manejarlo y entenderlo.



Imagen 128. Uso de redes sociales. Fuente: Autoría propia.

10. Tiempo a dedicar a la campaña

Para trabajar una campaña como diseñador se deben tomar en cuenta las siguientes situaciones:

1. Crear la idea.
2. Buscar referencias, ya sea por inspiración o elementos a utilizar.
3. Definir el tiempo que se va a tomar diseñar o ilustrar.
4. Gestión de la campaña, es decir, subir a redes sociales el material creado y el tiempo que demandan los usuarios para dar información.

Todo lo anterior aplica principalmente si el diseñador debe tomar todos los roles que deberían participar. Siendo este o no el caso, el paso más importante y el que debe tomarse más tiempo, es crear el contenido. Ningún otro paso, debería de tomar más, pues es el de más relevancia.

11. Básicos visuales

Es necesario conocer los tamaños con los que las distintas redes sociales dejan trabajar. A continuación, se presentan las dimensiones de Facebook, Twitter e Instagram:

Facebook:

- Posts generales: de acuerdo al autor Silva, Juan (2016), se trabajan a un tamaño de 960px x 720px.
- Cover o Portada: 828 x 315px.
- Foto de Perfil: 168 x 168px
- Anuncios pagados: Facebook en este caso restringe la utilización de texto, proponiendo una rendija que separa el diseño, ayudando a indicar cuanta cantidad de texto puede usarse. Permite únicamente 5 cuadros, o sea el 20% de todo el cuadro.

Twitter:

- Cabecera: 1500 x 1500 px
- Foto de perfil: 400 x 400 px
- Imagen en Timeline: 440 x 220 px
- Fondo general: 1280 x 1024 px

3.Instagram

- Imagen de perfil: 110 x 110 px
- Thumbnails: 161 x 161 px
- Foto en zoom: 640x 640 px



Imagen 129. Definición de tamaños. Fuente: Autoría propia.

Imagen 130 y 131. Uso de Hashtags.
Fuente: Autoría propia.



Imagen 130.



Imagen 131

Se expone el uso de hashtags dentro del post y fuera del post.

12. Los Hashtags

De acuerdo al autor, Juan Silva (2016) es común encontrar diferentes opiniones en cuanto al uso de los hashtags, que normalmente se utilizan para posicionar la marca y que el usuario pueda encontrar información acerca de ella, más rápido.

Las opiniones varían entre utilizar el hashtag dentro de la imagen en redes sociales, o fuera de la imagen, como copy out.

La elección se basará en lo que se quiera transmitir, valiéndose de la gráfica para ello. Ya que, se puede recurrir a la utilización de hashtags dentro de la imagen, como un medio creativo o se puede dejar afuera para que no quite espacio a la información vital que se quiere dar.

13. Que hacer y qué no hacer

El ámbito de las redes sociales debe haber como en cualquier otro, precauciones que se deben tomar. El equipo que estará a cargo de crear el contenido y manejarlo, debe estar atento a diferentes situaciones que se puedan dar y tratarlos de la mejor forma. Silva, Juan (2016) expone las siguientes:

1. Si se es una marca, nunca tratar con temas religiosos o políticos, a pesar que esté de moda el tema o parecido.
2. Se debe cuidar donde se coloca el logotipo, por ejemplo, que no caiga en zonas donde pueda haber una malinterpretación. En el caso de un personaje, el busto, trasero, etc., al menos que esa sea la intención.
3. No abusar de chistes o bromas que no tengan relación con la marca, para el equipo puede resultar chistoso y crear contenido en base a ello, pero puede que el grupo objetivo o cualquier usuario lo pueda utilizar para poner en mal a la marca.
4. No discutir con la audiencia, puede que en el momento no parezca malo, pero repercutirá en la imagen que tiene la marca para con el resto de usuarios.
5. Si se presenta el caso de tener un usuario que busca poner en mal a la marca o empieza discusiones, se debe tratar de buscar un resultado al problema que lo ofusca y parar la comunicación.



Imagen 132. Malos hábitos en redes sociales. Fuente: Autoría propia.

6. No copiar la línea gráfica de otra marca, un delito grave en el ámbito de diseño gráfico. Este tipo de actos son fáciles de averiguar en el mundo del internet y serán catastróficos para la marca en cuestión.

Finalmente, el diseñador debe de conocer el lugar que juega en el marketing de social media, independientemente de ser parte de un equipo o el equipo en sí, debe conocer los parámetros de la marca para la cual crea y crear dentro de su propio estilo acoplándose a las reglas.

Además, es importante el ser versátil y creativo para el contenido a crear, no sólo para la gráfica general, sino también para responder al usuario en el momento que la situación se presente. Así la marca tiene una imagen distintiva de la cual los usuarios se pueden valer para identificarse con ella.

Animación

De acuerdo al sitio web, DefiniciónABC (s.f): la animación es una técnica o noción de movimiento que se aplica sobre un elemento o individuo.

Normalmente la animación es utilizada como una técnica artística que se vale de diferentes imágenes estáticas, alternándose una con otra para crear un sentido de movimiento. Se podría entender como una ilusión óptica por el dinamismo que da a entender al ojo humano. La animación se vale de un trabajo bastante complejo y meticuloso para dar realmente ese sentido de estar activo a una imagen. La técnica es normalmente utilizada en la creación de personajes para el cine o la televisión, aunque ha ido expandiéndose a otras ramas a lo largo de los años. Variando entre medios 2D, 3D, stop motion el cual hace referencia a una animación con objetos reales, los cuales necesitan de grandes cantidades de tomas para animar, entre otros.

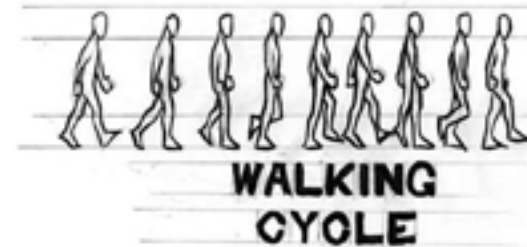


Imagen 133. Ejemplo de animación, bocetos de un ciclo de caminar y correr. Fuente: goo.gl/Huovdq

Motion Graphics

Motion graphics se traduce literalmente al español como: gráficos en movimiento. Técnica que, a pesar de haber sido utilizada ya por años, no se le conoce del todo ni tiene un nombre propio en la lengua española.

Encontramos referencias de motion graphics, de acuerdo al sitio web SubcutáneoCreative (2013) desde inicios de 1800's. Y la primera persona en utilizarlo como un término fue el animador John Whitney en 1960.

Los motion graphics utilizan diferentes medios gráficos para llevar a cabo un mensaje, por ejemplo: la fotografía, el video, audio y tipografía; características que lo hacen ir de la mano con el diseño gráfico. Siendo normalmente un video de poca duración con un alto contenido gráfico, permite el uso de diferentes técnicas tales como:

1. Tipografía cinética y motion graphics: utilizar elementos gráficos y tipografía animada a la vez, acompañado generalmente por música.

2. Tipografía cinética: uso exclusivo de texto, acompañado de una voz que lo narra, transmitiendo el mensaje de una mejor manera.

3. Stop Motion: combinación de varias fotografías, acompañado por otros elementos gráficos.

4. Combinación con video: utilización de videos en tiempo real, mezclándolos con tipografía o elementos gráficos.

Puede utilizarse para medios televisivos, publicidad, educación, medios corporativos, presentaciones, videoclips, etc.

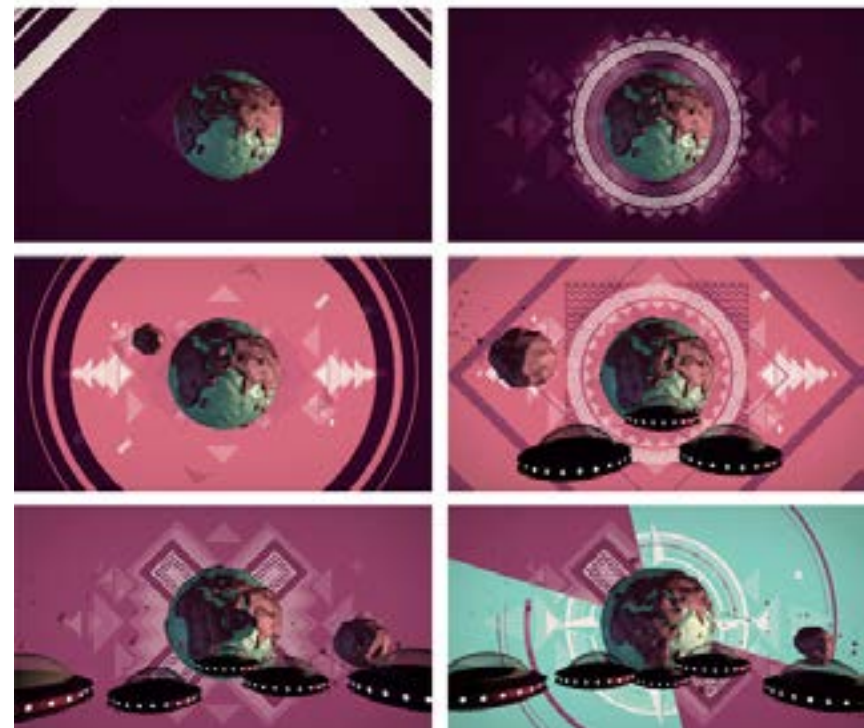


Imagen 134. Frames de motion graphics "Mattrunks". Fuente: goo.gl/acnLQs

Tipografía kinética o cinética

La tipografía cinética o animación tipográfica hace referencia a lo que es el texto en movimiento. Entendiéndose para la Real Academia Española (s.f) lo cinético como algo perteneciente al movimiento. Sin embargo, la técnica de animación no solamente recae en dicho significado, sino también reúne diferentes factores como sentimientos o emociones, los cuales deberán ser representados por el uso correcto del texto dentro del contexto que se tenga. Valiéndose de aspectos como: tamaño, movimiento, rapidez, deformación, color, textura, etc., que transmitirán un mensaje al percibirlo como un todo.

Los comienzos del uso de la tipografía cinética se ven evidenciados en la revolución que los créditos de introducción o finalización que las películas empezaron a tener. Todo bajo la cortesía del aclamado diseñador Saul Bass, creando diferentes animaciones para directores como Alfred Hitchcock y Stanley Kubrick.

La técnica ha sido utilizada desde entonces sobretodo en el medio cinematográfico y televisivo, emigrando a medios corporativos, informativos, publicitarios, artísticos, etc.

A continuación, se presentan ejemplos de la técnica para su mejor comprensión.



Imagen 135. Ejemplo de tipografía kinética 1.
Fuente: goo.gl/SI363p



Imagen 136. Ejemplo de tipografía kinética 2.
Fuente: goo.gl/SI363p

Imagen 137. Frames de "Psycho" tipografía kinética por Saul Bass.
Fuente: goo.gl/NsjKD3

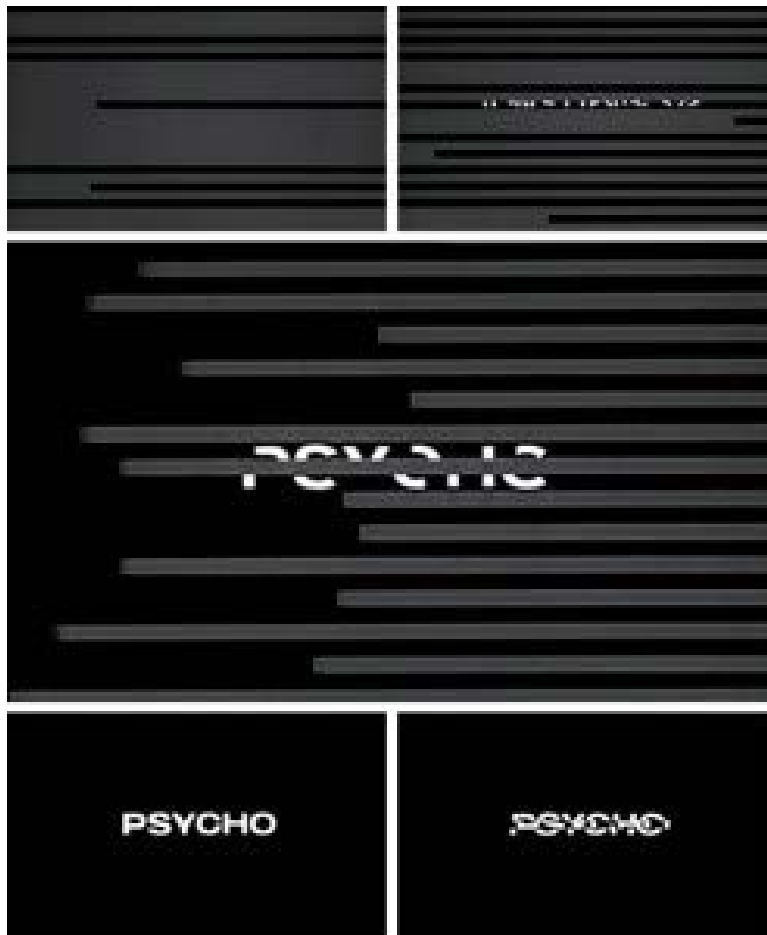


Imagen 138. Frames de animación tipo tipografía kinética.
Fuente: goo.gl/vqVcDA



**COMPRENSIÓN
DEL GRUPO
OBJETIVO**

Instrumentos de medición

Cuestionario

Se utilizará un cuestionario de 17 preguntas, de elección múltiple y en ocasiones preguntas abiertas. Decisión basada en la necesidad de saber la opinión, conocimiento y experiencia de la muestra respecto a los temas de los cuales se necesita obtener información, con apoyo de imágenes en ciertas preguntas.

Metodología

Cuestionario a realizarse vía redes sociales, específicamente Facebook, ya que es la red más usada principalmente por jóvenes y adultos jóvenes. Destinado enteramente a mujeres entre las edades de 18 a 30 años. Buscando recabar más de 25 respuestas, afluencia que será definida únicamente al culminar el cuestionario.

Se empezará en fecha 7 de septiembre, hora 3:00 p.m a 8 de septiembre en hora 3:00 p.m (periodo de 24 horas). Elección basada en el artículo recopilatorio “Twitter y Facebook tienen horas idóneas y diferentes para publicar” (s.f), menciona que día miércoles a las 3 p.m es una hora idónea para publicar contenido y recibir más respuestas o likes. La decisión de dejar el instrumento abierto solamente por 24 horas es debido a que se espera una afluencia de más de 25 personas, número necesario para la muestra esperada. *(se desconoce exactamente el número de respuestas que se tendrán, ya que es una muestra probabilística).*

Información que se desea conocer

- Rango de edad entre 18 a 30 años, delimitando entre 18-21, 21-25, 25-30 años.
- Lugar de vivienda, zona metropolitana o interior de la república
- Gustos e intereses específicamente por las diferentes ramas del arte.
- Es o no artista en cualquier rama
- Si es artista a que rama del arte dedica tiempo
- En caso de ser artista, participación ¿ha participado en festivales artísticos? ¿Cuáles?
- Conocimiento de artistas guatemaltecos/as en el ámbito musical, especificando se abstengan de personas ya internacionalmente conocidas.
- Conocimiento de artistas guatemaltecas musicales.
- Conocimiento de artistas guatemaltecas dentro de cualquier rama además de la musical.
- Preferencia de estilos de ilustración basado en el género musical alternativo
- Preferencia de paleta de colores para identificar el

movimiento artístico femenino.

-Preferencia de tipografía basado en el género musical alternativo.

-Uso y preferencia de redes sociales para recibir información

Tipo de muestreo

Muestreo probabilístico. Debido a que la encuesta fue realizada vía redes sociales (Facebook), no se tiene conocimiento de la afluencia de respuestas que se tendrán. El medio fue elegido para poder llegar a un rango de mujeres más amplio y conocer diferentes perspectivas.

Muestra

Cuestionario realizado a mujeres jóvenes y adultas jóvenes entre 18 a 30 años de edad.

Definición de perfiles

Geográfico

Mujeres residentes en Guatemala, Ciudad de Guatemala, zona metropolitana, Antigua Guatemala y Xela, Quetzaltenango.

Demográfico

Mujeres adultas jóvenes entre 21-25 años, con un grupo objetivo secundario de 25-3 años. De origen mestizo e indígena. Dedicadas a alguna rama del arte o apreciadoras del mismo. Residiendo principalmente en Guatemala, siendo las ciudades foco: Ciudad de Guatemala, Xela y Antigua Guatemala.

Cuyos estratos socioeconómicos de acuerdo a la zona metropolitana e interior de la república en zonas urbanas son Nivel Medio-Alto C1 y nivel Medio-Bajo C2. Con ingresos de Q23,500 a Q10,500 al mes. Con un nivel educacional que supera los estudios secundarios y universitarios o empezando estos últimos, de acuerdo Multivex Sigma Dos (2009).

Psicográfico

Enfocado a mujeres que creen o disfruten del arte en cualquier rama. Dichas mujeres también tienen el incentivo de conocer más sobre el movimiento artístico guatemalteco,

ya que no están debidamente informadas. Deseando conocer artistas en diferentes ámbitos y medios, además de poder asistir a eventos que fomenten intercambios en el tema. Tienen un conocimiento limitado sobre artistas en general y aún más limitado sobre artistas, cantantes o grupos musicales conformados por mujeres, de acuerdo a los anexos 6 y 7.

El grupo objetivo también anhela más participación femenina en movimientos y eventos artísticos y culturales. Creyendo en el empoderamiento femenino a través del arte que se ve reflejado en el anexo 13, así como el deseo de más espacios para promover arte en el país.

En cuanto a los gustos específicos del grupo objetivo, se percibe una fuerte inclinación hacia el diseño o ilustración que mezcla diferentes estilos. Fusionando lo lineal con lo orgánico, lo real con lo surreal, que de acuerdo a las respuestas obtenidas perciben a este estilo como un identificador de la música alternativa y el arte en general. Lo que se puede ver reflejado en el anexo 14 tanto como en el anexo 16 referente a la tipografía, teniendo preferencia por el tipo manuscrita y sans serif, así como las paletas de color que buscan salirse del concepto común para representar a una mujer y el arte, de acuerdo al anexo 15.

The background is a solid purple color with a repeating pattern of stylized, light purple flowers and leaves. The flowers have dark purple centers and are surrounded by various leaf shapes. The overall aesthetic is modern and artistic.

GESTIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO

Contenido del material gráfico (letras de canciones, 4to disco)

1. SOÑAR DESPIERTA

Letra y Música: Heidi Gressi

Estuve confundida viendo cosas sin salida,
Estuve confundida buscando donde no había,
Estuve confundida topándome en mil salidas,
Que no eran las que debía encontrar, estuve perdida,
estuve tan confundida.

Hoy voy a compartir mi más grande tesoro,
Que me ha hecho encontrar libertad.
Y voy a compartir mi más grande tesoro,
Que es más grande y más bello que el oro, y que el oro.

Cierra los ojos y ve lo que quieras,
Cuando no te gusta lo que ves.
Puedes cambiar todo, a gusto y antojo,
Puedes ser, quien tú quieras ser, si quien tú quieras ser...

CORO (bis)
CIERRA LOS OJOS Y VE LO QUE QUIERAS
CIERRA LOS OJOS Y VE LO QUE QUIERAS VER
CIERRA LOS OJOS Y VE LO QUE QUIERAS
CIERRA LOS OJOS Y SE LO QUE QUERAS SER
Lo que tú quieras.

Estuve confundida complaciendo tonterías
Hasta que encontré el camino para ver
Todo lo que quiero, todo lo que anhelo
Es como buscar adentro de mi ser

CORO (bis)
CIERRA LOS OJOS Y VE LO QUE QUIERAS
CIERRA LOS OJOS Y VE LO QUE QUIERAS VER
CIERRA LOS OJOS Y VE LO QUE QUIERAS
CIERRA LOS OJOS Y SE LO QUE QUERAS SER

Al cerrar los ojos otra vez

2. CAMINITO

Letra y Música: Heidi Gressi

CORO

Caminito que me guía por donde yo voy, no lo dejo que me guíe no tiene razón.

Caminito que me guía por donde yo voy, si lo dejo que me guíe, me lleva al lugar de tu corazón.

He buscado mi camino por doquier y doquier,
he intentado mil caminos sin saber que escoger,
Encontré uno muy lindo que yo quise tomar
y a la vuelta de dos días, me quería regresar.

Cuando todo se derrumba por mal parecer,
sientes que la vida se vuelve dura y cruel,
Pero debes entender que las distancias, no,
no son fáciles de recorrer...

¿Qué vendrá, qué vendrá? A veces quiero que me digas
¿Qué vendrá, qué vendrá? Otras prefiero no saber
¿Qué vendrá, qué vendrá? A veces quiero una salida
¿Qué vendrá, qué vendrá? Ya no se si entender

Caminito que me guía por donde yo voy,
guíame hacia ese sueño que aún no conozco,
Caminito que me llevas por donde yo voy,
dime si aquí estoy bien o simplemente peor,
Caminito que me guía por donde yo voy,
dime si debo seguir en esta dirección
Que me alegra y me entristece, me causa dolor,
dime ¿Por qué siento ahora tanto vértigo?

Había encontrado uno hace muchísimo tiempo,
y lo había escogido para hacerme feliz.
Encontré desvíos, encontré veredas a un sueño,
pero me topé con cosas que no precaví.

Y sigo y sigo, topándome en la pared,
y sigo, y sigo, sin saber muy bien ¿Por qué?
Y sigo y sigo, topándome en la pared,
de este caminito, pero no quiero volver.

¿Qué vendrá, qué vendrá? A veces quiero que me digas
¿Qué vendrá, qué vendrá? Otras prefiero no saber
¿Qué vendrá, qué vendrá? A veces quiero una salida
¿Qué vendrá, qué vendrá? Ya no se si entender

Caminito que me guía por donde yo voy,
dime si ya todo esto me va ha dar la razón.
Caminito que me llevas por donde yo voy,
dime si dentro de un tiempo lo sabré mejor.

Caminito que me guía por donde yo voy,
dime si tan sólo debo dejarlo al tiempo.
Que me alegra y me entristece, me causa dolor,
dime si debo correr con peso o sin peso.

3. DE QUE SE TRATA LA TRATA

Voz en off: *“Como a la semana nos llevaron amarradas a un lugar donde llegaron varios hombres, nos violaron a las tres juntas... sin que pudiéramos hacer nada, ese día yo me quería morir, me sentía sucia, triste, mal. Pasaron varias semanas y un día nos separaron... A mi me llevaron a Amatlán, a las demás quién sabe, ya no las vi más; y mire, esta es la fecha en que no sabemos nada de Lucía, mi amiga”* Texto basado en testimonio de víctima de trata.

Karina fue llevada para ser modelo y terminó en un burdel de México,
Allí entendió, que había sido reclutada, para ejercer la prostitución.
Lidia contratada por una fábrica, a los USA emigró,
Terminó trabajando 15 horas diarias, sin pagos, sin salidas, ni comunicación.

Al fin consiguió trabajo en una casa, pero esa familia la encerró,
La recargó de trabajo sin paga, hasta que alguien la rescató.
En el aeropuerto despidió a sus hijos, quería darles una vida mejor,
Al aterrizar le quitaron los papeles y la vendieron al mejor postor.

CORO

De que se trata la trata señores, de que se trata la trata,
La trata de personas señores, niñas y niños, maltrata.
De que se trata la trata señores, de que se trata la trata,
La trata de personas señores, hombres y mujeres mata.

Diez años tenía cuando se ganó la beca, y así engañaron a su familia pobre,
Meses desaparecido, el niño fue vendido, para trabajos forzosos se usó.
Como intermediaria hizo pasarse su hermana, quien tras cuatro años la encontró,
Fueron a la policía a denunciar al tipo, mejor ni se metan, se les respondió.

CORO

De que se trata la trata señores, de que se trata la trata,
La trata de personas señores, niñas y niños, maltrata.
De que se trata la trata señores, de que se trata la trata,
La trata de personas señores, hombre y mujeres mata.

4. HA' (AGUA)

uuuu...

Nací libre, nací viva, nací fresca, Nací libre, nací viva, nací fresca...

No me acapares que dejo de ser vida,
no me aprisiones que dejo de ser buena,
Agüita fresca, cayendo sobre ti, agüita fresca para todos....

uuuu...

No me creas buena o mala, solo sigo mi destino,
solo sigo mi destino, solo voy al mar...
ha calmar la sed del mundo, para llenarlo de vida,
solo sigo mi destino, solo voy al mar...

uuuu

5. COMO QUIEN NO SABE

Letra y Música: Heidi Gressi

Y mírala, que cantando va, y no hace otra cosa, pues no sabe hacer más na

Y mírala, que bailando va, y no hace otra cosa, pues no sabe...

Si cantando nació y cantando murió, si cantando los días y las noches pasó,

Si cantando nació y cantando murió, si cantando los días y las noches pasó

Como quien no sabe, como quien no sabe hace hacer más naa...

Como quien no sabe, como quien no sabe hacer más naa...

Nació para cantar, nació para bailar,

Con el sello de estrella, nació para brillar.

Si no sabe hacer mas nada, y solo sabe cantar,
lo trae dentro del cuerpo y lo quiere expresar...

y siéntelo, báilalo, cántalo y gózalo,
siéntelo, báilalo, cántalo, y gózalo...

CORO

Y siéntelo, como quien no sabe hacer más naa.

Y báilalo, como quien no sabe hacer más naa

Y cántalo, como quien no sabe hacer mas naa

Y gózalo, uo, uo...

Y siéntelo, como quien no sabe hacer más naa.

Y báilalo, como quien no sabe hacer más naa

Y cántalo, como quien no sabe hacer mas naa

Y gózalo, ou, ou...

6. LA MINA QUE CONTAMINA

Nos venden el “desarrollo”
con minas de plata y oro,
nos dicen que habrá trabajo
y que saldremos de abajo.

Empiezan a dar discursos
se vienen así los disgustos,
nosotros queremos opinar
pero la avaricia no sabe escuchar.

Miro la montaña y lloro
al verla tan carcomida,
es como si un raro monstruo
la está atacando a mordidas.

¿Será que eso es “desarrollo”?
Se me hace que es puro rollo,
¿Será que eso es “justicia”?
Se me hace solo codicia

CORO

El pueblo sabio responde:
-No venderé la tierra
¡La tierra no tiene dueño!
-No dejaré la siembra
¡No puedo comerme el oro!
-No voy a vivir sin agua
¡El agua me da la vida!
¡El agua me da la vida!

Ahora se llevan la plata y nos dejan las migajas
Ahora se llevan el oro y destruyen nuestras casas.

Nos hablan de beneficio
y nos dejan en conflicto,
destruyen la verdadera riqueza
nuestra Madre Naturaleza

Miro la montaña y lloro
al verla tan carcomida,
es como si un raro monstruo
la está atacando a mordidas.

¿Será que eso es “desarrollo”?
Se me hace que es puro rollo,
¿Será que eso es “justicia”?
Se me hace solo codicia

CORO

¡Represión!
- ¡Represión!
¡Organización!
- ¡Organización!
¡Movilización!
- ¡Movilización!
¡Criminalización!
- Eso está pasando hoy

7. MI GUATEMALA

Mi Guatemala, tierra linda del quetzal,
Son tus montañas y tu lago mi pensar,
Con tus paisajes, tus caminos de piedra,
Y tu gente que siempre encuentra el lado bueno a todo mal.

Mi Guatemala, tierra que me vio nacer,
Hoy te recuerdo, tanto y tanto más que ayer,
Ir a tus plazas, los aromas de tu comida,
Y los olores de aquella bebida, que nos hacían reír sin parar.

Mi Guatemala, tierra linda del Quetzal,
Impresionante Ceiba, bajo la que quise descansar,
Nuestra marimba, ese sonido particular,
Que nos invita a todos ya todas a bailar.

Y ¡Qué viva!
Mi Guatemala, mi Guatemala, con su copal y su mecapal,
Mi Guatemala, mi Guatemala, con su panela y su candela,
Mi Guatemala, mi Guatemala, con su machete y su barrilete,
Mi Guatemala, mi Guatemala, con su amor y su color.

Mi Guatemala, mi Guatemala, con su copal y su mecapal,
Mi Guatemala, mi Guatemala, con su panela y su candela,
Mi Guatemala, mi Guatemala, con su machete y su barrilete,
Mi Guatemala, mi Guatemala, puro amor, ¡puro color!

Créditos a incluir

AGRADECIMIENTOS

Maltiox chawe Uk'u'x kaj, Uk'u'x Ulew. A nuestros nahuales protectores, a esas energías positivas que nos han acompañado y apoyado siempre a través de: nuestras familias, amistades y entidades. A Sandy Rodríguez por su aporte en el arte y diseño de este material. A Luisjo por su aportes en los arreglos. A ustedes por seguir apostando por la creación guatemalteca femenina y seguirnos en estos 14 años de trayectoria, a la música que nos ha unido y ha sido nuestro camino.

CREDITOS

Heidy Gressi: cantautora, teclado, guitarra y percusión menor

Herbyn Galicia: cantautora, acordeón y percusión

Cristha Quijivix: voces, bajo y percusión

Mariajosé Matheu: saxofón, batería y percusión

Issa Recinos: batería

Grabación, mezcla y masterización: Slap records

Fotografías: Sandy Rodríguez

Arte y diseño: Sandy Rodríguez

Reproducción de CD's: MANADIGSA

Impresión: Nahual Wuj

2017. Una producción de Na'ik Madera

Derechos reservados del grupo

Guatemala, C.A. 005 - Archivo Na'ik

Para contactarse con el grupo: naikmadera@gmail.com

naikmadera@yahoo.com. Facebook, instagram, twitter

Contenido de catálogo

Ramas del arte a incluir: *contacto vía e-mail, teléfono si fuera el caso* (información de artistas recopilada del directorio Festival Ixchel del año 2009 a 2014)

1. Homenajeadas
2. Arte Urbano, subrama: bodypaint
3. Audiovisuales
4. Danza
5. Diseño Gráfico
6. Escultura
7. Fotografía
8. Instalación
9. Música
10. Pintura
11. Poesía, subrama: monólogo
12. Teatro, subramas: performance y talleres de teatro

FESTIVAL IXCHEL

Información a incluir:

- Edición VIII
- Tema: “de mi cosecha viene la semilla”
- Fechas en las que el evento tomara su lugar: a definirse.
- Ramas abordadas: audiovisuales, danza, diseño gráfico, música, poesía, teatro, pintura, escultura, instalación.
- Logotipo Na'ik Madera, página web y sitio en Facebook (www.artenaik.org, [Facebook/festivalixchel](https://www.facebook.com/festivalixchel))

Diseño del concepto

Para poder crear un proyecto funcional y aplicable a las necesidades del cliente, se utilizarán diferentes medios de conceptualización para crear una frase que servirá como guía de diseño. Para esto, se tendrán las siguientes temáticas y ejes: “Festivales artísticos”, “Arte de Mujer” y “Música Alternativa”.

El objetivo general de la búsqueda conceptual en el proyecto en cuestión, es encontrar una forma de representar a la banda Na'ik Madera y crear un vínculo con su público, así como difundir y fortalecer tanto a Festival Ixchel como a sus artistas participantes.

Estableciendo dichas temáticas, se deciden los métodos de conceptualización, empezando por los de tipo convencional.

Lluvia de Ideas
Mapa Conceptual
Analogías

Lluvia de ideas

Palabras relacionadas con las temáticas y ejes.

Expresión, maneras, mujer, libertad, voz propia, artesanal, vida, creación, cuidado, música, melodía, sonido, letras, corazón, experiencias, conocimiento, legado, cultura, Guatemala, camino, naturaleza, instrumentos, pasos, manos, cuerpo, boca, ojos, ver, sentir, tocar, lados, color, multicolor, diversidad, arte, danza, visual, pintura, tinta, zapatos, simetría, simbiosis, conexión, alegría, tristeza, diferencia, alterno, vivir, morir, multilingüe, identidad, unidad, calidez, fluir, magia, cantar, bailar, conquistar, gozar, sonreír, amar, sentimientos, observar, meditar, estar, silueta, silencio, estigma, matices, escapar, protesta, atención, difundir, crear, pensar, poesía, teatro, actuar, decir, facetas, multiplicación, derecho, escenario, sentido crítico, juventud, independencia, esencia, gemelos, vuelo, grito, orgullo, valentía, nacer, arte de mujer, representación, estética, representación de sentimiento, tendencia, estilo, potencia, dedicación, pasión, perseverancia, unión, fuerza, revolución, roles, sociedad, aspiraciones, brillar, atreverse, atar, revivir, visionar, detener, deshacer, piel, único, exposición, raíces, visión, esperanza, fusión, memoria, resonar, triunfar, poder, luz, disfrutar, inolvidable, vientre, cosmología, mayas, tabúes, demostración, urbanidad, conocimiento, presente, pasado, futuro, metamorfosis, crecimiento, deseos, promoción, apoyo, frutos, origen, fragmentos, madre, inventar, artesanía, felicidad, compartir, percibir, mirada, prohibir, salvación, fuego, agua, equidad, feminismo.

Dúos y tríos

Se reconocen las palabras que podrían crear frases conceptuales, reuniéndolas en dúos y tríos dependiendo de su relación o contraste.

- Metamorfosis, crecimiento
- Fusión, memoria
- Pasado, orgullo
- Percibir, mirada
- Dedicación, pasión, perseverancia
- Protesta, difundir, prohibir
- Escenario, feminismo, valentía
- Juventud, raíces, futuro
- Música, sentimientos, alterno
- Experiencias, conocimiento
- Expresión, artesanía
- Piel, creación, poder
- Estigma, observar
- Sonido, silencio
- Esencia, creación
- Multilingüe, identidad

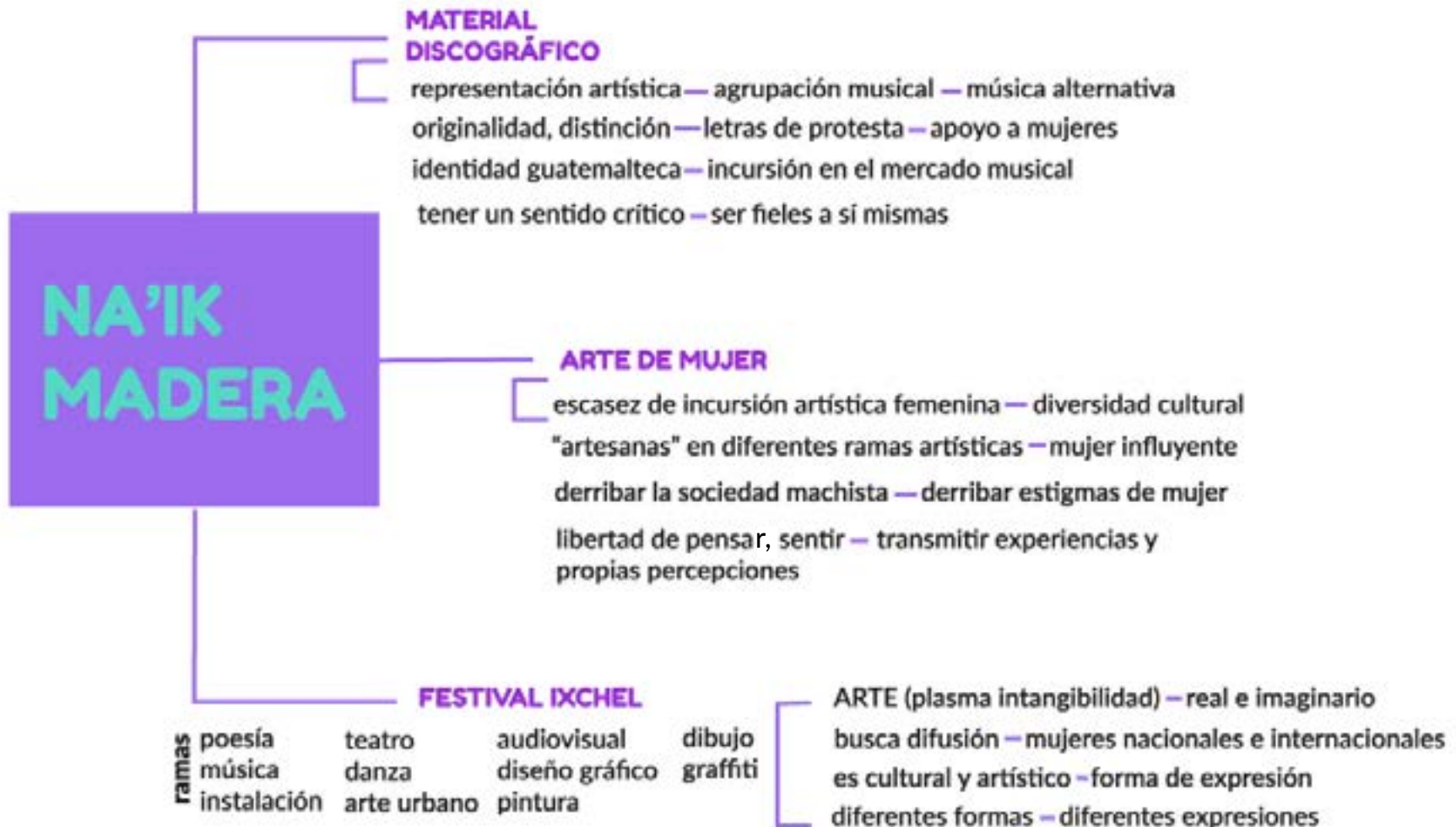
Frases conceptuales creadas

- Arte de mujer
- Frutos de fusión
- Exposición de sentimientos
- Fusión de sentimientos
- Creación de sentimientos
- Verbos de revolución
- Voz del futuro
- Rompiendo estigmas
- Nacimiento de un poder
- Piel de creación
- Simetría de sentimientos
- Simbiosos de pensar y sentir
- Pensar, sentir, crear
- Fragmento de pasión
- Sonido del silencio
- Silencio sinónimo de grito
- Revolución artesanal
- Fémina artesana
- Identidad artesanal
- Nacimiento a mano
- Nacer creando
- Generaciones prismáticas
- Multi-todo
- Generaciones convergentes
- Autoras de expresión
- Firma de mujer
- Esencia de autor

Frases conceptuales elegidas

- Fusión de sentimientos
- Piel de creación
- Fémina artesana (elegido)
- Esencia de autor
- Generaciones convergentes

Mapa Conceptual



Frases conceptuales creadas

- Diversidad artística femenina
- Difusión de expresión
- Libertad de identidad
- Arte influyente
- Real e imaginario
- Sensación intangible
- Abanico de intangibilidad
- Plasmando lo intangible
- Artesanas alternativas
- Diferentes formas de contar el cuento
- Depende de la percepción
- Arte de percepción
- Diversidad intangible
- Creación cromática
- Sentir cromático

Frases conceptuales elegidas

- Difusión de expresión
- Plasmando lo intangible
- Artesanas alternativas
- Creación cromática

Analogías

Festivales artísticos

-celebración cultural-expresión creativa-conjunto de exposición-creación representativa- exposición de identidad-cultura expuesta-recopilación expresiva

Arte de mujer

-creación femenina-expresión sutil-poder de expresión-revolución cultural-identidad en revolución-figuras de poder-creado a mano

Música alternativa

-ritmos de revolución-sonidos que distinguen-melodías creativas-experiencias vueltas armonías-nueva generación de ritmos.

Frases conceptuales creadas

Poder de expresión
Identidad en revolución
Exposición de identidad
Experiencias vueltas armonías
Conjunto de exposición
Creación armónica
Cultura de generación
Recopilación artística
Poder en el arte

Frases conceptuales elegidas

Conjunto de exposición (elegido)
Recopilación artística
Identidad en revolución
Poder en el arte

DISRUPTION

Con este método se busca encontrar las formas normales o comunes de abordar una idea o una necesidad, a modo de darles la vuelta, pensando en lo más innovador y a fin a la empresa posible. Teniendo siempre en cuenta en que se basa el cliente y que es lo que se quiere lograr a transmitir para con el consumidor.

Dividos en:

- 1. Convention hunting**
- 2. Visioneering**
- 3. Disruption**



Imagen 139. Imagen de método DISRUPTION, TBWA. Fuente: goo.gl/0aoQ9T

Convention Hunting

CORPORATE MATTERS (cultura empresarial, branding, políticas, estructura de staff, misión, visión y valores)

NA'IK MADERA

Grupo musical de mujeres, cuya misión es difundir el sentir, pensar y actuar de una mujer Latinoamérica. Así como exponer los problemas sociales, culturales y ambientales que Guatemala tiene.

Conformadas por: *Herbyn Galicia, Cristha Quijivix, Heidy Gressi y MariaJosé Matheu.*

FESTIVAL IXCHEL

Busca impulsar el arte y la libertad de expresión de las mujeres guatemaltecas en sus diferentes disciplinas del arte, pintura, dibujo, escultura, fotografía, poesía, teatro, danza, audiovisuales, performance, arte urbano, música y otros.

Conformadas por la banda Na'ik Madera: *Herbyn Galicia, Cristha Quijivix, Heidy Gressi y MariaJosé Matheu.*

Agregando a embajadoras de otras ciudades principales del país como Antigua Guatemala y Xela.

¿Cuál es su cultura empresarial?

Dedicación, trabajo en equipo. Pasión por el trabajo, perseverancia en la realización del mismo, entre estos la música y proyectos alternos. Buscando siempre abrir puertas para otras artistas alrededor del país y América Latina.

¿Cuáles son los valores?

Responsabilidad, honestidad, empatía, dedicación, solidaridad, respeto.

Marketing Conventions

MATERIAL DISCOGRAFICO

Producto: 4to disco

Place: futuros lugares donde se ofrecerán conciertos y puntos estratégicos de venta.

Place: puntos de venta a decidirse, dependiendo de las donaciones que se reciban.

Precio: a definirse

Promoción: a ejecutarse en redes sociales, en sitios de alianzas estratégicas, página de la banda y Festival Ixchel.

IMAGEN FESTIVAL IXCHEL

Producto: póster y directorio de artistas

Place: universidades, centros culturales, entre otros.

Precio: tanto el acceso al Festival Ixchel como el directorio de artistas es totalmente gratis.

Promoción: redes sociales, dentro de ellas Facebook por ser altamente usada entre el grupo objetivo e Instagram por ser la segunda más utilizada.

Problemas que se enfrentan:

-No se cuenta con una fan-page de la agrupación lo cual dificulta la comunicación más personal con el grupo objetivo.

-Único contacto con el que se cuenta es a través de la página de Festival Ixchel.

-Festival Ixchel no trae ningún beneficio monetario, por lo cual la banda depende solamente de sus conciertos o donaciones.

COMMUNICATION CONVENTIONS

Elección de medios o clichés de comunicación

- Material discográfico común (caja plástica con booklet)
- Fan-page de la agrupación musical
- Contar con un único medio gráfico el cual es en redes sociales
- Utilizar un medio de promoción común, como folletos, trifolios de información.

CONSUMER CONVENTIONS

Percepciones, hábitos, actitudes y prejuicios

Percepciones del Grupo Objetivo:

No existen bandas femeninas musicales conocidas en Guatemala. Las plataformas artísticas no están al alcance de cualquiera, existe muy poca información de los pocos festivales que existen.

Dichos festivales se realizan únicamente en el centro histórico o zona 4, teniendo poco alcance para personas del interior.

Hábitos del Grupo Objetivo:

Poca o media afluencia a eventos culturales del país.
Descargan musica u oyen en sitios específicos,
normalmente no compran un disco, sino es un material
exclusivo que realmente quieren obtener.
Invierten tiempo en algún hobby, más que nada una rama
del arte o aprecian el mismo.

Actitudes del Grupo Objetivo:

Escéptico sobre artistas o movimientos guatemaltecos
en cuanto a llegar a crear una incidencia significativa en
el ámbito. Quedan a espera de convocatorias de artistas,
buscan informarse, aceptación y difusión para darse
a conocer.

Prejuicios del Grupo Objetivo:

No hay suficientes espacios o plataformas artísticas. En el
país el arte no es tan bienvenido como otras disciplinas.
Hay más oportunidades para hombres que para
mujeres en todos los ámbitos. Incluso en el arte existe
discriminación.

Brand Ladder

TOP OF MIND	banda muy distinguida por su papel en la creación de oportunidades y medios de expresión para la mujer, así como una agrupación musical revolucionaria.
ATRIBUTO	estilo alternativo, folklore guatemalteco, mezcla de ritmos, única agrupación con una plataforma artística con trascendencia.
BENEFICIO	material discográfico de calidad, hecho por y para la mujer. Creación de oportunidades artísticas a través de Festival Ixchel.
TERRITORIO	mujeres principalmente jóvenes y artistas, entre 21 a 25 años y 25 a 30 años de edad, residentes de Guatemala, con espacio a artistas internacionales.
VALOR	mujeres artistas creando para mujeres. Donde el único deseo es apoyar y ayudar a otras artistas en el mismo ámbito.
PAPEL	creadoras de un legado de movimiento artístico y artistas femeninas representantes de una futura influencia fuerte para el país.

Visioneering

Personalidad: agrupación musical bastante libre y altruista. Buscando empoderar a la mujer y hacer notar las raíces guatemaltecas.

En cuanto al Festival Ixchel, es un espacio inclusivo, original y con sentido crítico más que artístico.

Valores: banda conformada únicamente por mujeres con sentido feminista, de lucha y equidad.

Creación del único festival en el que se convoca en su gran mayoría a mujeres de todas las disciplinas, contando con artistas internacionales también.

Recompensas: dedicación entera a la creación de música de calidad creativa. El usuario podrá disfrutar de fusiones rítmicas, así como letras diferentes y poéticas. En cuanto al festival, poder conocer personas dentro del mismo arte, difundirse y expresarse.

Funcionalidad: ser una influencia y muestra de poder para toda artista que no se atreve a emprender por miedo al fracaso. Creadoras y fundadoras de espacios artísticos enfocados a mujeres.

Conceptos Visioneering

- Pensar de mujer
- Equidad en el arte
- Mujeres en unión
- Creación de vínculos
- Fusiones rítmicas (elegido)**

Conceptos Convention Hunting

- Creaciones con sentido crítico
- Lazo entre arte y autor (elegido)**
- Espacios artísticos
- Ramas de arte
- Mujeres en revolución

Disruption

**Temas principales: cultura artística,
banda alternativa, festival artístico.**

Preguntas ¿Qué pasaría?

Banda Alternativa/Material discográfico

- ¿Qué pasaría si no fuera un disco?
- ¿Qué pasaría si tuviera realidad aumentada?
- ¿Qué pasaría si el disco fuera único para cada persona?
- ¿Qué pasaría si contara una historia?
- ¿Qué pasaría si solo tuviera ilustración?
- ¿Qué pasaría si estuviera lleno de texturas?
- ¿Qué pasaría si trajera una sorpresa dentro?
- ¿Qué pasaría si se pudiera armar algo con el disco?
- ¿Qué pasaría si se hiciera un disco diferente de cada integrante?
- ¿Qué pasaría si tuviera merchandising?
- ¿Qué pasaría si el CD trajera invitación para el Festival Ixchel?
- ¿Qué pasaría si el empaque fuera triángulos?
- ¿Qué pasaría si el disco no trajera CD?
- ¿Qué pasaría si se promocionarían en lugares extraños?
- ¿Qué pasaría si solo se diseñara con texto?
- ¿Qué pasaría si cada quien pudiera intervenir el disco a su antojo?
- ¿Qué pasaría si el disco se tuviera que armar?

- ¿Qué pasaría si las letras de las canciones fueran símbolos?
- ¿Qué pasaría si dependiendo del ritmo de la canción fuera un diseño?
- ¿Qué pasaría si el disco no trajera CD?

Festival Artístico

- ¿Qué pasaría si el Festival fuera un tour?
- ¿Qué pasaría si las letras de las canciones fueran símbolos?
- ¿Qué pasaría si en el CD de la banda viene un lienzo para participar en el Festival Ixchel?
- ¿Qué pasaría si solo se diseñara con texto?

Conceptos disruption

- Crearte tu
- Una pintura para pintar
- Ritmo que marca paso
- Historias sin contar (elegido)**
- Arte sin crear
- Ideas sin concretar
- Sentimientos sin expresar
- Pensamiento sin contar
- Palabras sin decir

*

A modo de tener una búsqueda conceptual fuerte y creativa, se utilizaron los siguientes métodos conceptuales creativos, los cuales ayudan a empatizar mejor con el cliente, el grupo objetivo y necesidad, siendo estos: Design thinking y Disruption.

DESIGN THINKING

En este método se utilizan 5 pasos: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar. Todo el método en sí, consta de 19 métodos de los cuales se realizarán 14 enfocándose a las necesidades del proyecto en cuestión.

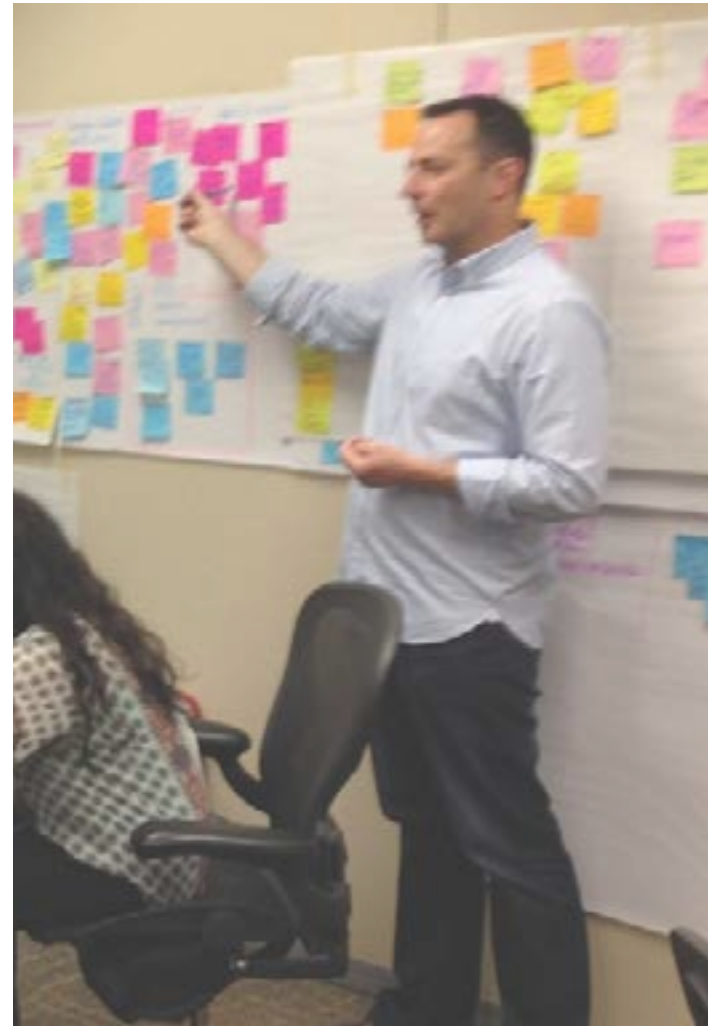


Imagen 140. Design Thinking. Fuente: goo.gl/mX5qqm

1. ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?

Método destinado a analizar diferentes imágenes, desarrollando la capacidad de observación mediante las preguntas ¿Qué?, ¿Cómo? y ¿Por qué?

1.¿Qué?

Grupo de mujeres y hombres marchando

2.¿Cómo?

Con carteles y música. Lo hacen con fervor y entusiasmo.

3.¿Por qué?

Lo hacen a modo de protesta en contra de la violencia contra la mujer. Convocadas por medio de un festival artístico llamado "Festival Ixchel".



Imagen 141. Marcha Festival Ixchel. Fuente: goo.gl/nfngDk

2. ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?

1. ¿Qué?

Grupo de mujeres pintando un mural

2. ¿Cómo?

Parecen concentradas, les gusta lo que hacen. Se divierten haciéndolo.

3. ¿Por qué?

Les agrada hacerlo, participan de algún festival o convocatoria o lo hacen por iniciativa propia. Buscan exponer su arte.



Imagen 142. Muralistas en Festival Ixchel.
Fuente: goo.gl/nfngDk

3. ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?

1. ¿Qué?

Grupo de mujeres en una sala aparentemente platicando, leyendo textos, se puede inferir que son historias o poesía.

2. ¿Cómo?

Cada una tiene su turno designado, las demás están atentas y respetuosas. Cada una habla con sentimiento.

3. ¿Por qué?

Les agrada compartir sus textos, pensamientos o sentimientos con otros. Quieren exponer su arte.

Imagen 143. Poetas en Festival Ixchel. Fuente: goo.gl/nfngDk



4. ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?

1. ¿Qué?

Grupo musical femenino tocando en un escenario.

2. ¿Cómo?

Lo hacen con armonía, dedicación, atención y alegría.

3. ¿Por qué?

Gustan de exponer su música, pueden formar parte de un festival artístico y darse a conocer.



Imagen 144. Banda de mujeres en Festival Ixchel. Fuente: goo.gl/nfngDk

5. ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?

1. ¿Qué?

Cantante femenina indígena cantando.

2. ¿Cómo?

Con mucha pasión y presencia en el escenario.

3. ¿Por qué?

Disfruta lo que hace, le gusta cantar y quiere que la conozcan. Es parte de una convocatoria.



Imagen 145. Cantante y agrupación en Festival Ixchel.
Fuente: goo.gl/nfngDk

5. Saturar y Agrupar

Este método ayudar a sintetizar las diferentes ideas y conceptos que se lleguen a tener. Creando una lluvia de ideas para después agruparlos en temáticas que reúnan a los conceptos creados.

1. ¿Cómo es una mujer hoy en día?

-mujer latinoamericana- buscan ser ellas mismas-buscan empoderarse-buscan ser distinguidas-buscan igualdad de oportunidades-son creadoras y soñadoras-representan vida-no quieren ser como sus madres o abuelas-mujeres valientes-quieren revolución-cada una tiene algo que decir-mestizas e indígenas-orgullosas de su identidad-mujeres subestimadas-autoras de su propia vida-son capaces-cada una crea y se da a expresar.

2. Verbos

-expresar-gritar-pensar-actuar-exponer-interpretar-reconocer-apreciar-difundir-vivir-sentir-comer-ilusionar-soñar-igualdad-hablar-aceptar-presentar-identificar

3. Lo que Na'ik Madera y Festival Ixchel buscan con su música y la difusión artística

-folklore-celebración-convergencia-generaciones-presentar ideas-ser influencia y legado-expresar arte sin prejuicios-tener libertad e identificación-mezclar-ser-apoyar lo propio-tener diversidad-simbiosis-creación-respeto hacia el arte-representaciones propias y creativas-legado para movimientos artísticos-reconocer sus raíces-incursionar en la cultura y el arte-enaltecer la identidad-plasmar artísticamente-diferentes contextos sociales-retratar la realidad-representar lo imaginario-incursiones intangibles y tangibles-tener diferentes ramas artísticas-

5. Mapa de empatía

Con este método nos posicionamos mejor en lo que piensa, siente, dice y hace el grupo objetivo. Lo cual nos ayudara a descubrir insights que no esperábamos.

NECESIDADES

-facilitar-promover-desarrollar-crear-difundir-notificar-hacer
llegar-conocer-impulsar-converger-

INSIGHTS

-aprovechamiento de los recursos de redes sociales para
llegar a más artistas-desarrollar un diseño que se sienta único
y accesible-transmitir seguridad de que se pueden lograr los
objetivos-fomentar el conocimiento del arte guatemalteco
emergente-

SAY

- Le gusta el arte
- Dice que hay más oportunidades para un hombre que una mujer en el ámbito artístico en el país.
- Los artistas alternativos no tienen tanta fama como los comerciales

THINK

- No hay espacios donde exponerse
- Solo artistas reconocidos son buscados para festivales o eventos
- Lo que hace cree que no es arte para otros
- No conoce realmente artistas no comerciales

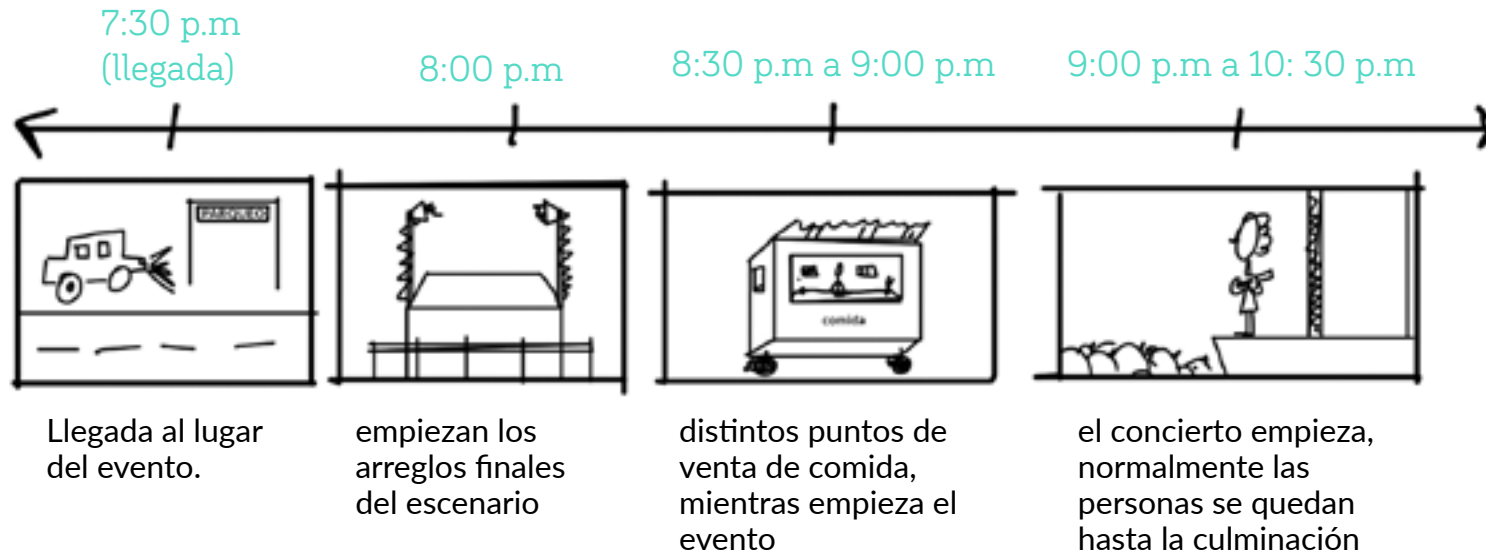
FEEL

- Se siente frustrada
- Menospreciada
- Insegura respecto a su arte
- No se siente importante
- Decepcionada

DO

- Sociabiliza cuando se siente a gusto
- Habla de lo que le gustaría hubiera o le gustaría hacer
- Va a eventos o lugares culturales

6. Mapa de empatía



8. Personas

Otro método que nos ayudará a descubrir cómo piensa, que le gusta, qué prefiere hacer, sus conocimientos y experiencias, etc., del grupo objetivo. Imaginándonos a personas que cumplirían con el perfil objetivo que el proyecto se quiere enfocar.



Bárbara

- 23 años
- Trabaja y estudia
- Ultimo año de universidad
- Es artista autodidacta
- Le gusta la escultura y el arte visual
- Sabe pintar y dibujar (hobbies)
- Nunca fue a una escuela de arte
- No se dedica al arte
- Ha participado en algunas exposiciones pequeñas
- Le gusta asistir a eventos culturales y artísticos
- Tiene amigos y amigas artistas, aunque muy pocas
- No conoce de ningún festival donde puedan exponer solo mujeres
- Sus géneros favoritos son el rock, jazz y pop
- No conoce a muchos artistas guatemaltecos emergentes musicales, además de la conocida Rebeca Lane

10. Definir el problema jugando

El método se enfoca para poder descubrir si los métodos utilizados hasta el momento están dando frutos y si las ideas concebidas son útiles hasta ahora. Las preguntas a formularse son: ¿Cuál es el punto?, ¿Quién dice?, ¿Qué hay de nuevo en eso?, ¿A quién le importa?

1. ¿Cuál es el punto?

Dar a conocer mejor a la agrupación musical Na'ik Madera, acercándolas a su grupo objetivo. Además, aprovechar, el posicionamiento del Festival Ixchel para la banda, haciéndola conocer más. Y difundir a las artistas involucradas en pasados festivales.

2. ¿Quién dice?

La propia agrupación musical Na'ik Madera. Especialmente con quien se tuvo la oportunidad de entrevista, Cristha Quijivix (bajista) y Herbyn Galicia (fundadora de la agrupación).

3. ¿Qué hay de nuevo en eso?

Existen bandas conformadas únicamente por mujeres en Guatemala, pero son poco conocidas y su número es escaso. Na'ik Madera tiene un estilo único, con contenido original y creativo para la mujer y para el país. Así como el Festival Ixchel, único en su clase a nivel nacional.

4. ¿A quién le importa?

Principalmente a la banda Na'ik Madera por el material discográfico a lanzar. Y a las mujeres artistas ya participantes y futuras participantes que pueden darse a conocer gracias a plataformas como Festival Ixchel.

11. How Might We?

Este método busca crear pequeñas lluvias de ideas, para darle solución a los problemas de necesidad que el mismo método dará a conocer. Se utiliza un cuadro donde se coloca el usuario, la necesidad y el insight. Y nos preguntamos ¿Cómo podríamos? Yendo de primero con la necesidad luego el usuario y por último el insight.

¿Cómo podríamos?

- ¿Cómo podríamos posicionar la agrupación musical para que tengan conexión con el público?
- ¿Cómo podríamos posicionar a Na'ik Madera de manera que sus ventas incrementen?
- ¿Cómo podríamos informar mejor a las mujeres artistas de las plataformas artísticas enfocadas para ellas?
- ¿Cómo podríamos lograr una difusión de las artistas participantes de los festivales para con instituciones, organizaciones o colectivos?
- ¿Cómo podríamos promover una interacción entre artistas para que luego puedan emprender sus propios movimientos artísticos?

12. Brainstorming

El brainstorming busca dar a luz las ideas más locas o más certeras enfocadas a una temática. Se comienza definiendo diferentes insights a modo de pregunta.

1.¿Cómo se hubiese diseñado hace 50 años?

-disco de acetato-probablemente con colores limitados-uso de mucha tipografía- 3 colores como máximo- uso de fotografía monocromática-gran diseño inspirado en la música jazz-ilustración bastante simple y geométrica-

2.¿Cómo lo diseñaría la banda?

-fotos personales-poco uso de color-bastante formal-tipografía manuscrita-simple, sin extravagancias o saturación-

3.¿Cómo se logra más visualización?

-utilización de merchandising-aprovechamiento de redes sociales-estampas, botones, camisetas, etc-conciertos gratis en distritos creativos-hacerse viral en medios convencionales y digitales-

4.¿Cómo lo haría el grupo objetivo?

-promocionar cosas de la banda-volverlas virales-dar protagonismo a la banda-hacer uso de toda red social-usar campos impresos-poca utilización monetaria-diseño simple-

5.¿Cómo podríamos plasmar gráficamente la verdadera esencia de la banda?

-graficas abstractas-realidad intervenida-crear interacción-diferenciarlas de cualquier otro género-uso basto de color, forma y textura-utilización de folklore e identidad guatemalteca, creativamente y no literal-sin imágenes agresivas o vulgares-creatividad con los pies en la tierra-más libre, aprovechamiento de formato-crear misticismo-dejar la espiga en el grupo objetivo, de cómo luce la banda-resaltar los atributos y habilidades de cada una-

13. Cardsorting

Después de las palabras o frases dejadas por el brainstorming, se debe de agrupar en diferentes categorías, las mejores ideas.

MEJORES IDEAS

- Creación de merchandising
- Influencia de estilos tempranos de identidad musical
- Resaltar atributos y habilidades de cada integrante
- Creación de incertidumbre
- Crear interacción con el usuario
- Utilización de folklore creativo

MÉTODO DE 4 CATEGORIAS

1.Racional: utilización de fotografía, tipografía, color y forma para crear una gráfica estilo swiss style o bauhaus.

2.Atractiva: utilizar el folklore guatemalteco, habilidades y talentos de cada integrante haciendo una gráfica más libre e identificable.

3.Simple: continuar con la línea gráfica ya propuesta de fotografías de la banda y tipografía manuscrita.

4.Tiro largo: crear una interacción con el usuario por medio de los materiales a crear. (realidad aumentada, troqueles, códigos, etc.)

Frases conceptuales generadas

- Ser uno mismo
- Autoras de vida
- Convergencia de generaciones
- Diversidad artística
- Representarse a uno mismo
- Entre lo tangible e intangible
- Mezcla de realidad e imaginación
- Mezcla artística
- Enaltecer la diferencia
- Influencia de cambio
- Fusión de representaciones
- De la creatividad nace

Frases conceptuales elegidas

-Convergencia de generaciones

(1era opción de concepto)

- Representarse uno mismo
- Enaltecer la diferencia
- Diversidad artística

-Diversidad Convergente (2da opción de concepto)



CONCEPTO
"diversidad convergente"

Codificación del Mensaje

Fundamentación

La agrupación musical Na'ik Madera, conformada enteramente por mujeres, y su evento artístico, Festival Ixchel, ha logrado reunir a mujeres de diferentes edades, contextos sociales e incluso países. Hecho que ha llevado tanto a la banda como al festival a un crecimiento exponencial, en términos donde se realiza las diferencias de cada artista participante, dejando plasmar sus experiencias, conocimientos y perspectivas. Dichos aspectos brindan nuevas emociones y sentimientos al público en cada edición, y se hacen presentes no solamente en la exposición artística del festival sino en la música y melodía que Na'ik Madera crea en sí. Experimentando con diferentes géneros musicales, uniéndolos de tal forma que crean una identidad propia, aportando los talentos de cada miembro y el pensamiento en beneficio a la mujer.

Por ello, se elige el concepto “Diversidad Convergente” buscando representar la variedad en el arte y la música que el festival y la banda expone a su audiencia, yendo desde artistas emergentes a artistas con trayectoria, de todos los rincones del país y también internacionales, de diferentes etnias, fusionándose en una misma plataforma artística.

Buscando que las mismas artistas creen puntos de encuentro, donde puedan conocerse mutuamente y poder crear posteriormente eventos artísticos, colectivos o bandas musicales propias.

La gráfica de dicho concepto busca tener desde soluciones minimalistas hasta unas bastante elaboradas. Ahondando en diferentes estilos, mezclando lo real con lo irreal, la geometría con lo orgánico y lo simple con lo complejo. Identificando de esta forma, la diversidad que se expone, así como el punto de convergencia.

Desglose y significado

Denotación:

Diversidad: diferencia o distinción entre personas, animales o cosas. Variedad, infinidad o abundancia de cosas diferentes, disparidad o multiplicidad.

Convergente: coincidencia de ideas y tendencias sociales, políticas, culturales y económicas. Lugar o punto donde convergen dos cosas.

Connotación:

Diversidad: distinto, mezcla de cosas, perspectivas, diferencias, único, original.

Convergente: punto de encuentro donde personas, ideas, elementos, etc., llegan a reunirse y formar uno solo.

Significado subjetivo:

Diversidad: conjunto, rompecabezas, colores, personas, arte, música.

Convergente: encuentro, balance, reunión, unión, fusión, mezcla, vínculo.

Sentimientos:

Diversidad: diversión, aceptación, alegría, agrado, interés.

Convergente: fuerza, respeto, altruismo, satisfacción, tranquilidad.

Elementos gráficos que transmitan el significado:

Diversidad: trazos, piezas, formas, figuras, personas, texturas, etc.

Convergente: alboroto, mezcla, átomos, estrellas, nubes, galaxias, etc.

Vinculación

Ciente

El concepto se vincula de la manera siguiente: la agrupación musical es en todo el sentido de la palabra “una mezcla” tanto por sus ritmos y letras, cómo por sus integrantes. Quienes con sus diferentes talentos aportan distintas características a la banda, que las hacen distinguirse y tener un mejor sentido crítico, exponiendo sus perspectivas y puntos de vista.

De igual manera, el Festival Ixchel, reúne a mujeres de todos los ámbitos, inventándolas a expresarse como ellas mismas, en resumen, se crea un popurrí de perspectivas que busca presentar artistas nuevas.

Temática general

Haciendo referencia a “cultura artística” donde se hace referencia a todo aquello que merece ser divulgado, difundido y/o valorado. En el país existen grandes cantidades de artistas, que con plataformas como Festival Ixchel se dan a conocer al público. Y el objetivo principal de dicho festival es crear puntos de encuentro donde las artistas posteriormente puedan crear colectivos por aparte. El arte no tiene distinción de ningún tipo y gracias a las diferencias de cada artista se crea una cultura de respeto, aceptación y lucha a favor del empoderamiento femenino a través del arte. En el cual puede ser participe todo aquel que así lo quiera.

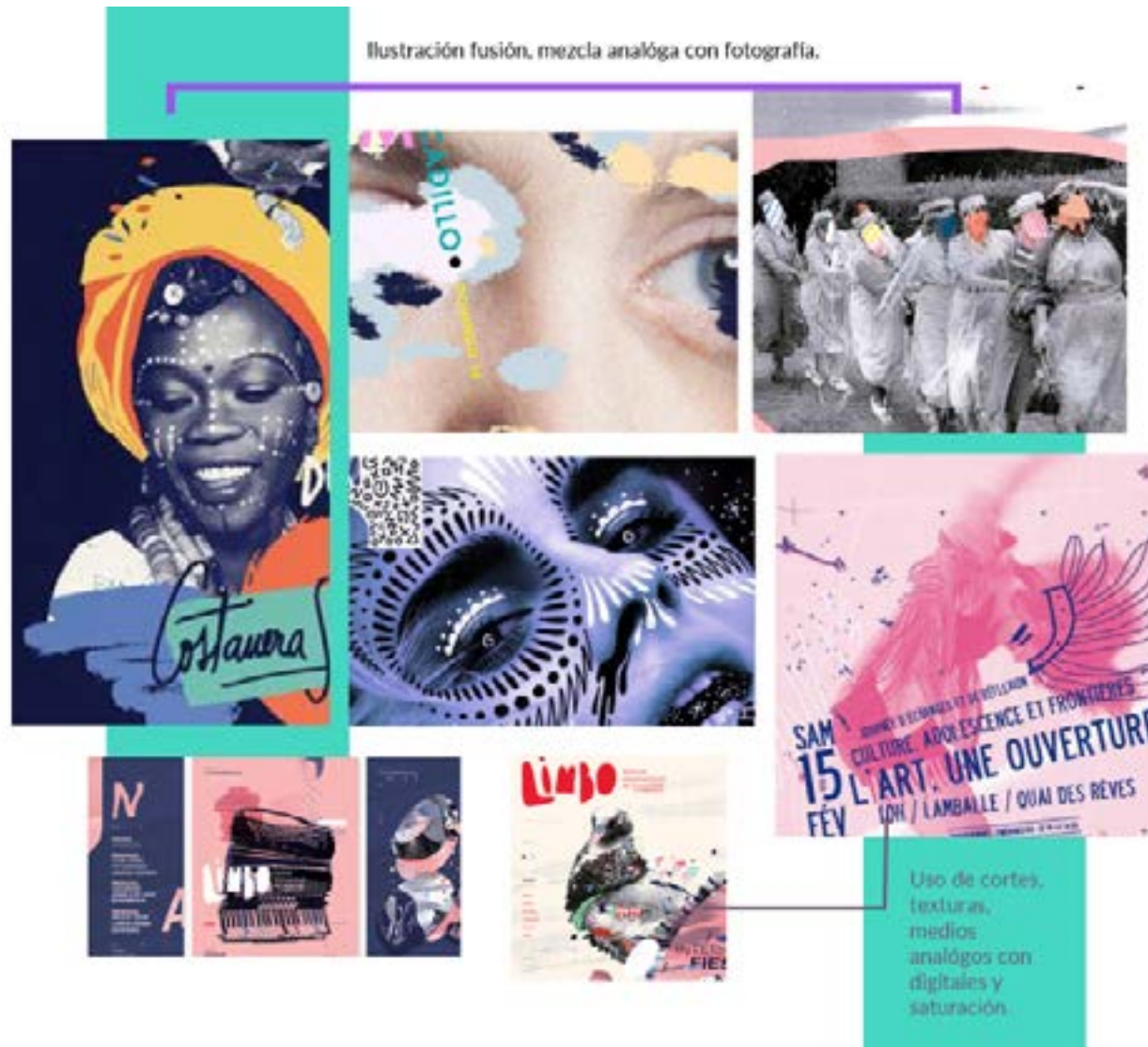
Grupo objetivo

Cada artista busca difusión y en su búsqueda como explicado a anteriormente encuentran a personas que están en una búsqueda igual o parecida. De esta forma se llegan a crear más eventos, colectivos, bandas, etc. Por lo cual tanto la banda Na'ik Madera como el Festival Ixchel promueven la colaboración entre artistas y plataformas que buscan dar a conocer a todas aquellas que lo busquen. Fomentando el arte femenino en el país, levantando la cultura en todo sentido.

The background features a teal-to-purple gradient with several thick, wavy, hand-drawn lines in a lighter teal color. Scattered throughout are small, white, hand-drawn symbols that resemble the letter 'U' or '0'.

VISUALIZACIÓN DEL CONCEPTO

Visualización del concepto: MATERIAL DISCOGRÁFICO



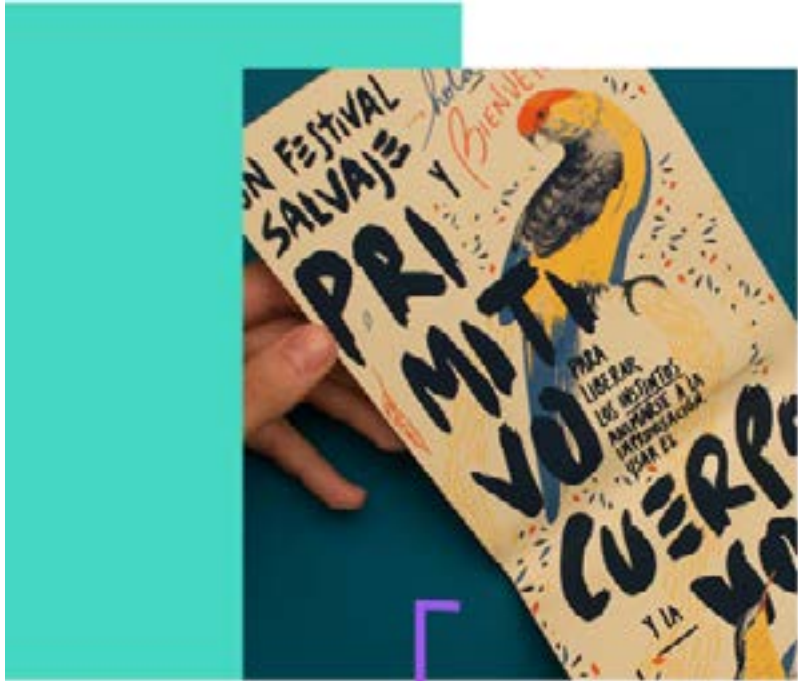
Uso de 3 colores como máximo, siendo contrastantes entre sí.



Texturas en figuras de complemento y tipografía.



Utilización de tipografía en monotonía, complementando con el arreglo tipográfico e ilustración.



Reticulas dinámicas,
tipografía manuscrita,
script y sans-serif.
Mayor relevancia a la
ilustración y fotografía.



Figuras de complemento
para el uso tipográfico.
Texturas digitales de
carácter análogo.

MATERIAL MULTIMEDIA

GET YOUR
-IMPORTANT-
LOGO.

ADJUSTABLE
KINETIC TYPOGRAPHY

mentioned
-BEAUTIFUL-
TEXT!

YOU DON'T HAVE
ENOUGH FUN
ALREADY?

RESIST
SPECTATE!

MENTATI

ONE-CLICK

into something
SPECIAL.

VILA
MÚSICA
CINEMA
DANCE

POST

EGIBL
TEASERS
THING F

Uso de fotografía e ilustración a la par de la animación tipográfica.

Combinación de tipografía sans-serif con manuscrita.

MARKETING BTL

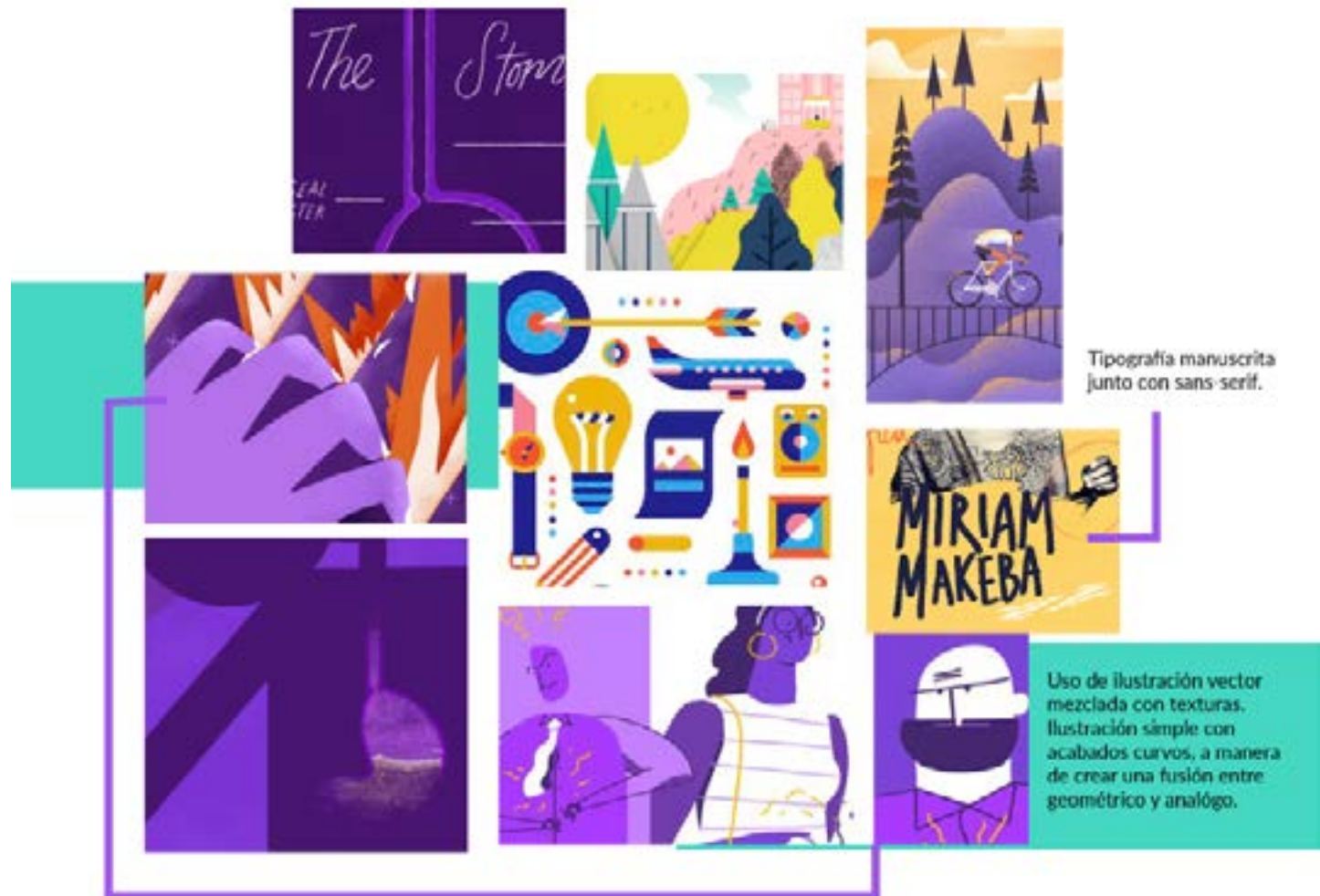
Uso de instrumentos como parte de la gráfica, utilizados de una manera creativa.



Diseño y diagramación que permita una interacción de parte del público con el contenido.



Visualización del concepto:
FESTIVAL IXCHEL



Uso de ilustración vector, figuras, en este caso, femeninas. Debido al tema del festival, se tiene preferencia por figuras orgánicas.



Uso de color limitado en al menos, 4 colores, tipografía manuscrita acompañada de sans-serif y las referentes al festival mismo.



Visualización del concepto: DIRECTORIO DE ARTISTAS

Texturas a modo de crear unidad con las demás piezas.



Ejes dinámicos, ritmos visuales a base de ilustración y tipografía.



Uso de ilustración como parte importante en el formato a tratar.

Utilización de figuras geométricas para crear iconografía de ramas.

Planeación estratégica de medios

La planeación estratégica de medios se basa en la necesidad de la banda Na'ik Madera para recaudar fondos económicos para la realización de la VIII edición de Festival Ixchel. Proponiendo el lanzamiento del 4to material discográfico como un medio efectivo para obtener dichos fondos, teniendo así, dos lanzamientos de disco en la ciudad de Guatemala, distanciados únicamente por el lapso de una semana, dando oportunidad al público que no pudo llegar al primer lanzamiento, llegue al segundo.

Como publicidad antes del lanzamiento del disco, se plantea una estrategia en redes sociales, apoyada por marketing BTL que llevará a una experiencia musical con material multimedia. Teniendo para ello, el lapso de un mes. Una vez presentado el disco, el mismo se quedará a disposición del público en tiendas específicas, donde aún se podrá conseguir, hasta agotar existencias. Inmediatamente de la culminación del mes con dos semanas estipulados, se empezará con la publicidad de Festival Ixchel, el cual contará también con una estrategia en redes sociales, la cual se intensificará en la última semana de dos meses, por la recepción de obras. Teniendo un plazo de dos meses, donde se les notificará a las artistas que hayan sido elegidas, las cuales deberán entregar sus obras y se montara el evento.

Dicho tiempo, también irá acompañado de actividad en redes sociales que promocionará el festival, contando la semana que las obras estarán expuestas en sus respectivos lugares.

Después del termino de Festival Ixchel, en un lapso de 3 semanas a un mes, se dará a conocer el directorio de artistas, incluyendo aquellas que participaron en el recién terminado Festival. Para el cual, se realizará en el tiempo de un mes, estrategia en redes sociales para promocionar dicho material.

Descripción de piezas













PIEZA

Estrategia DTL, contenido multimedia

CARÁCTER

material promocional/multimedia

PROPÓSITO

brindar al grupo objetivo una idea de lo que se presenta en el nuevo disco "¿de qué se trata?"

va de la mano con el póster promocional BTL, se vale de un escáner para poder leerlo, el material se encontrará en la página de Na'ik Madera en Youtube

1 mes con 2 semanas, desde la promoción del material hasta su lanzamiento

a través de los pósters promocionales, se accede al contenido por medio del escáner de un código que llevarán a las animaciones creadas

LUGAR

TIEMPO

A TRAVÉS DE QUIEN O COMO



Estrategia de implementación

A continuación, se explica la decisión de la implementación de cada pieza y como aporta a la estrategia de diseño en general.

1. Póster promocional Festival Ixchel

Festival Ixchel requiere de una imagen visual nueva para la edición que se presentará, tal y como las demás ediciones del festival. Por ello, se crea la imagen necesaria a promocionar con una pieza de póster de forma que se pueda divulgar el evento tanto en redes sociales como en lugares físicos, se escoge dicha pieza por la facilidad de llevar información al grupo objetivo. Este también será de ayuda para crear una base para la imagen del catálogo de artistas que se explicará más adelante.

2. Estrategia en redes sociales, Festival Ixchel

Debido a que el movimiento en redes sociales en la era moderna es muy alto, se decide valerse de la ventaja con la que cuenta este tipo de estrategia para poder llevar el mensaje al grupo objetivo de mejor manera y más fácil. Siendo de apoyo para la pieza de póster, teniendo más información e interactividad.

3. Catálogo de Artistas

Una pieza fundamental para la banda Na'ik Madera, la cual no se propone sino es pedida por la misma agrupación. Dicho catálogo busca reunir a todas las artistas que han participado en Festival Ixchel desde 2009 hasta el futuro festival en 2017, donde se puede acceder a su contacto vía mail y teléfono para todos aquellos en el ámbito artístico y cultural que requieran de dicha información.

4. Estrategia en redes sociales, catálogo de artistas

Para su debida divulgación, se propone una estrategia en redes sociales que vendrá inmediatamente después de la culminación de Festival Ixchel, haciendo un enlace directo con el evento y creando un sentido de pertenencia con el mismo. La estrategia busca llamar la atención de los posibles interesados, llevándoles información de la mecánica del catálogo.

5. 4to material discográfico

Una pieza requerida y enlazada con la necesidad de una creación de fondos para el último Festival Ixchel. El 4to material discográfico no solo funge como un material de lucro para la banda, sino como una plataforma para lanzar el festival, a pesar de ello, si funciona como un medio para seguir en el camino de establecer a la banda dentro del ámbito musical nacional e internacional, teniendo un contenido distinto en su composición general que le caracteriza tanto y será utilizado para la futura imagen visual.

6. Estrategia BTL, póster promocional y contenido multimedia

Debido a que se requiere de una publicidad de carácter creativo por ser el cliente una banda musical, se propone la implementación de un póster con contenido interactivo, el cual se valdrá de un código que podrá ser leído por una aplicación la cual llevará a animaciones del contenido del disco, dicho contenido que quedará para una futura evaluación a lo largo del proyecto. Lo cual podrá darle al grupo objetivo una idea de lo que el disco contiene y captar su atención para hacer presencia y adquirir el material el día del lanzamiento.

7. Estrategia en redes sociales, 4to material discográfico

Se necesita de material extra que apoye la implementación de la pieza anterior, por lo cual, mientras se tiene en lugares físicos la presencia del póster interactivo, en redes sociales se estará apoyando dicha información y promocionando el futuro lanzamiento del 4to disco.

Secuencialidad de piezas



Mes de inicio. Mes de intermedio. Mes de finalización.



Se empieza el 19 de agosto en la página de Festival Ixchel, mientras que en la página de Na'ik Madera el 21 de agosto para dar tiempo a la finalización de la estrategia del 4to disco. Se promociona el póster en digital por 1 semana e impreso desde agosto hasta noviembre.



Comenzando el 19 de agosto de 2017, los posts se manejarán de la siguiente forma:

Semanas 1 a 7 (referente a dos meses) 1 post cada semana.
Semana 8: 3 posts (se intensifican cantidad de publicaciones).
Semana 9: 1 post
Semana 10: 1 post
Semana 11 a 13: 3 post
Día de Festival: 1 post
Días de realización de festival: 3 post con apoyo de fotografías del evento.

Tiempo total en el cual las piezas tendrán función: 3 meses, 2 semanas.

Mes de inicio. Mes de finalización.



Se toma un tiempo de espera para recopilar la información de las nuevas artistas dentro del catálogo, por lo cual se empieza la promoción el 16 de diciembre de 2017 para terminar el 6 de enero de 2018.



Empezando 16 de diciembre de 2017, se promociona por un mes con 1 post cada semana a diferencia de la última semana del mes donde se tendrán 2 posts para intensificar la presencia en redes antes del lanzamiento.

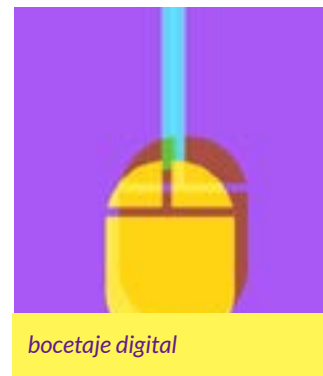
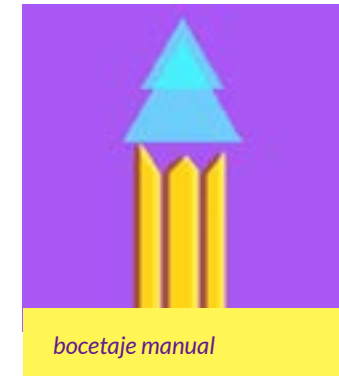
Tiempo total en el cual las piezas tendrán función: 1 mes.



**BOCETAJE
Y PROPUESTA
PRELIMINAR**

Guía de bocetaje

Como introducción a la fase de bocetaje se propone una serie de iconos para identificar a cada sección requerida. Siendo uno de ellos para indicar la búsqueda de referencias, otro para el bocetaje manual, otro para digital y el último que indica validación. Siendo este último la confirmación que el material fue aceptado después del proceso que se requería.



Póster festival ixchel y catalogo de artistas

Festival Ixchel requiere de una imagen nueva para la nueva edición, tomando en cuenta que puede llegar a ser la última a realizarse. Por lo cual se necesita de un diseño que recopile gráficamente a todas las ramas del arte que el mismo ha tenido y a las artistas que se han dado a conocer gracias a esta plataforma.

De modo que al final de la última edición, se presente un directorio de artistas con el que diferentes instituciones o personas pueden contactar a las artistas participantes en sus ramas específicas.

Así, yendo de la mano con el concepto central “convergencia entre generaciones”, se formó un tema central con el cliente, banda Na’ik Madera, para el próximo festival llamado “de mi cosecha viene la siembra”. El cual busca representar el legado que han dejado a lo largo de los años las artistas guatemaltecas, y como el Festival por sí mismo ha logrado ser una influencia en el ámbito artístico del país.

Con el tema central, se presenta a continuación el bocetaje correspondiente que se enfocó en 3 vertientes: lo orgánico, festividad e identidad. Buscando representar las 3 anteriores por medio de los colores, la tipografía, la gráfica y la diagramación general.

Tipografía



Imagen 146. Claire Hand Bold. Fuente: goo.gl/wupy05



Imagen 148. Envato Market. Fuente: goo.gl/MUCa4X



Imagen 147. Lukasz Dzedzic. Fuente: goo.gl/KQCBYU



Teniendo en cuenta en este caso las anteriores gráficas de Festival Ixchel se ve la necesidad de contar con tipografías que mantengan la unidad y ayuden a identificar el material como parte de dicho Festival. Por lo cual, para títulos se cuenta con la tipografía ya establecida desde el primer lanzamiento y como complemento una tipografía sans serif manuscrita, con sans serif para texto a modo de tener legibilidad.

*

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

Lato

A B C D E F G H I J K L
M N Ñ O P Q R S T U V
W X Y Z

Julius Sans One

*

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

Close Hand

*

A B C D E F G H I J K L M N Ñ
O P Q R S T U V W X Y Z

Claire Hand

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

Engine Regular



* tipografía elegida (póster y directorio de artistas)

Diagramación



Imagen 149.

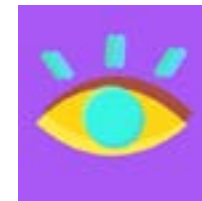


Imagen 150.

Imagen 149 y 150. Pósters de "Dark Side of Typography". Fuente: goo.gl/3F4PHO



Imagen 151. Póster de MadsFrancis. Fuente: goo.gl/1lrKOD



Lo que se busca para ambas piezas en póster y directorio de artistas, es poder tener puntos focales que serán ilustración o gráfica en general. Creando un material bastante limpio y puntual en el que se pueda apreciar la información y en el caso del directorio, dando paso a los nombres, correos y teléfonos de cada artista, que es lo importante.



Imagen 152. Folleto por Soo Young. Fuente: goo.gl/spnZhn

Estilo gráfico (ilustración e iconografía)



Imagen 152. Folletos ilustrados. Fuente: goo.gl/B1HpB9

Teniendo en cuenta el concepto "diversidad convergente" el cual se representará gráficamente por el uso de diferentes estilos de ilustraciones en este caso, vector y textura.

Utilizando opacidades y figuras geométricas como en los principios de la identidad musical, según Ireola Eduardo 2010. Mezclado con el uso de textura y libertad de trazo de estilo contemporáneo.



Imagen 153. Papeles ilustrados. Fuente: goo.gl/B1HpB9



Imagen 154. Ilustraciones por Sara Barnes.
Fuente: goo.gl/RKPWMB



Imagen 155. Papeles ilustrados. Fuente: goo.gl/kndVIs



Imagen 156. Íconos de vector. Fuente: goo.gl/PrSYED



Fondos



Culest, desconocido <http://culest.tumblr.com/>



Kitty McCall, 2014 <http://printpattern.blogspot.com/2014/11/new-products-starling-store.html>

En cuanto a la elección de fondos, se elige un tipo más orgánico para complementar lo geométrico de la ilustración. Creando así un balance.

Paleta de color

*

Imagen 159.



Imagen 160.



* paleta de color elegida, (póster, directorio de artistas y material discográfico)

Se elegirá la misma paleta de color para los tres materiales principales (póster, directorio de artistas y material discográfico) de modo que se pueda mantener una unidad sobretodo en los pertenecientes a Festival Ixchel y se harán cambios estratégicos para el material discográfico haciéndolo diferente, pero manteniendo relación.



Imagen 161.



Imagen 162.

*



Imagen 159, 160, 161 y 162. Paletas de color.
Fuente: goo.gl/4SaFKT

Material discográfico

La banda Na'ik Madera identifica como necesidad al 4to material discográfico próximo a salir en el año 2017, presentando una serie de 7 canciones, nombrando el disco con “de que se trata”. El cual es una recopilación de canciones con diferentes temas sociales abordados.

En dicho disco se busca una imagen altamente artística identificando el material con el que cuenta la banda y su esencia. Por ello se buscan referencias que cumplan con dicho estilo, además de cumplir con el concepto “diversidad convergente” buscando un estilo ilustrativo entre análogo y digital, a modo de fusión creando nuevos contrastes.

Tipografía



Imagen 159. Póster dadaísta por Aalia Penner. Fuente: goo.gl/ioOGW3



Imagen 160. Póster tipográfico por Anton Deloy. Fuente: goo.gl/iOq0Gu

Imagen 161. Tipografía por Julia Pettreta. Fuente: goo.gl/sIHEOG



Para la imagen del disco y su texto se elige una mezcla de script manuscrita destinada a complementarse por sans serif para el texto. De modo que los títulos se mantengan lo más orgánico posible y el texto mantenga su legibilidad.

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

Lato

A B C D E F G H I J K L
M N Ñ O P Q R S T U V
W X Y Z

Julius Sans One

* A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

Kreon

A B C D E F G H I J K L M N Ñ
O P Q R S T U V W X Y Z

Claire Hand



* material discográfico

Diagramación

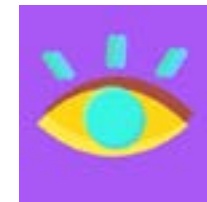
Imagen 159. Diseño de folleto por Rocío Fernández.
Fuente: goo.gl/keLxP1



Imagen 160. Material discográfico por Yesta Desamba. Fuente: goo.gl/KQabjd



Imagen 161. Pósters de festival Limbo por Ro Gal.
Fuente: goo.gl/NhrtOX



Dándole más importancia a la imagen y a los futuros titulares, se propone una diagramación con dinamismo, que pueda romper visualmente y de descansos visuales a la vez.

Estilo gráfico (ilustración)



Imagen 162. Póster de Le Jardin Graphique.
Fuente: goo.gl/EdUILe



Imagen 163. Póster por Daniel Nelson.
Fuente: goo.gl/be6pl1



Imagen 164. Póster para convocatoria literaria inclusiva por Cynthia Alonso.
Fuente: goo.gl/ILFShu



Imagen 165. Ilustración de Woody Allen.
Fuente: goo.gl/TF8tUI

Buscando seguir el concepto "diversidad convergente" en este material se mezclará fotografía e ilustración, utilizando la primera como lienzo para la segunda, dando paso a nuevas interpretaciones y estilos.

Estrategia BTL

Para la creación de estrategia BTL se busca un material claramente interactivo con el grupo objetivo, el cual satisfaga la necesidad de dar a conocer el disco de la banda en cuestión y sobretodo los lanzamientos que se tendrán para promocionar el mismo, de manera que las personas se enteren, se interesen y puedan asistir. Debido a que es enteramente musical y artístico lo que se creará, el BTL no puede ser la excepción. Así, se buscan referencias de proyectos que se hayan basado en dicha estrategia que ejecutaran materiales que fueran interactivos basándose en un contenido musical.

Estilo gráfico

Una referencia inmediata es el Ural Music Fest, cuyos creadores desarrollaron una aplicación especial que al descargarla y escanear el código musical que contenía cada póster, se tocaba inmediatamente la melodía que contenía. Interacción que logro casi el doble de personas que se esperaban para ese mismo año, hecho que se puede ver en la sección de investigación de 5 BTL's de música en el contenido teórico. El material funciona como un punto de partida que permitiría la creación de una estrategia creativa donde el grupo objetivo podrá conocer sobre el material antes que se lance al público y cualquiera podrá conocer sobre su contenido escaneando códigos de enlace.



Imagen 166. Póster Interactivo, Ural Music Fest.
Fuente: goo.gl/RJnDZp

Uso tipográfico



Imagen 167. Re-branding de Nickelodeon.
Fuente: goo.gl/Oo0eZ5



Imagen 168. Re-branding de Nickelodeon.
Fuente: goo.gl/Oo0eZ5



Ya que se visualizan pósters interactivos que se basarán en el uso de códigos de enlace, se debe pensar en el contenido al que estos códigos darán paso. Se buscan como referencia entonces, animaciones que contengan tipografía kinética, la cual es comúnmente utilizada para presentar la letra de las canciones de una forma diferente. Este tipo de motion graphics le dará una mejor idea al grupo objetivo de que tipo de música se trata y su contenido. Lo cual también satisface la necesidad de presentar a la banda con personas que son ajenas a ella y reforzar el vínculo de quienes ya la conocen.

Estrategia en redes sociales

En cuanto a la creación de posts para una estrategia en redes sociales, se busca únicamente guardar la unidad con las piezas ya creadas, que sean una adaptación de los diseños realizados, de modo que, si el grupo objetivo se encuentra con un póster interactivo propuesto en la estrategia BTL, llega al contenido multimedia y por lo mismo llega a las redes sociales, pueda presenciarlo todo como un mismo diseño que es lo que se quiere lograr. En cuanto al manejo de los posts, es explicado anteriormente en la sección de planeación estratégica de medios, por otro lado, como se mencionó, el diseño quedará basándose en el mismo manejo de color, tipografía y estilo ilustrativo.

Estilo gráfico

Un buen ejemplo de cómo guardar la unidad en una pieza de complemento como es la estrategia en redes sociales, es la referencia que se muestra a continuación. A pesar de tener una paleta de color muy variada, la diagramación y el uso tipográfico se mantiene de forma que se puedan percibir como un todo al momento de colgarlo en el perfil de la marca. Característica muy recalcada por Silva, Juan (2016) para la creación de material en redes sociales, como Facebook o Instagram, las cuales serán las elegidas para la implementación de la estrategia en cuestión.



Imagen 169. Posts de redes sociales. Fuente: goo.gl/NAOZzX



BOCETAJE
MANUAL Y
DIGITAL



BOCETAJE

Póster Festival Ixchel y
catálogo de artistas.

Introducción piezas de Festival Ixchel

Para la creación de bocetaje y búsqueda de propuesta preliminar para la imagen del nuevo Festival Ixchel y la reciente adición de un catálogo de artistas, se busca principalmente basarse en la imagen que se ha manejado anteriormente. La cual está caracterizada por el uso de una ilustración femenina, utilización de una paleta de color limitada pero utilizada estratégicamente a lo largo de la composición, además de una variada elección de fuentes tipográficas reunidas de manera armoniosa.

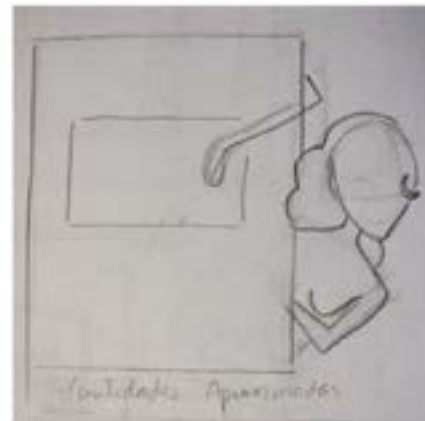
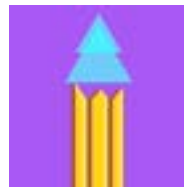
Teniendo lo anterior como base, además de las encuestas realizadas al grupo objetivo a modo de conocer sus preferencias en los estilos gráficos, colores y tipografías, sumando la investigación realizada en cuanto al manejo de los elementos anteriormente mencionados.

Así, en el proceso que se presenta a continuación se buscará transmitir el concepto “diversidad convergente” al lado del slogan del nuevo festival “de mi cosecha viene la siembra” ambos con connotaciones artísticas, incluyentes, creativas, culturales y de festejo. Sobresaltando a la figura femenina en diversas culturas, representando a la vez las diferentes ramas que contiene el festival a modo de mezclas de estilos ilustrativos como fotografía, estilo vectorial o hecho a mano. A lo que en la investigación realizada se le presento como “ilustración fusión”. A continuación el proceso.

Póster Festival Ixchel



principio de bocetaje



Para la propuesta de Póster de la futura promoción de Festival Ixchel se consideró una imagen diferente a lo normalmente propuesto para los pasados festivales, donde se utilizaba figura humana en su mayoría. A pesar de ello, la línea de la ilustración siempre ha sido muy orgánica y para la nueva imagen no será la excepción. Siempre teniendo en cuenta el concepto "diversidad convergente" lo anterior mencionado se aplica a él, además de la mezcla de estilos de ilustración que concretará el concepto.

Por lo cual, en el proceso de bocetaje evidenciamos la creación de ilustración basada en la diversidad de ramas artísticas con las que ha contado el Festival, además de la diversidad de por sí cuenta el país, yendo desde mestizos, indígenas, xincas, etc.



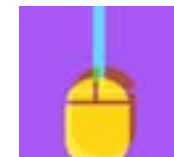
El póster además responde con el slogan propuesto del festival “de mi cosecha viene la siembra” haciendo inclinación a los elementos de naturaleza utilizados, cómo el manejo de los personajes que dan la impresión de emerger del cuadro ilustrado delante de ellas.

inicio de póster, boceto escogido

elección inclinada



elección horizontal



Buscando la mezcla de estilos, no solo en la ilustración sino también en la tipografía, inspirándose por el movimiento de estilo internacional suizo, al utilizar la letra en diagonales o a hacerla la viva protagonista de toda la gráfica.

propuesta preliminar



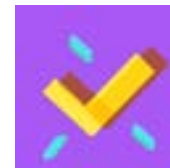
propuesta preliminar



El uso tipográfico y su elección fueron decisiones vitales para la diagramación de la pieza, ya que es la que le dará paso a las demás, buscando la legibilidad y la unidad con pósters pasados del festival. Al final, se llega a una elección tipo manuscrito, complementado con la tipografía normalmente usada por el festival.



póster final



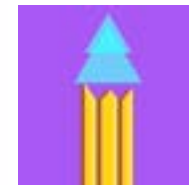
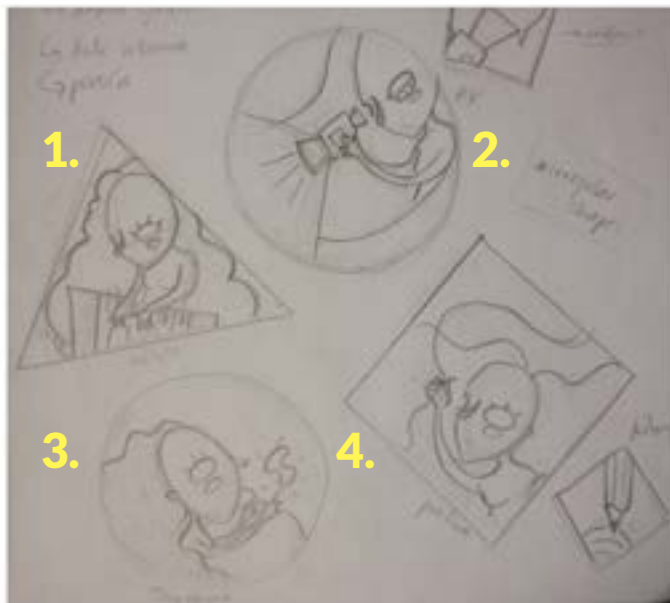
Como propuesta final se eligió la mezcla de estilos ilustrativos, texturas y vectores a modo de crear la ilustración fusión que se buscaba, apoyados por una gráfica orgánica y desarrollo de personajes que se apoyan principalmente del concepto “diversidad convergente” en cuanto a mezclar estilos y formas y la temática general del festival “de mi cosecha viene la siembra” cuya relación se expuso anteriormente. Los colores utilizados se eligieron principalmente gracias a las respuestas obtenidas del grupo objetivo y el análisis de piezas previas a la actual, creando unidad con los demás festivales, la tipografía se mantiene, pero se innova en cuanto al estilo gráfico.

Introducción

En cuanto a la realización del catálogo de artistas, se utiliza la imagen del póster anteriormente planteado para crear la imagen general de esta pieza, ya que esta saldrá inmediatamente después que culmine el VIII Festival Ixchel, por lo que se necesita que el grupo objetivo relacione ambas piezas a modo de crear una identidad visual. Por otro lado, se buscará proponer una imagen complementaria que le de sus propias características al material, haciéndolo único y estableciendo un parámetro para otros posibles catálogos que el cliente quiera realizar.

Para dicha pieza se busca recurrir más al estilo vectorial en las páginas interiores, haciendo ameno el texto sin opacar mucho a la información, que es la importante. Así también, se propondrán medios gráficos que faciliten la ubicación de diferentes ramas con las que el festival cuenta.

Íconos catálogo de artistas



1. Música, 2. Audiovisuales, 3. Escultura, 4. Pintura, 5. Poesía, 6. Homenajes, 7. Fotografía, 8. Instalación, 9. Teatro, 10. Diseño Gráfico, 11. Arte Urbano

Para el directorio de artistas, se vio la necesidad de crear una iconografía que identificará a cada rama artística de las existentes de cada festival. También con el fin de hacer el contenido más accesible, siguiendo la línea gráfica propuesta por el póster del próximo Festival Ixchel. Debido a que este directorio está destinado a presentarse al público después del último festival.

propuesta final

1.



2.



3.



4.



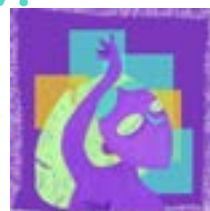
5.



6.



7.



8.



9.



10.



11.



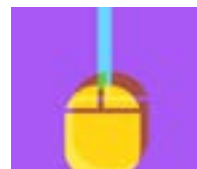
12.



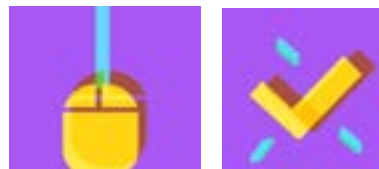
1. Escultura, 2. Audiovisuales, 3. Arte Urbano, 4. Teatro, 5. Pintura, 6. Poesía, 7. Danza, 8. Música, 9. Fotografía, 10. Homenajeadas, 11. Diseño Gráfico, 12. Música

Los iconos fueron creados con la misma mezcla de ilustración, textura y vector. Utilizando como máximo 3 colores de modo que conserve la unidad y sirva como un medio de guía para encontrar la información.

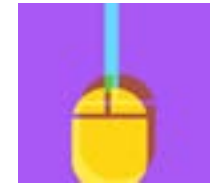
Se utilizaron figuras geométricas para cada ícono representando la mezcla de estilos ilustrativos.



Portada y contraportada, directorio de artistas



Misma utilización de portada que el arte para póster de Festival Ixchel, decisión explicada anteriormente. El diseño de la contraportada se basa en conservar unidad con los demás festivales donde el mismo estilo es utilizado a lo largo de todos los materiales creados por el festival, al igual que el uso de acrónimo FI al final de la pieza. Los colores del texto se modifican para ser más notorios por ser una pieza editorial a la cual se recurrirá constantemente.



páginas de respeto, propuesta preliminar



índice, propuesta preliminar

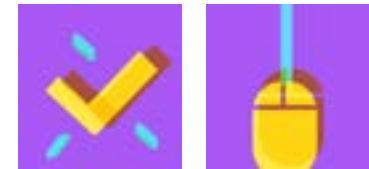
En cuanto a las páginas de respeto se utilizó el mismo fondo propuesto para el póster del festival, el cual consta de líneas orgánicas verticales que responden a la línea gráfica propuesta, la realización del índice se explicará a continuación.



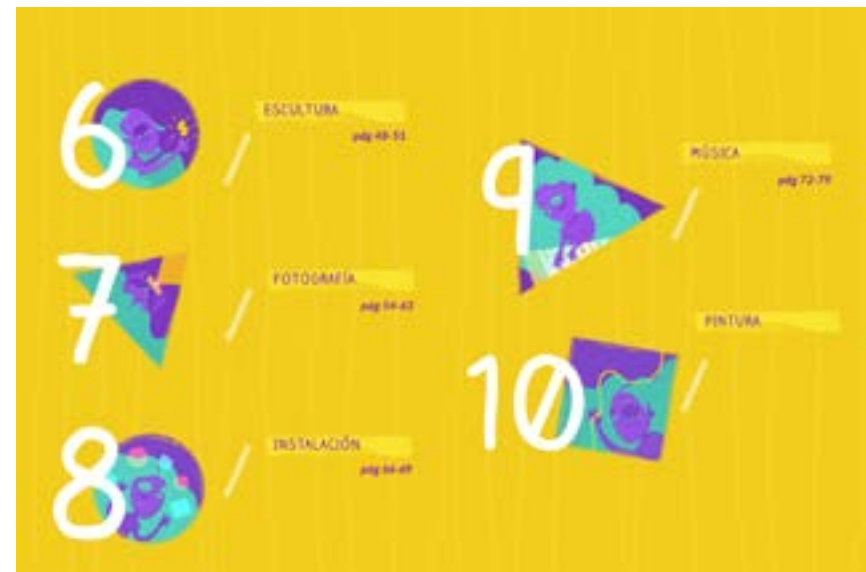
índice, propuesta preliminar



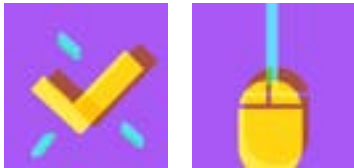
Se presentan dos versiones del índice, ya que a lo largo de la creación del material se fueron sumando ramas, las cuales requerían de un espacio como los demás.



índice, propuesta final



Por ello se decide alternar la diagramación en los últimos números, yendo con 2 íconos en vez de 3 y se añade una página de bienvenida que explica un poco sobre la labor de Na'ik Madera con Festival Ixchel, dando paso a una idea de lo que se encontrará en el interior. El tamaño de los números en la composición es de gran ayuda para visualizar mejor cada área y sirve de apoyo para el uso de los íconos.



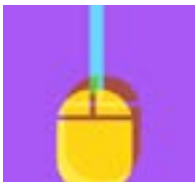
Para la creación del índice, los íconos son de gran utilidad, ya que estos mismos formarán parte de las portadillas de cada rama, donde cada ícono será usado. Por lo cual en este apartado funcionan como una guía para el lector, la diagramación por otro lado, se basa en ejes bastantes claros, fáciles de leer que no son cansados para la lectura, con un manejo de espacio funcional para llevar al ojo a través de la composición.

índice, propuesta final

Páginas de presentación



propuesta preliminar

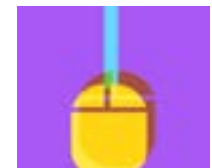


La diagramación presentada buscaba una gráfica que fuera de la mano con lo anteriormente creado, desafortunadamente se queda en un boceto por que dicha unidad es muy baja. Sin embargo, la utilización de una frase introductoria y la presentación del directorio en sí, son utilizados en otras páginas que fueron ejecutadas de mejor manera.

Para la siguiente diagramación, la cual cuenta con un mejor manejo de unidad, basándose en los elementos anteriormente propuestos en el póster del festival, se utiliza de forma dinámica, correspondiendo a la necesidad de informar al usuario sobre su contenido. Proponiendo las ramas que se encontrarán y los años que abarca el catálogo de artistas. Se manejan espacios y jerarquías de manera que se le indique al lector donde ver.



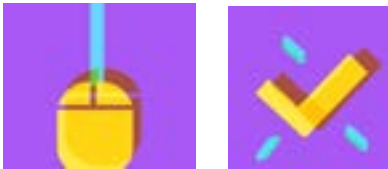
propuesta preliminar



Portadillas



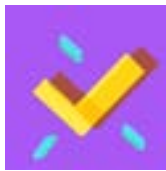
propuesta final



A modo de introducción, para las portadillas en general se utilizó cada iconografía correspondiente a cada rama, apoyándose de un patrón del mismo que complementará el diseño y le añadirá atractivo, utilizando diferentes medios de composición valiéndose del concepto “diversidad convergente”, que transmite variedad. Así también cada portadilla cuenta con un arreglo tipográfico que guarda unidad al utilizar la tipografía oficial de Festival Ixchel llamada “Blitz” complementando con otra propia al diseño del festival en cuestión llamada “Claire Hand”. Se apoyan con el uso de viñetas en color amarillo que distingue del color morado de cada portadilla, con estilo handmade, contrastando con el uso de ilustración vectorial.

Y siendo específicos, la creación del ícono para homenajes son en denotación 3 pares de manos que aplauden y en connotación buscan transmitir el sentimiento de admiración al compararlo con un acto común que se realiza al felicitar a alguien.

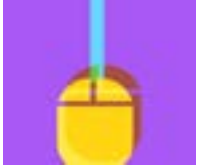
El uso de figuras geométricas y vectores de naturaleza son utilizados a manera de crear unidad con el resto del contenido.



propuesta final



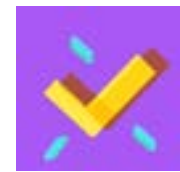
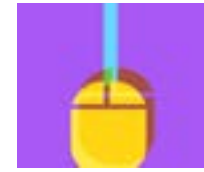
propuesta final



propuesta final



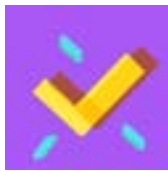
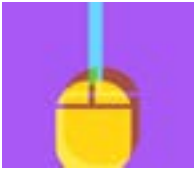
propuesta final



propuesta final



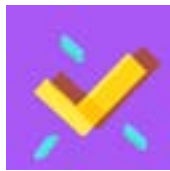
propuesta final



propuesta final



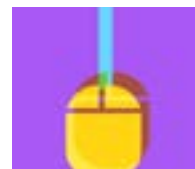
propuesta final



propuesta final

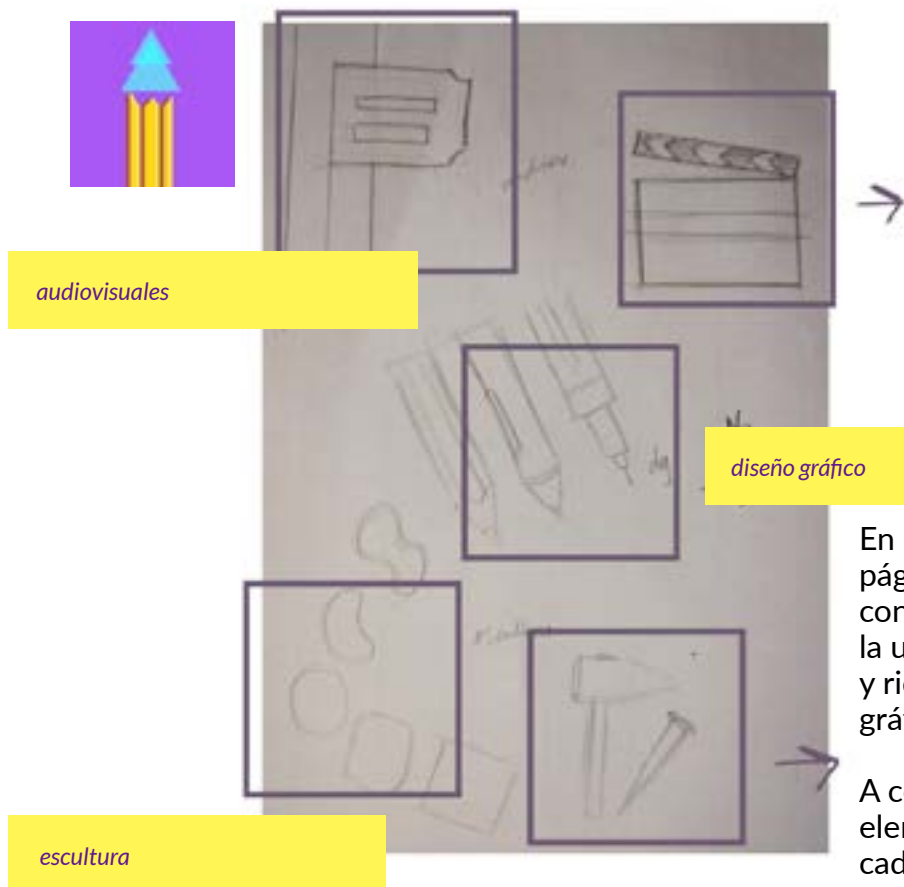


propuesta final



propuesta final

Ilustración catálogo de artistas



En concordancia con todo lo anteriormente creado, las páginas interiores del directorio de artistas buscan seguir con la misma gráfica y mezcla propuesta. Con la diferencia de la utilización de más vector y opacidad para crear diversidad y riqueza ilustrativa. Proponiendo diferentes elementos y/o gráficas de acuerdo con la rama a la que pertenecen.

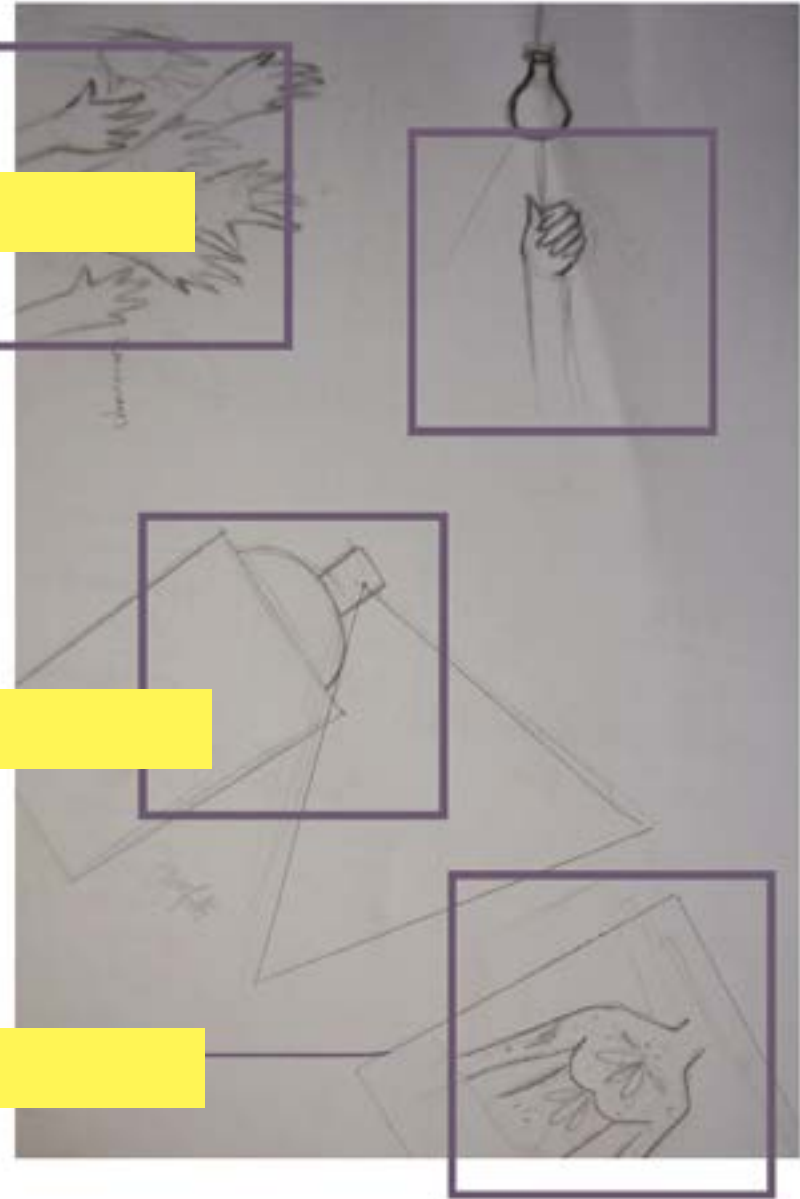
A continuación se presenta el bocetaje requerido de cada elemento y más adelante se explicará el por qué de cada uno.

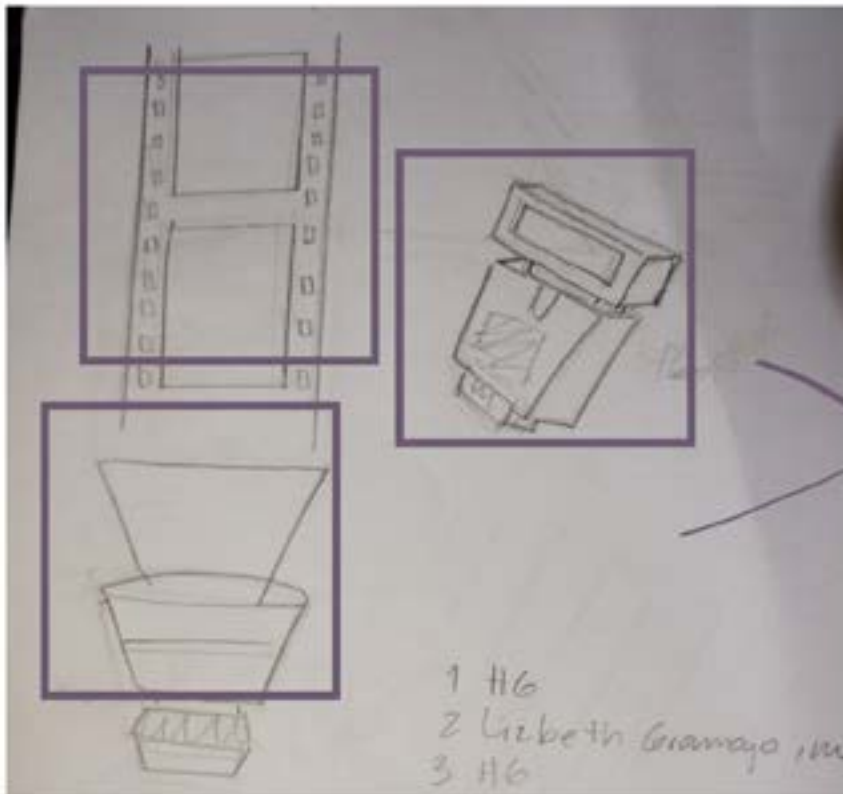
homenajeadas



arte urbano

arte urbano

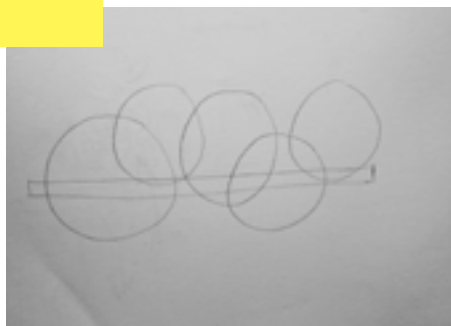




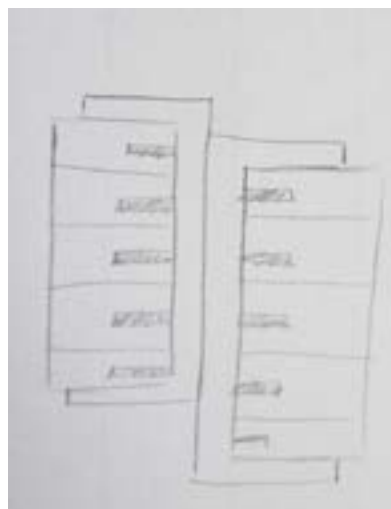
fotografía

Todas las ilustraciones están construidas con una base geométrica, conservando el concepto "diversidad convergente" a modo de crear variedad, también se basará su diseño en el uso de color y forma, creando unidad visual.

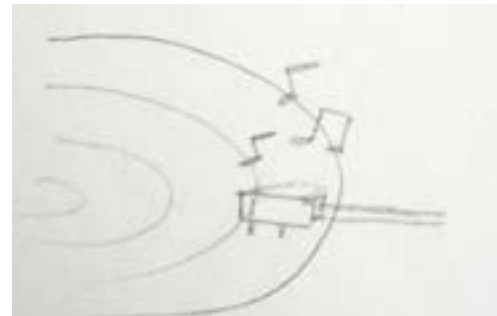
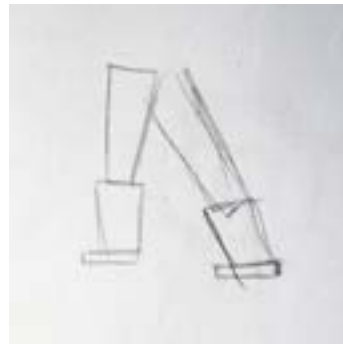
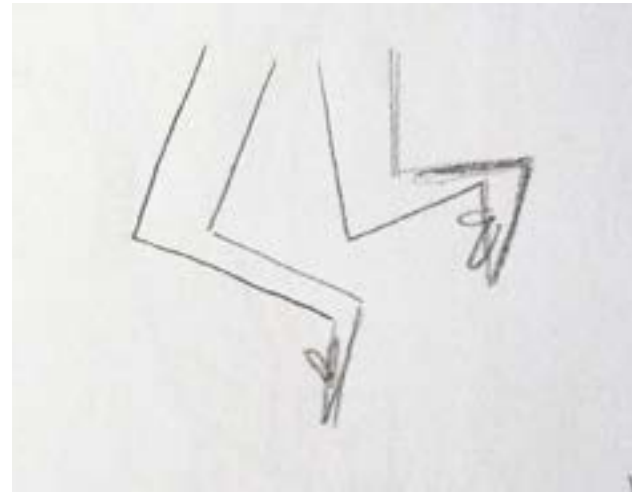
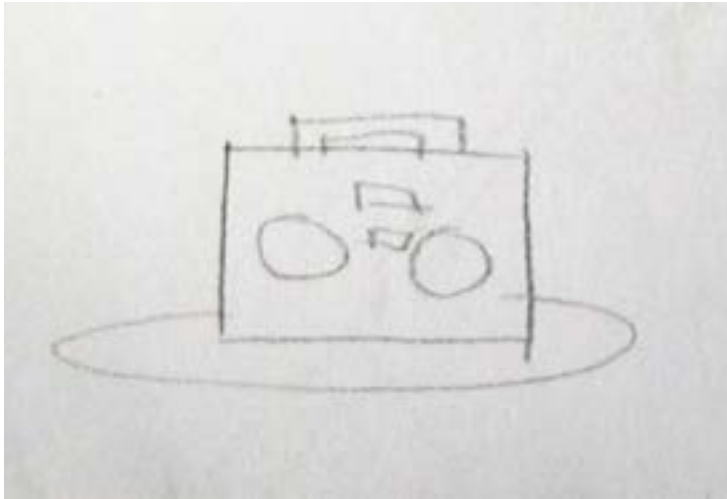
instalación



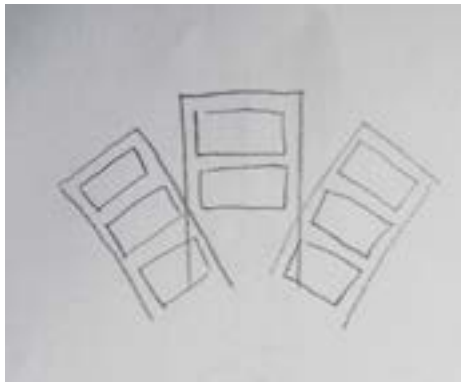
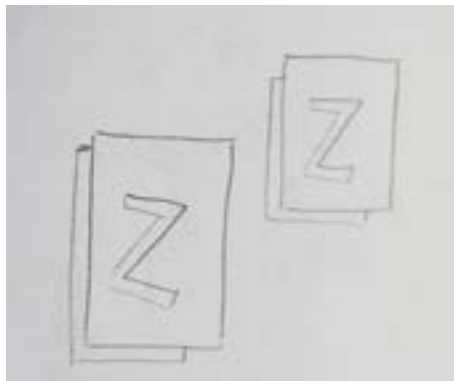
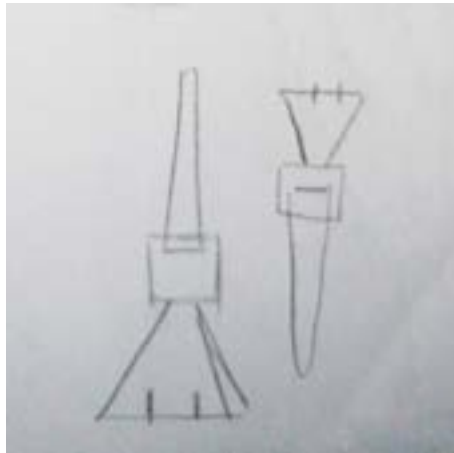
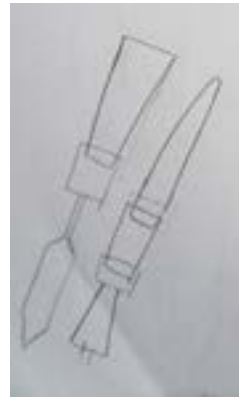
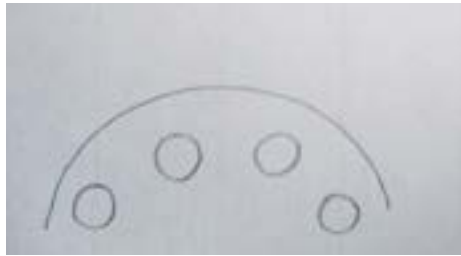
música



música

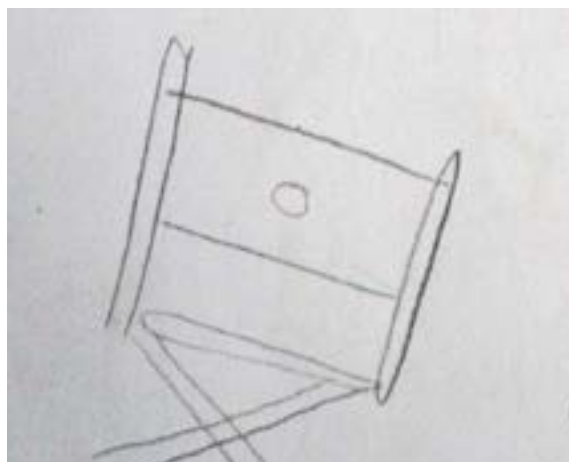


danza

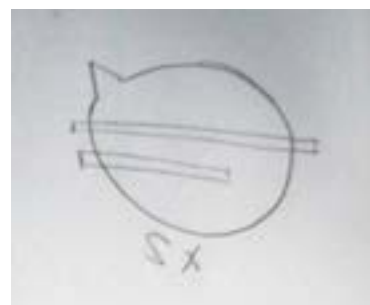


pintura

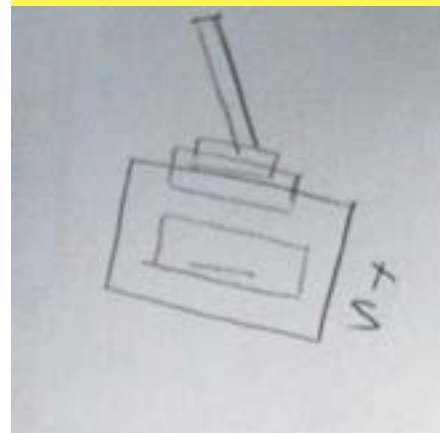
En toda la creación de las diferentes ilustraciones se busca un alto grado de abstracción, dejando cada elemento a proponer con sus características más esenciales, de forma que la lectura pueda ser fácil y la gráfica funcione como complemento no como protagonista.



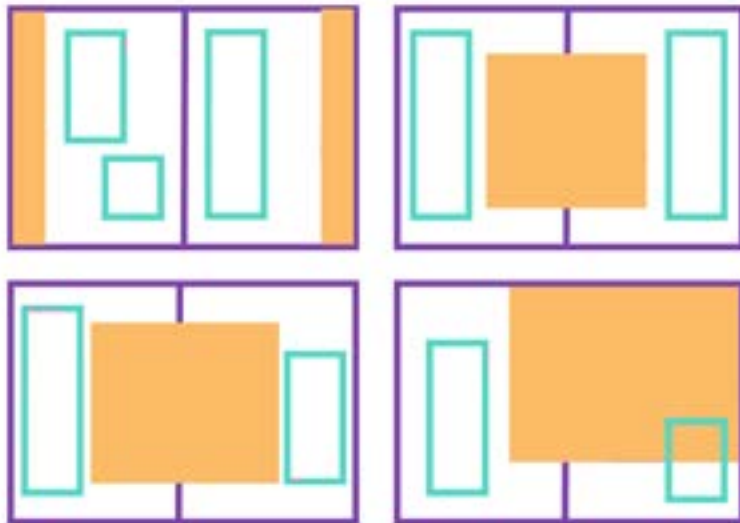
teatro



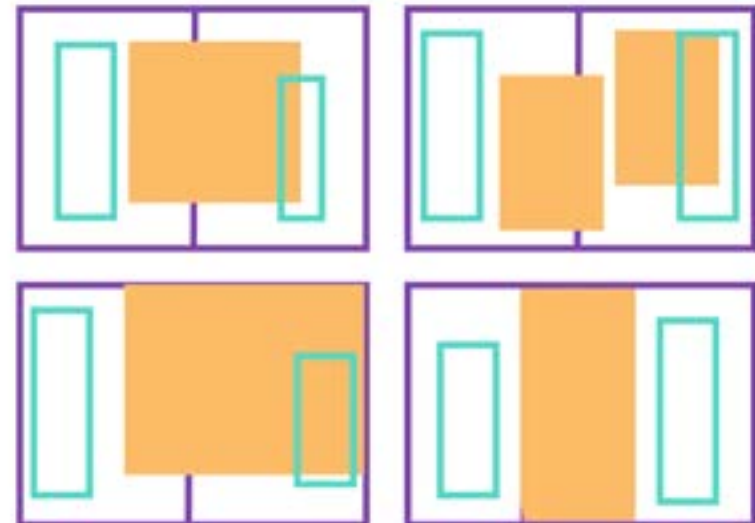
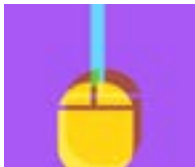
poesía



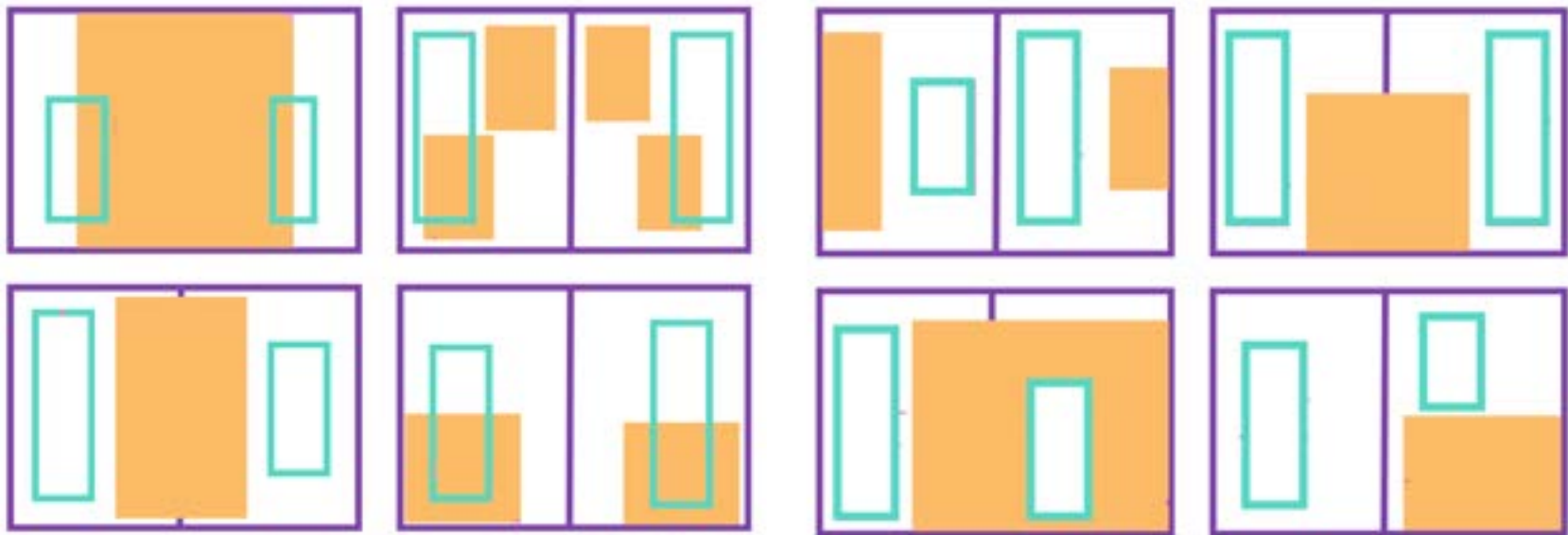
Páginas interiores



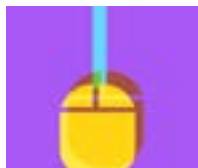
propuesta preliminar



La diagramación busca satisfacer la necesidad de información del lector, pero teniendo en cuenta el atractivo visual que se viene proponiendo a lo largo de todo el material. Por ello, los ejes son simples pero dinámicos que la ilustración complementará.



propuesta preliminar

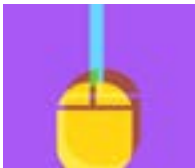


Para la diagramación del material se proponen una serie de “guía” para poder mantener la unidad en la diagramación a lo largo del documento, proponiendo un tamaño mayor a la ilustración, complementando de esta manera al texto en cuestión.

Páginas interiores, propuesta digital



propuesta preliminar



Como se explicó anteriormente, se crearon elementos o ilustraciones para representar cada rama, siendo estos altamente representativos de cada una, de modo que el grupo objetivo pueda entenderlos y sentirse identificado.

Sección de homenajeadas, basado en un ojo abierto y cerrado por la recepción de información y admiración refiriéndose al concepto "homenaje". Dicha ilustración queda solamente como un preliminar ya que el manejo de color e ilustración no responde a lo que se busca lograr con la gráfica. En el apartado de validación se propone una nueva ilustración.

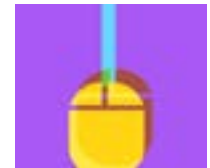
Arte urbano



Para las ilustraciones de arte urbano se crean dos grandes representaciones gráficas: latas de aerosol y un cuerpo que simula contener tatuajes o estar pintado, esto último por que el festival también cuenta con un sub-rama de bodypaint.



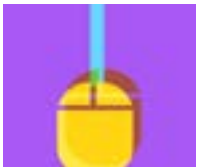
propuesta preliminar



Audiovisuales



propuesta preliminar



En la sección de audiovisuales se utilizaron medios tales como tickets de cine y claquetas, elementos recurrentes en la rama. Diagramados de forma que jueguen con el texto en la composición.

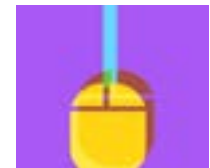
Danza



Para danza se hicieron abstracciones de elementos como corcheas, radios, toca discos y piernas ilustradas de forma que transmitieran movimiento, elementos que son asimilados con el arte de bailar.



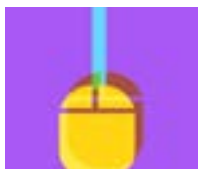
propuesta preliminar



Danza



propuesta preliminar



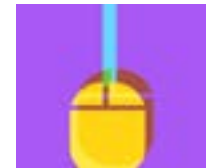
Diseño gráfico



En el campo del diseño, es común el uso de figuras geométricas para crear personajes, composiciones, etc., por ello fueron una elección a modo de representación. Además de tres elementos, muy usados también, como el lápiz, el pen digital y rapidografo.



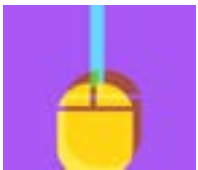
propuesta preliminar



Escultura

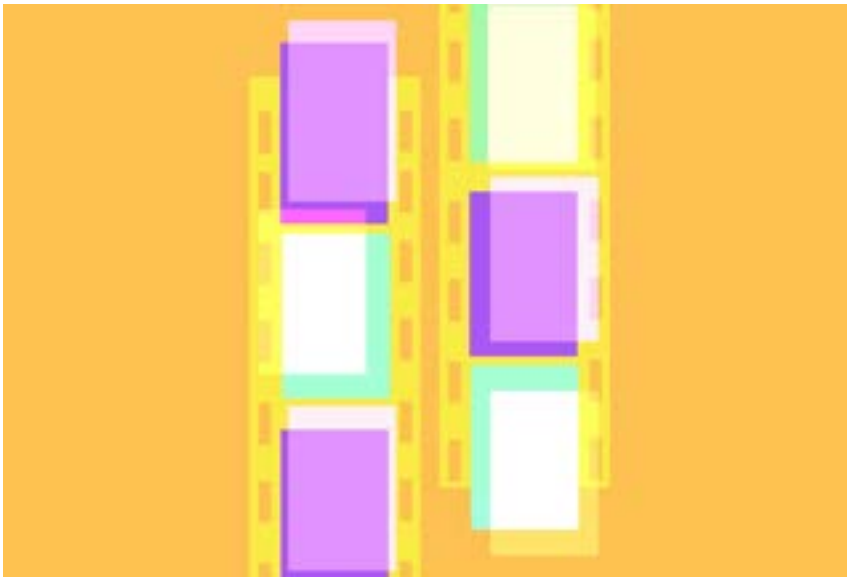


propuesta preliminar



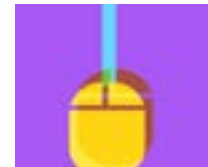
Otro campo que se vale de figuras geométricas base para darle paso a figuras más elaboradas, por ello, también se utilizó para la representación. Así como materiales comunes para esculpir.

Fotografía

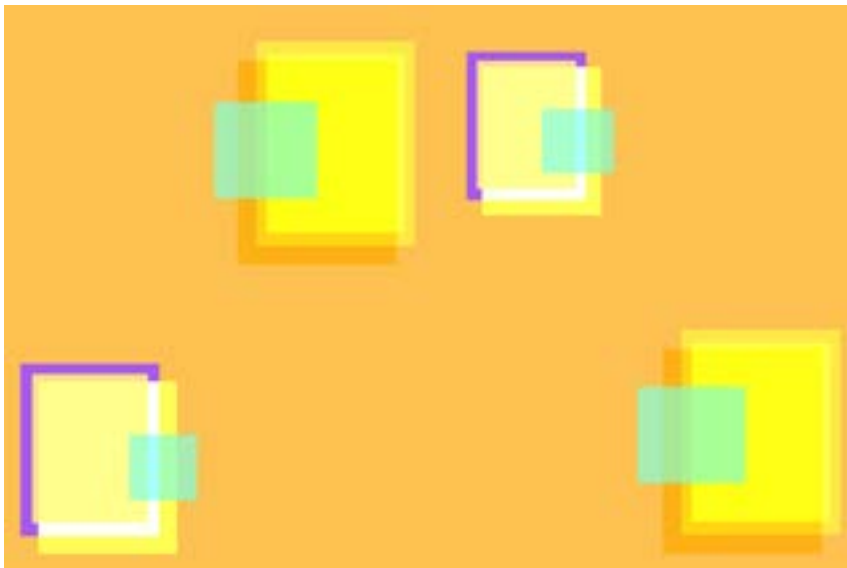


Debido al largo contenido de la rama, se buscaron diferentes elementos como rollos fotográficos, lentes de cámara, abstracciones de fotografías, cámaras y los famosos “softbox” utilizados para brindar luz en sesiones fotográficas.

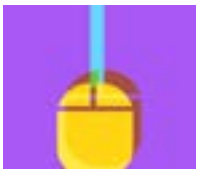
propuesta preliminar



Fotografía



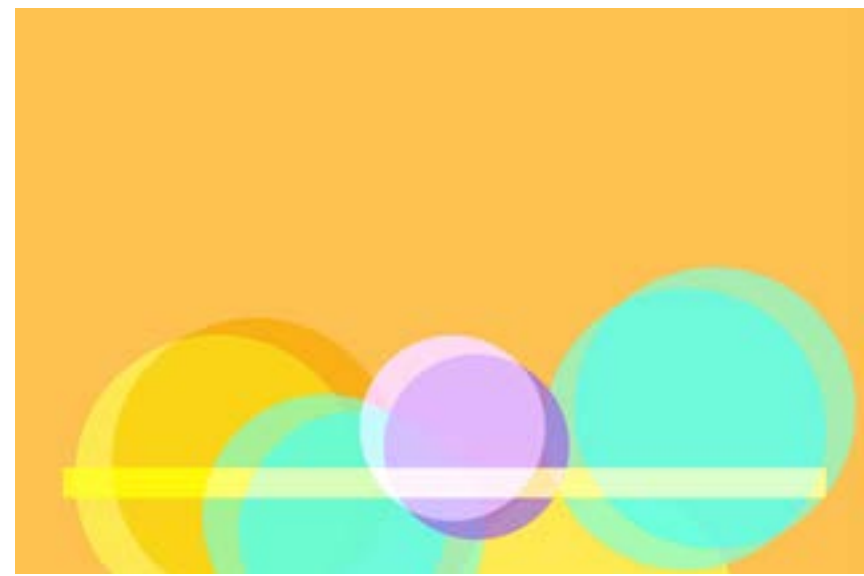
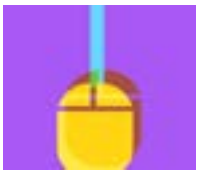
propuesta preliminar



Instalación

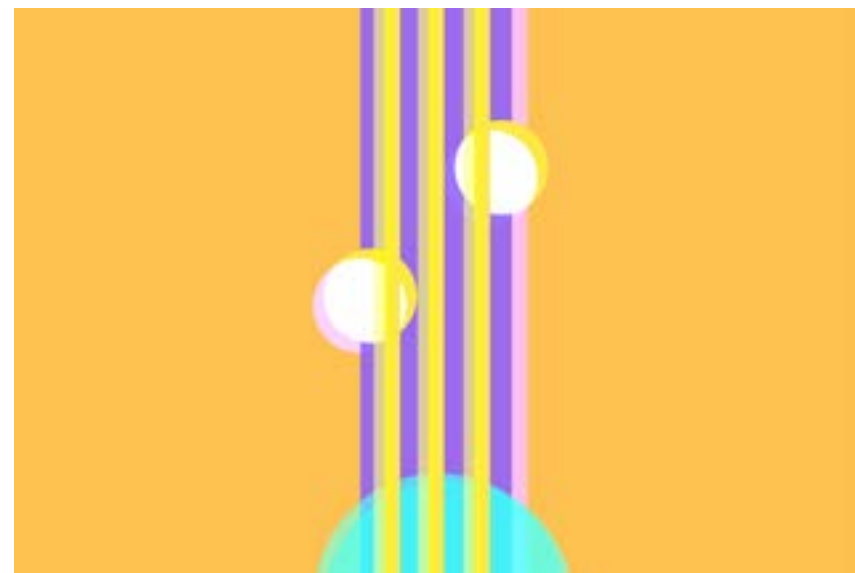
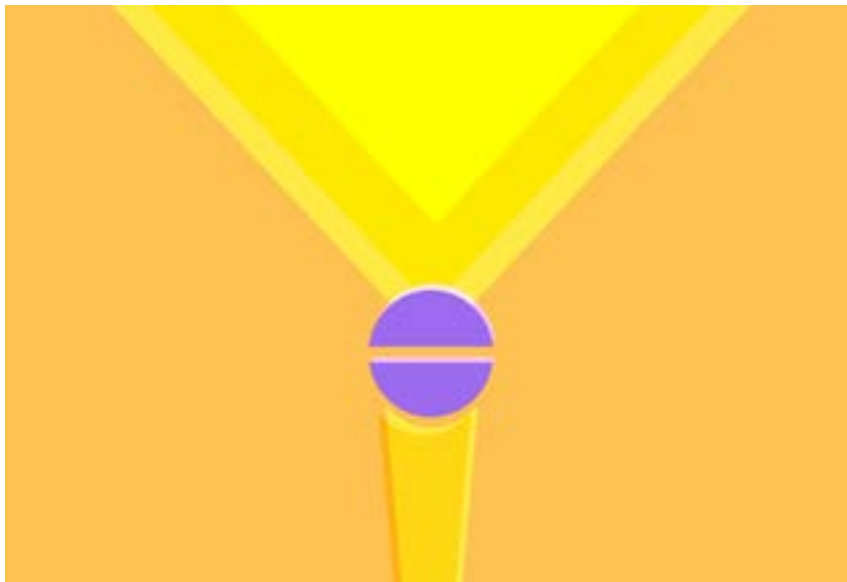


propuesta preliminar



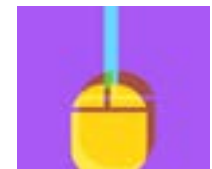
Representación con figuras geométricas también, a manera de indicar evoluciones en la creación de una composición en el arte de la instalación.

Música



Uso de diferentes abstracciones de objetos, tales como micrófono, piano, guitarra y Lp's. Todos objetos muy representativos de la rama en cuestión.

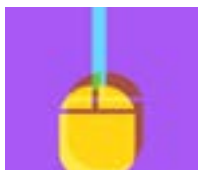
propuesta preliminar



Música



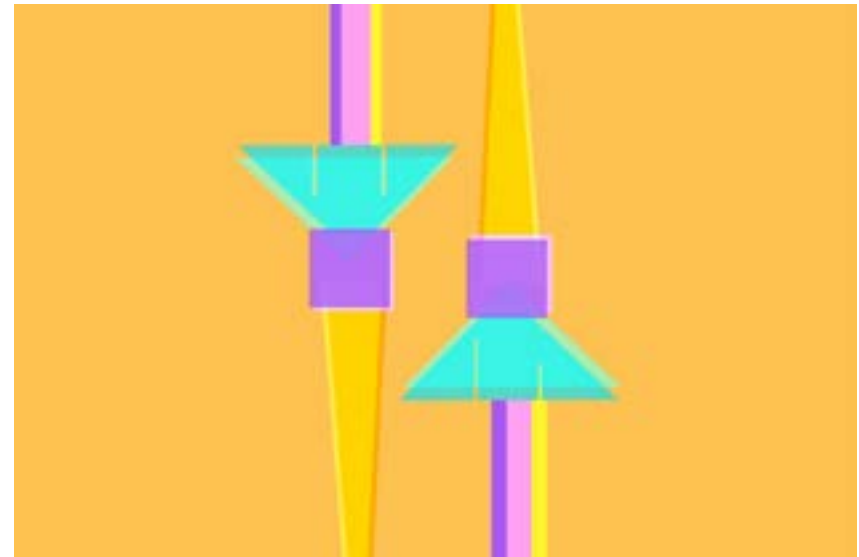
propuesta preliminar



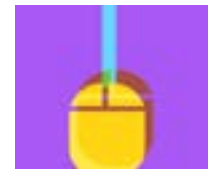
Pintura



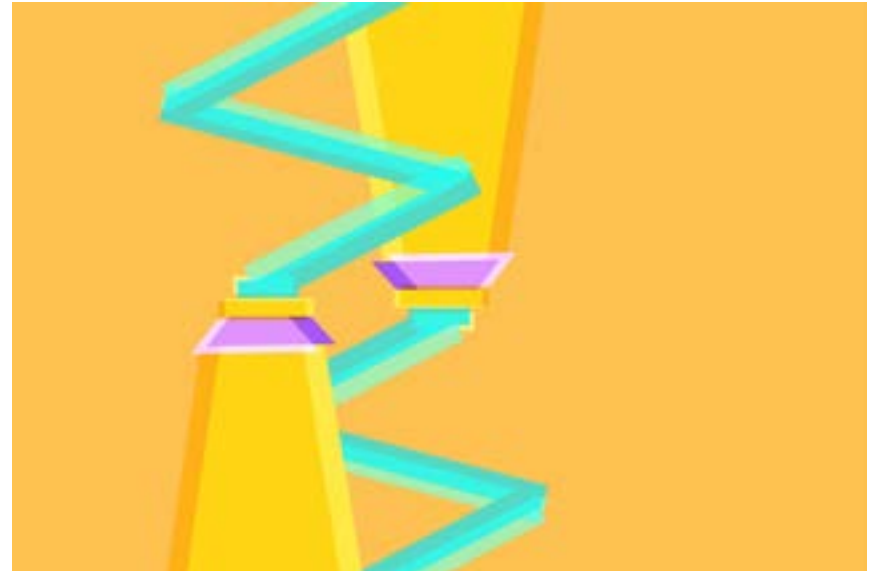
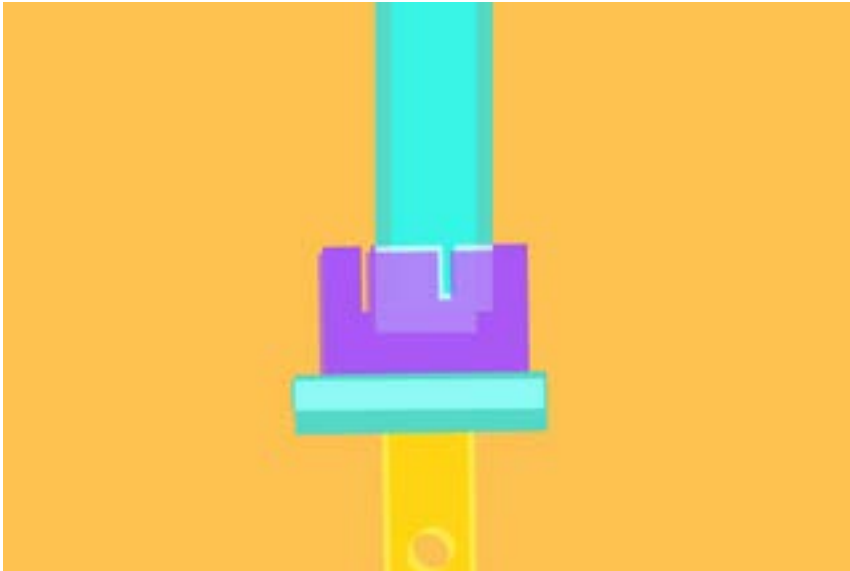
Rama bastante extensa, se utilizaron objetos como brocha, pintura, tubos de pintura, paletas de color, abstracción de un canvas, espátula y pinceles. También representativos de la rama.



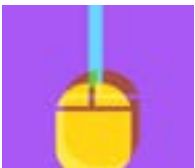
propuesta preliminar



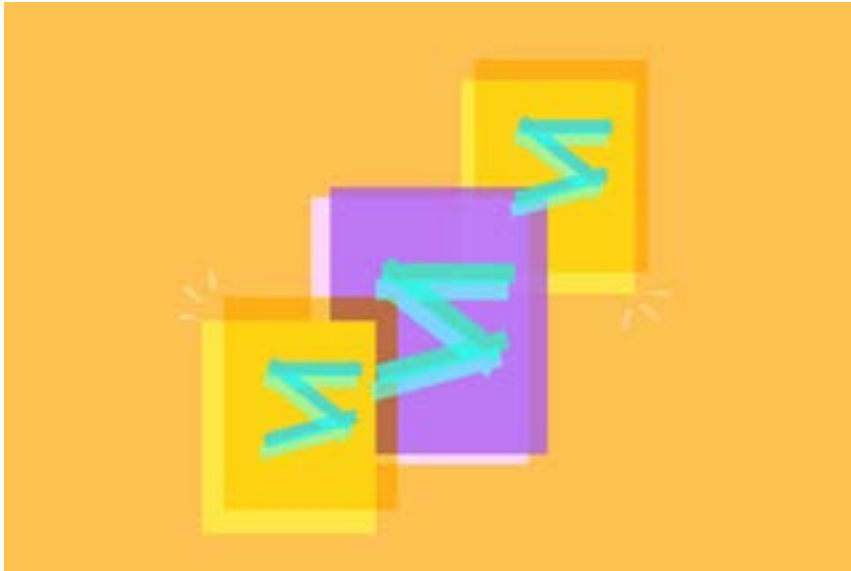
Pintura



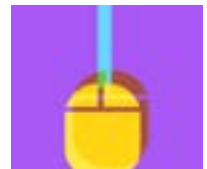
propuesta preliminar



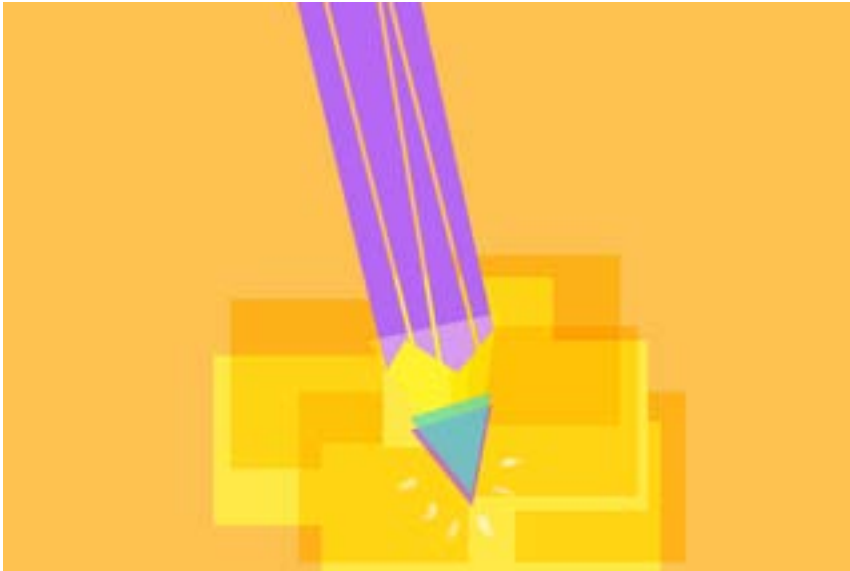
Pintura



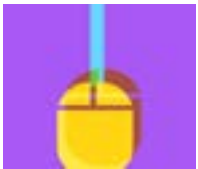
propuesta preliminar



Poesía

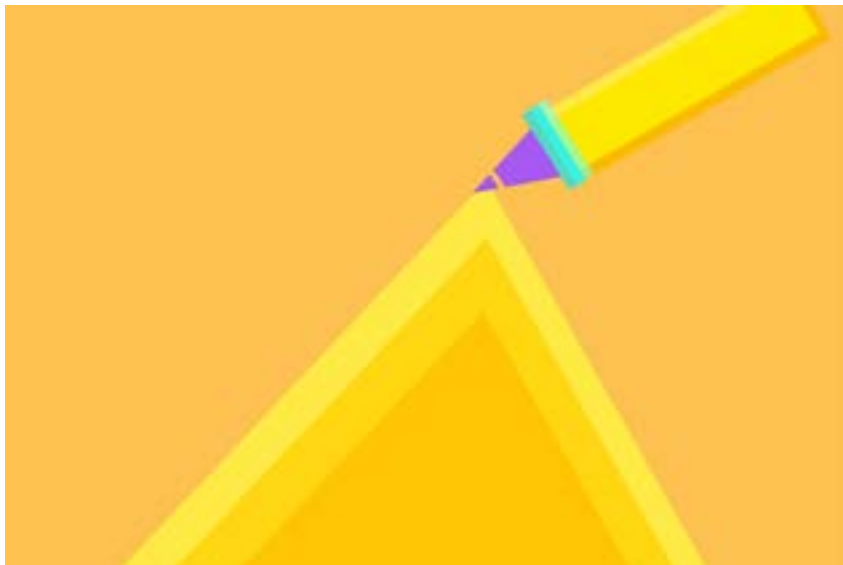


propuesta preliminar

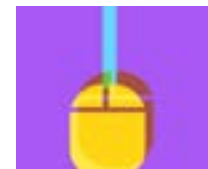


Una rama con bastante contenido también, se utilizaron objetos normalmente relacionados con el arte, tales como tinta, lápiz, pluma y globos de diálogo.

Poesía



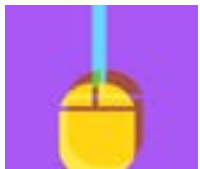
propuesta preliminar



Poesía



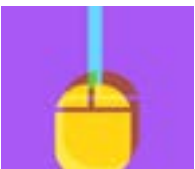
propuesta preliminar



Teatro



propuesta preliminar



Aprovechando los diferentes elementos que se le relacionan, como sillas de director y la muy común representación utilizada también en la iconografía de la rama, las caras que representan la actuación.



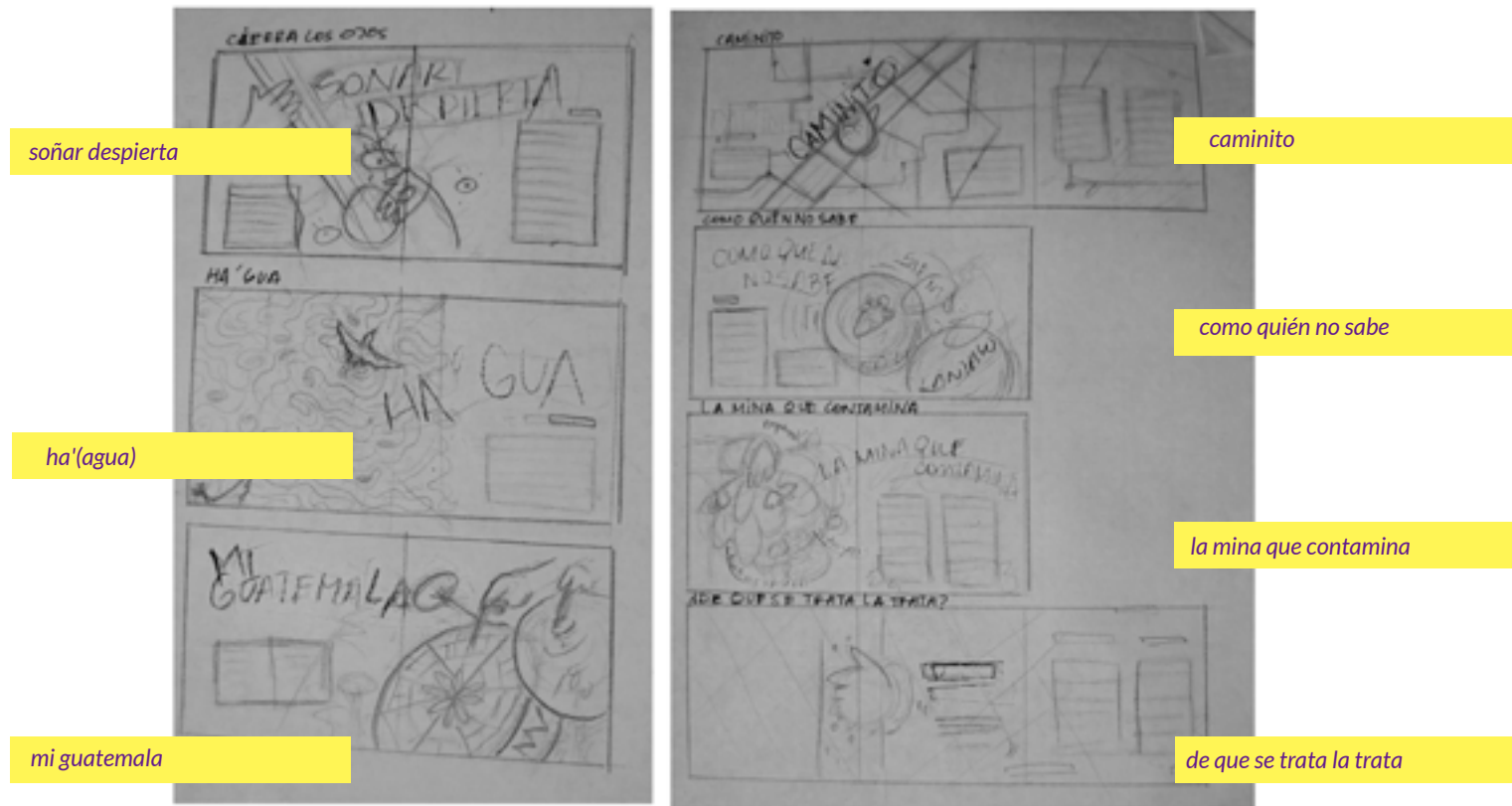
BOCETAJE

MATERIAL DISCOGRÁFICO

Introducción a material discográfico

Para el bocetaje de material discográfico y la concepción de la gráfica en sí, se basó enteramente completamente en lo que el concepto “diversidad convergente” busca transmitir. La aceptación de diferentes artistas, razas y ramas, con una apreciación a la variedad, lo orgánico y lo artístico que no repara en clases sociales o edades. Por ello, converge entre sí, es decir, tiene un punto de encuentro o lo crea, al tener tantos medios por los cuales expresarse. Así, se busca crear una gráfica que represente la capacidad artística y lo libre que la misma es, proponiendo trazos orgánicos mezclándolo con lo real de la fotografía, respondiendo a la línea gráfica general de una ilustración fusión.

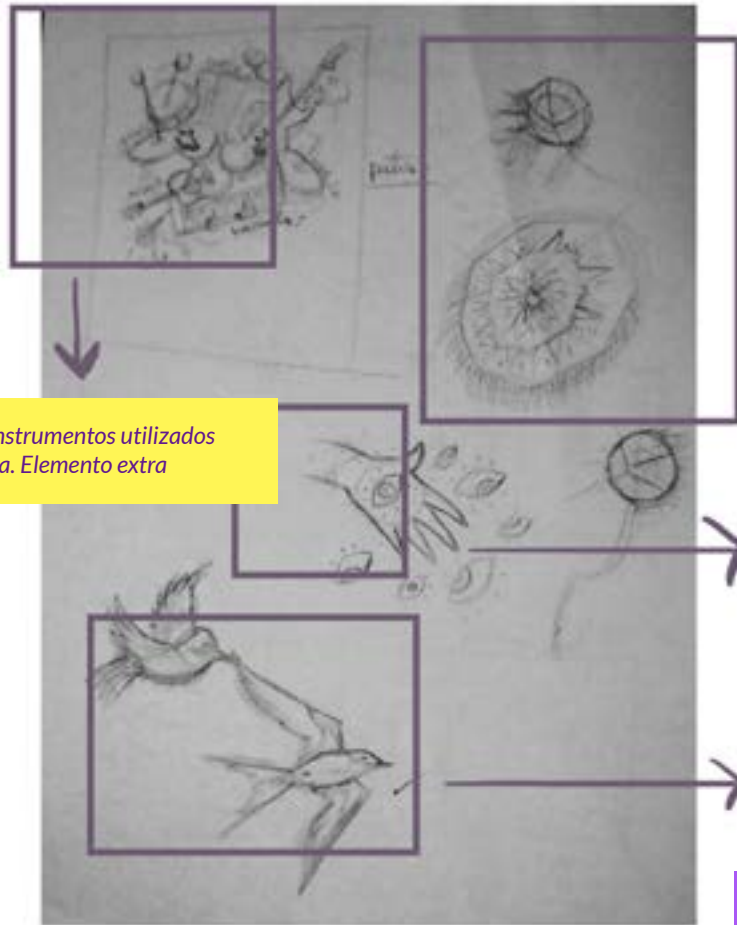
Páginas interiores



Para el concepto general del material discográfico, se escoge un estilo bastante orgánico utilizando en este caso una mezcla de fotografía e ilustración (ilustración fusión) el cual buscará utilizar fotografías espontáneas de las artistas cantando y tocando sus instrumentos, a modo de crear analogías usando la ilustración para representar cada canción.



Ilustraciones



patrón de instrumentos utilizados por la banda. Elemento extra

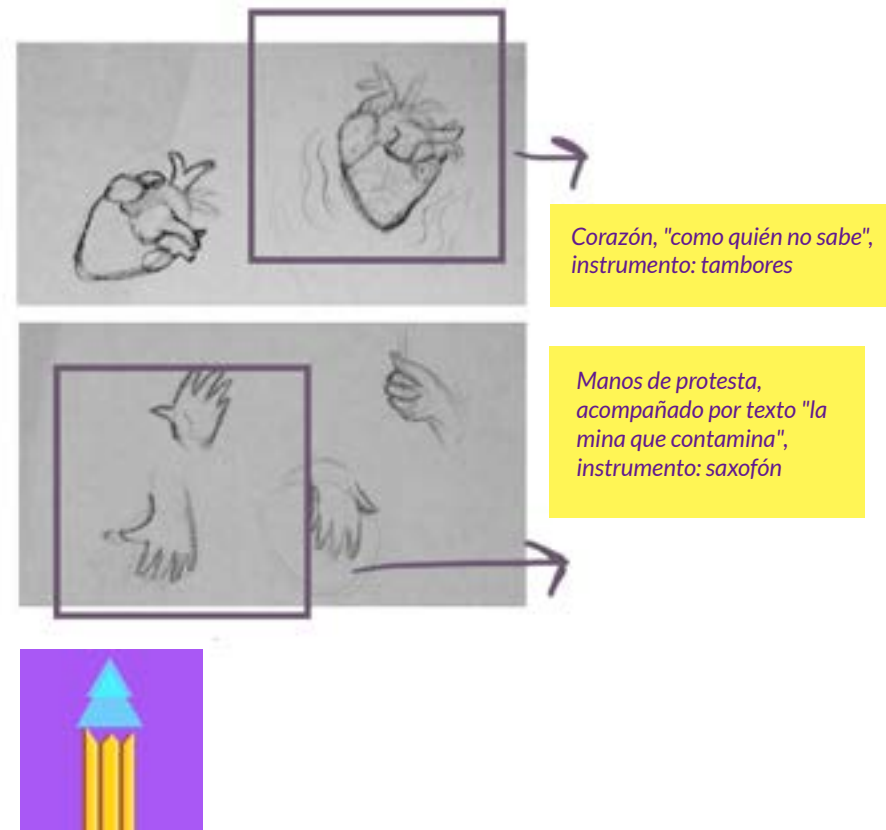
barriletes, "mi guatemala",
instrumento a utilizar: tambores

ilustración de ojos, "soñar despierta",
instrumento: guitarra

aves, "ha' (agua)"
instrumento: acordeón



Como se explica anteriormente, la fotografía servirá como punto de partida para crear las ilustraciones, que responderán a lo que connote la música y su letra. Dichas ilustraciones buscan satisfacer una necesidad gráfica visual con su forma y ejecución, apoyando al significado que se le quiera proporcionar a cada canción.



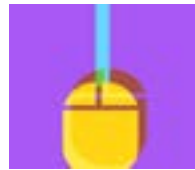


El estilo elegido para cada arte se basa en la unión de estilos ilustrativos, mezclando diferentes tipos de líneas y colores para enriquecer el diseño y además utilizando una letra manuscrita script, reforzando el concepto orgánico. Además, se refleja el concepto no solamente con la ilustración fusión y la utilización de tipografía serif con manuscrito.



*propuesta preliminar,
canción: soñar despierta*

propuesta preliminar,
canción: caminito

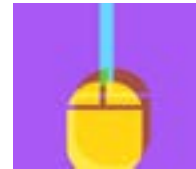


Se utilizaron líneas rectas y orgánicas, proponiendo un estilo de fotografía en blanco y negro que con ayuda del color se enfatizará su significado.





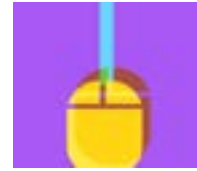
propuesta preliminar,
canción: como quien no sabe



El estilo utilizado va de la mano con las letras de las canciones, aprovechando el estilo alternativo de la banda en cuestión.



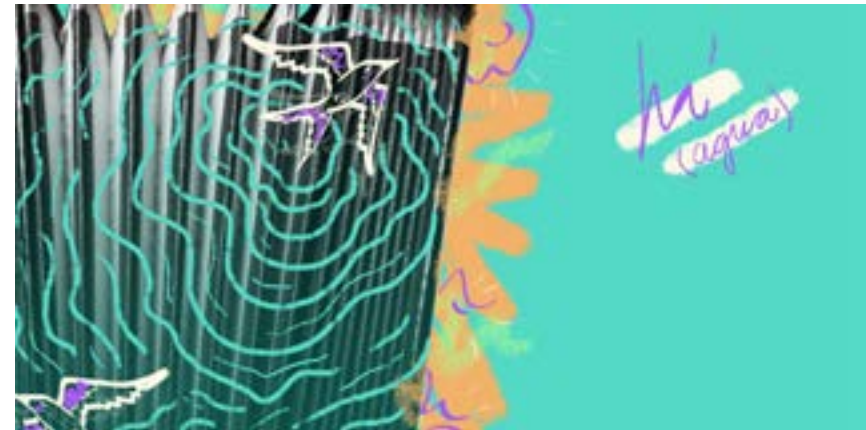
propuesta preliminar,
canción: la mina que contamina



propuesta preliminar,
canción: ha' (agua)



Así como se usó la ilustración, también se buscaron vertientes tales como la tipografía que apoya el concepto y sobretodo la canción con la que se cuenta.



Se aprovechan a la vez las diferentes texturas de los instrumentos para poder crear una textura nueva sobre esa misma, creando un nuevo mensaje apoyado por otras ilustraciones y color.

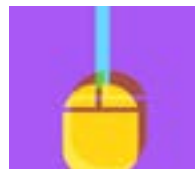


propuesta preliminar,
canción: Mi Guatemala

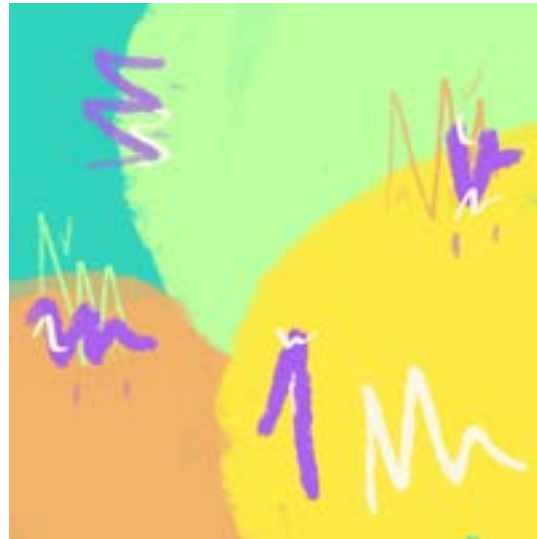
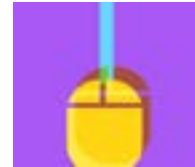


Otra forma en la que se ejecutó el estilo, es aprovechando la forma del instrumento elegido para poder proponer una forma parecida y crear una metáfora o analogía entre ellos.

propuesta preliminar,
canción: ¿de que se trata?

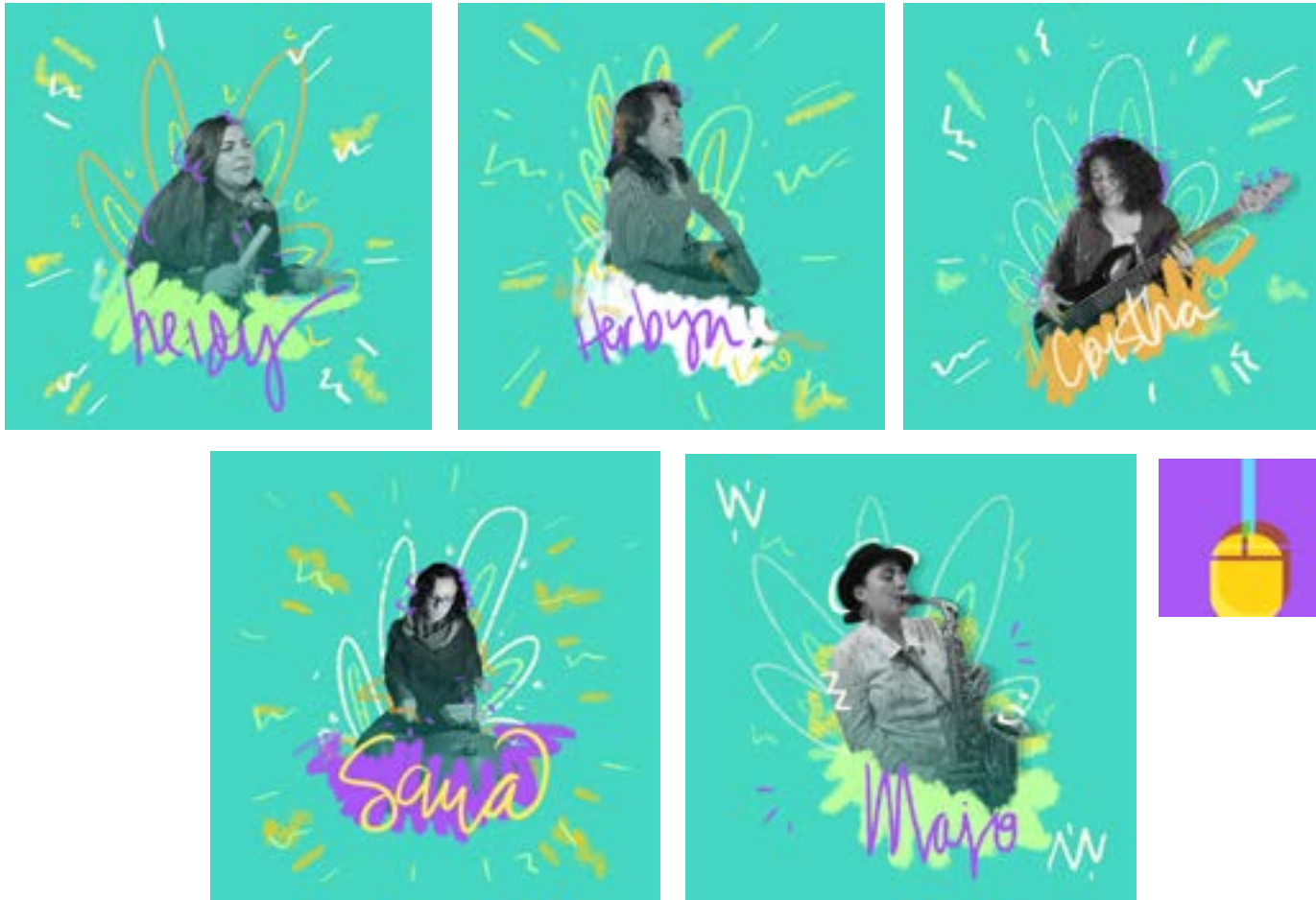


La utilización de las líneas y la posición del artista al tomar un instrumento también influye al momento de querer plasmar un mensaje. Siempre yendo de la mano del concepto creado, en una mezcla o convergencia evidente.



Además, se enumeraron los booklets para poder guiar al usuario a través del interior del disco, indicando la cantidad de booklets.

*propuesta preliminar,
portadas de booklet.*

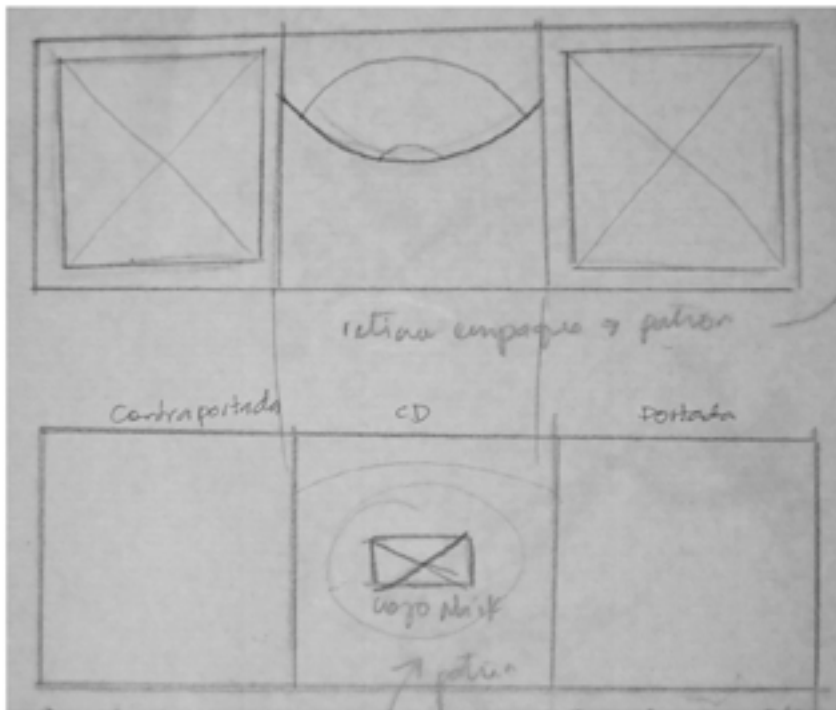


Como una gráfica extra, se propone la muestra de las artistas, cada una apareciendo dentro de la diagramación para poder crear dinamismo. Aprovechando tener presencia de las artistas en su material, creando un vínculo entre el artista y el oyente.

*propuesta preliminar,
páginas interiores, presentación de artistas*

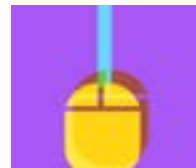
Portada y contraportada

utilización de un troquel de 3 caras, 2 destinadas para booklet y uno para CD

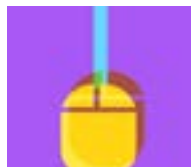
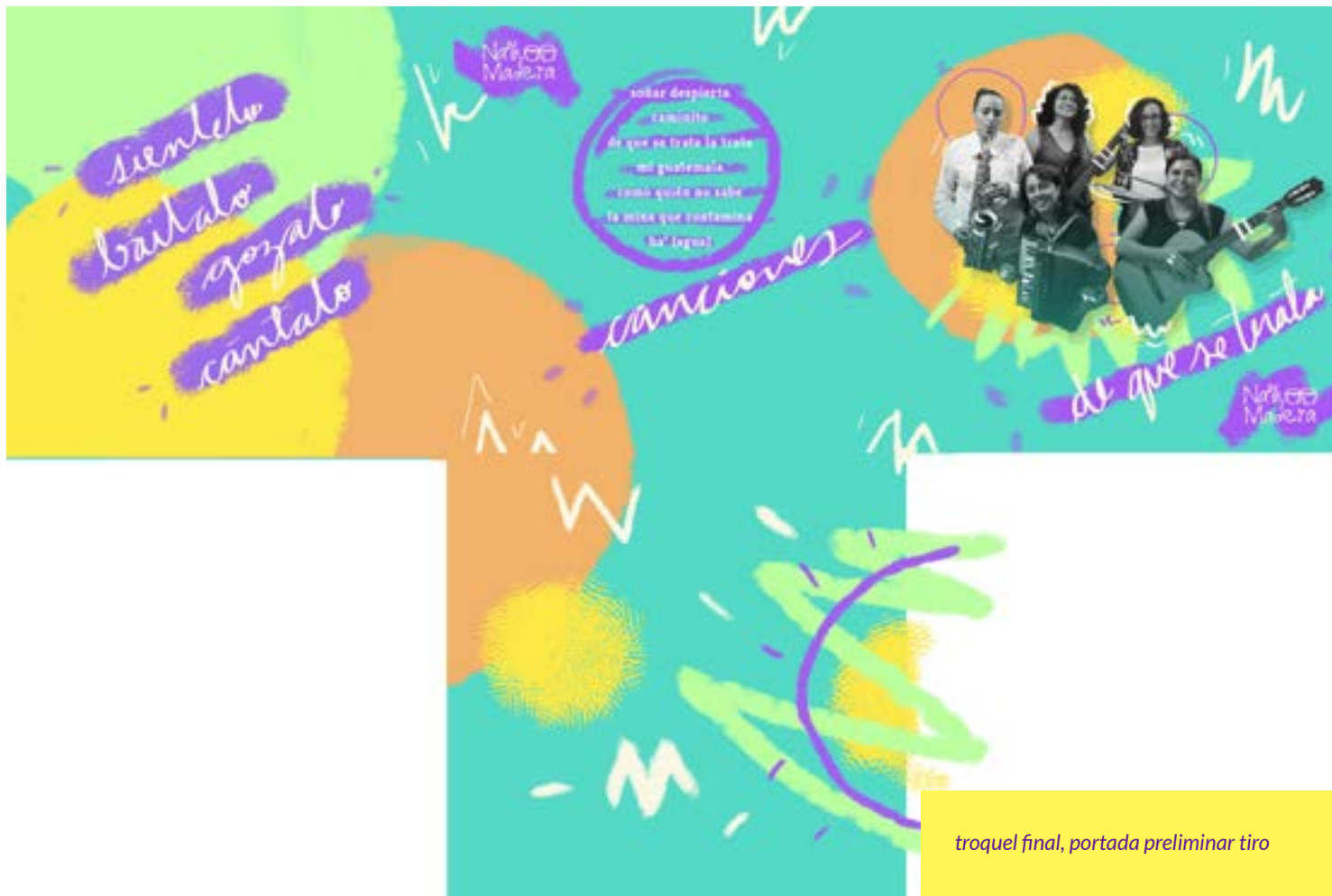


Para la propuesta del futuro empaque del material discográfico, se quiso proponer un formato diferente a lo que la banda está acostumbrada (material de 2 caras) a uno de 3 caras, donde da paso a tener más gráfica y un booklet adicional a lo que se acostumbra. Presentando de tal forma un material diferente pero dentro de lo funcional.

propuesta preliminar.
Portada de disco



Para la portada del material discográfico, como pedido de las artistas, se tomó una foto grupal, la cual tiene el mismo estilo gráfico que su contenido, dando paso a tener otros elementos gráficos exclusivos para todo aquello que no representará a una canción.



Así como la propuesta global, utilizando la ilustración fusión, proponiendo un retiro de color sólido, dándole énfasis a toda la gráfica.



BOCETAJE

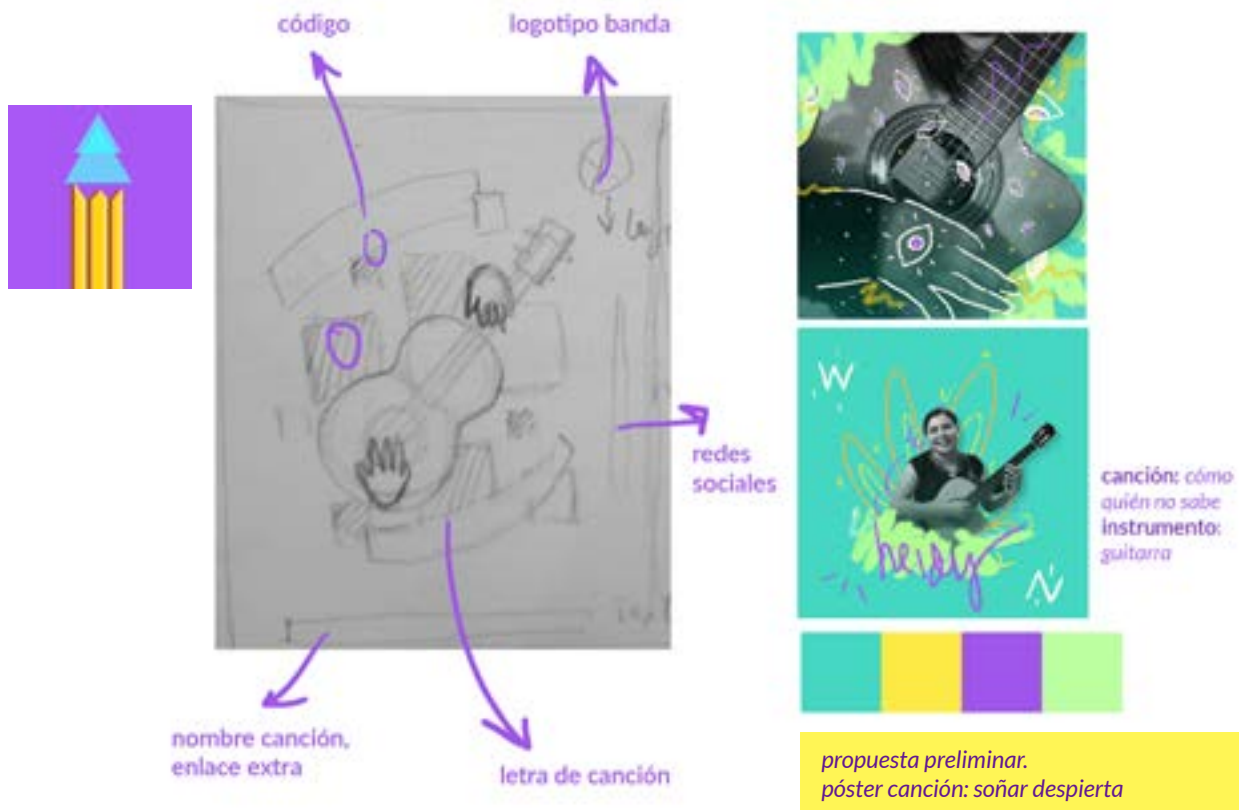
BTL Y ESTRATEGIA

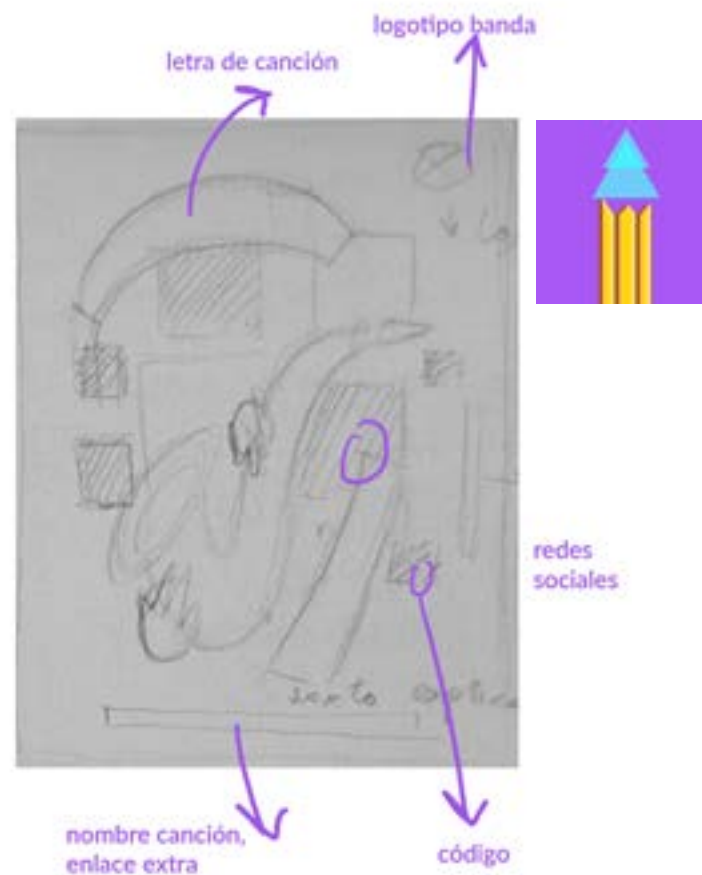
EN REDES SOCIALES

Introducción a BTL y estrategia en redes sociales

Las piezas presentas a continuación son propuestas a modo de complementar las demás, el BTL funcionara para promocionar el evento, presentarse a nuevos posibles admiradores de la banda Na'ik Madera, apoyado por una estrategia en redes sociales que buscara posicionarse en la mente del grupo objetivo. Se visualizó anteriormente un material que fuera interactivo y tuviera enlace a contenido multimedia, por lo cual, se verá reflejado el bocetaje que llevó a una decisión final y su implementación. En la parte de redes sociales se evidenciará el proceso tanto para el material discográfico como para la imagen del Festival Ixchel, el cual tendrá presencia a lo largo de 4 meses.

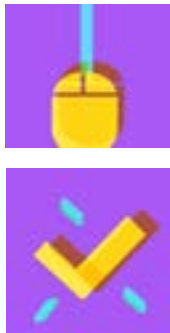
Pósters interactivos BTL



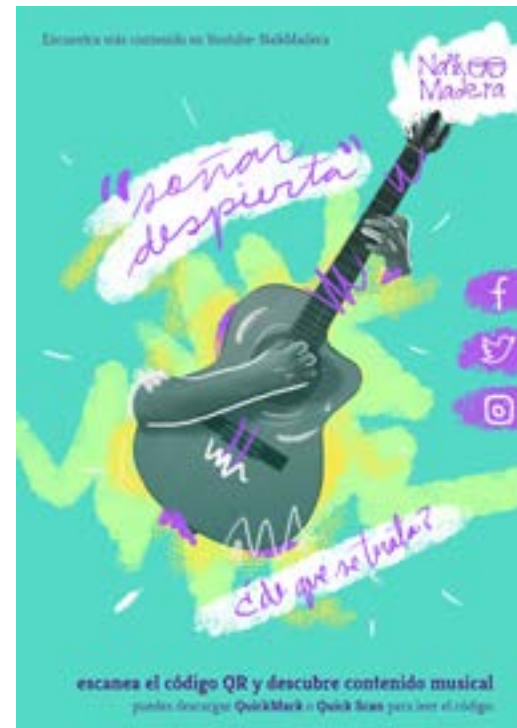


El bocetaje de las piezas de póster se basó en la diagramación de los textos informativos, donde se encuentra el logotipo, información sobre la aplicación para visualizar el código QR, nombre de la canción, nombre del disco y redes sociales. Todo ubicado de forma que la ilustración fuera la protagonista de la composición junto con los códigos QR.

propuesta preliminar.
póster canción: la mina que contamina



propuesta preliminar.
póster canción: soñar despierta

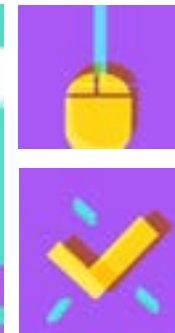


Se crea primero una versión sin códigos QR, ya que en los bocetos se tenía planeado utilizar varios códigos a lo largo de toda la composición, decisión que será evaluada para ubicar solamente uno de forma que no afecte la lectura.

propuesta preliminar.
póster canción: la mina que contamina



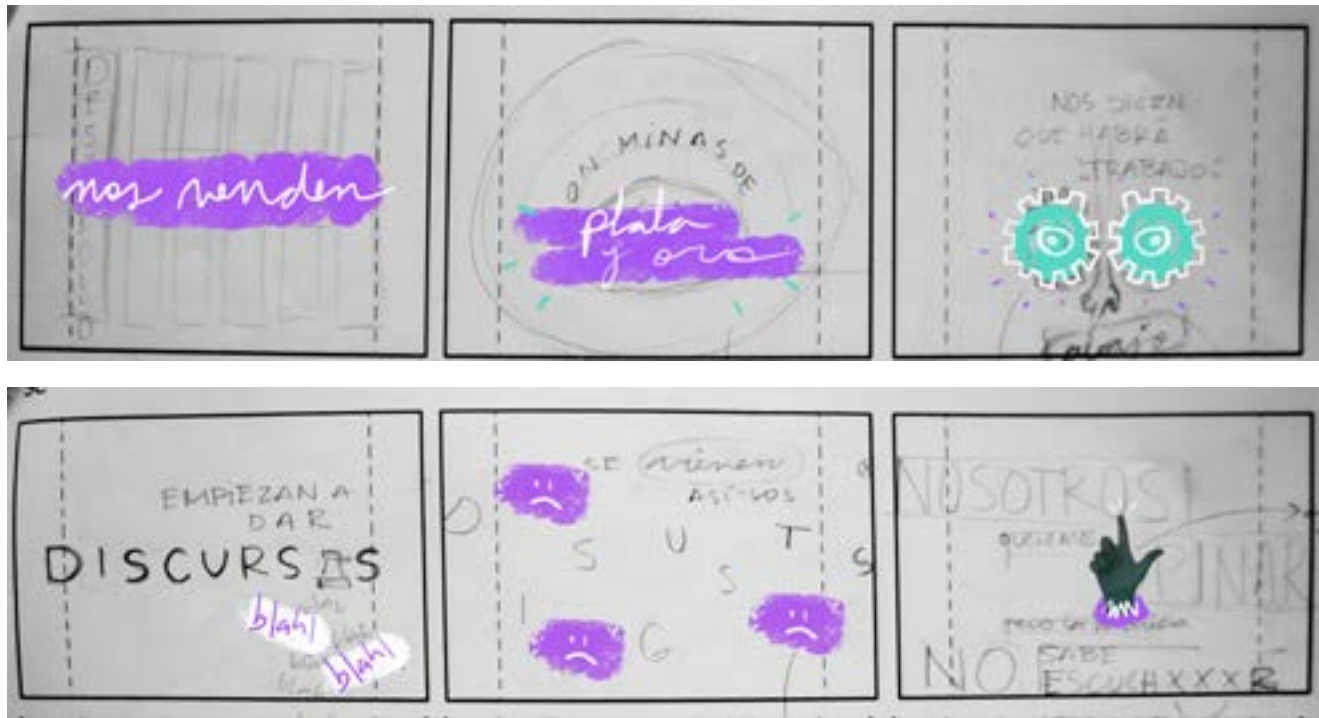
propuesta preliminar.
póster canción: soñar despierta



Para la creación de los posters interactivos se hizo una aplicación de los diseños realizados para el material discográfico. Ubicándolos en el formato de manera que los instrumentos protagonistas de cada canción se visualizarán de una manera atractiva y dinámica, dando paso a la ubicación de un código QR que dará paso al contenido multimedia. La elección de las canciones que se utilizarán fueron decisión completa de la banda Na'ik Madera. Se utilizaron las mismas tipografías, elementos gráficos y

paleta de color a manera de crear unidad. La decisión de utilizar códigos QR se basa en la visualización de esta pieza, queriendo implementar contenido musical en una pieza de papel estática.

Contenido multimedia BTL



propuesta preliminar.
storyboard: la mina que contamina

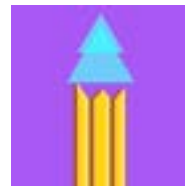


Por otra parte, para la creación del contenido multimedia, primero se crea un storyboard donde se indica cómo se creará la animación, que elementos ilustrativos deben ejecutarse y como irá apareciendo la tipografía valiéndose de la canción de fondo. El porqué de cada elemento ilustrado será explicado en la sección de fundamentación.



Para la canción de “Soñar despierta” se crean diferentes ilustraciones basándose en el principio de la canción más una estrofa del coro, haciendo gráficas a modo de íconos para ilustrar el contenido auditivo, acompañado de la ejecución de la tipografía por medio de la animación para transmitirlo.

propuesta preliminar.
storyboard: la mina que contamina





propuesta preliminar.
storyboard: soñar despierta



Lo mismo aplica para la canción de “La mina que contamina”, es necesario mencionar que se guarda la misma línea gráfica a modo de crear una identidad visual y que el grupo objetivo perciba la imagen como un todo. Se tiene la misma utilización de fotografía mezclado con ilustración, en este caso solo utilizando tipo handmade, que es prominente en toda la ejecución del disco. Los íconos guardan simpleza en su forma, ilustrando aquellos con el contenido gráfico más significativo.



propuesta preliminar.
storyboard: soñar despierta



1.



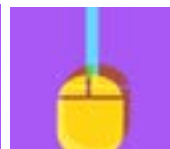
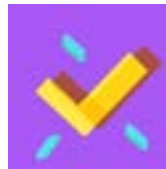
2.



Es necesario mencionar, además, que el contenido en cuestión será parte de la página oficial de Youtube de la banda, donde además se encontrarán links que especifiquen las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, acompañado de una descripción del disco y la canción en sí.

3.

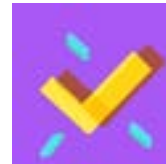
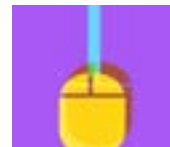
*propuesta final
frames de animación
canción: la mina que contamina*



4.



5.



propuesta final
frames de animación
canción: la mina que contamina

6.

7.



8.



9.

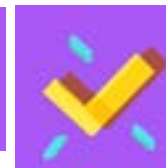
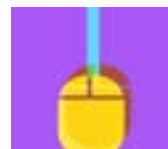
propuesta final
frames de animación
canción: la mina que contamina



10.



11.



propuesta final
frames de animación
canción: la mina que contamina

12.

13.



propuesta final
frames de animación
canción: la mina que contamina

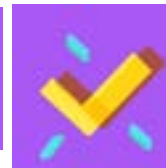
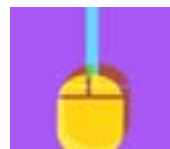
14.



1.



2.



propuesta final
frames de animación
canción: soñar despierta

3.

4.



5.



6.

propuesta final
frames de animación
canción: soñar despierta



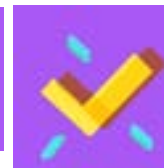
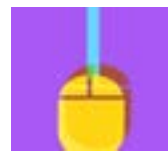
7.

que
no eran
las que debía

8.

EN
CON
TRAAAR

per estuve
di da



propuesta final
frames de animación
canción: soñar despierta

9.

10.



11.



12. propuesta final
frames de animación
canción: soñar despierta



13.

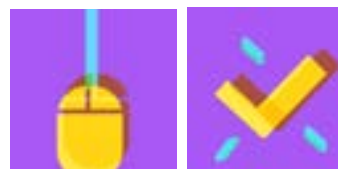


14.



15.

16.



propuesta final
frames de animación
canción: soñar despierta

Estrategia en redes sociales



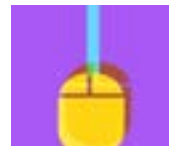
propuesta preliminar
Post para Facebook e Instagram
Festival Ixchel

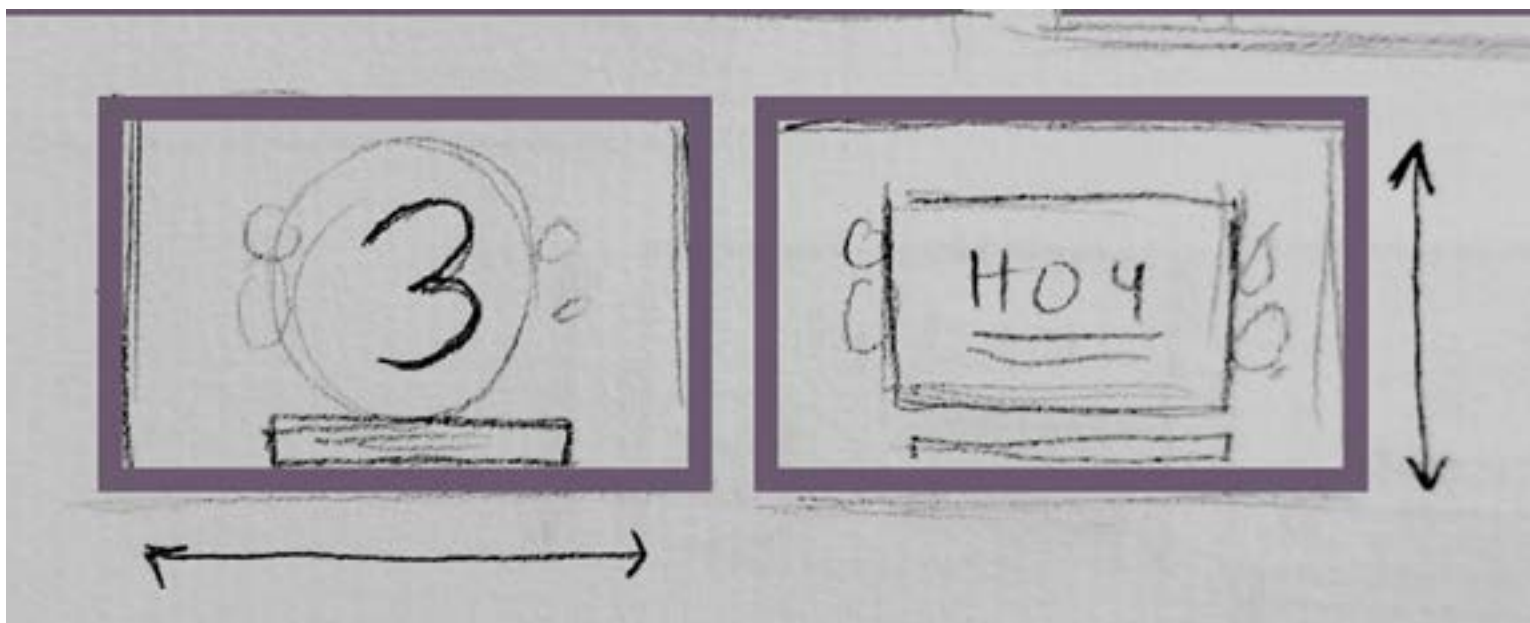


Para la estrategia en redes sociales se empieza con un formato cuadrado donde se aplica la línea creada tanto para el festival como para el disco, presentando a los personajes creados o las artistas. Valiéndose del uso tipográfico para apoyar el contenido gráfico. Dicho diseño es carente de atractivo y funcionalidad en su diagramación, basándose en lo que Silva, Juan (2016) menciona acerca del formato preferente para publicidad en redes, que es un tamaño rectangular. El tamaño permite una mejor lectura y posición de los elementos por lo cual decide cambiarse tanto para el Festival Ixchel como para el disco ¿de qué se trata?

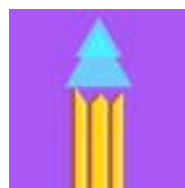


propuesta preliminar
Post para Facebook e Instagram
Festival Ixchel



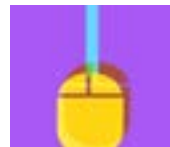


propuesta preliminar
Post para Facebook e Instagram
Festival Ixchel

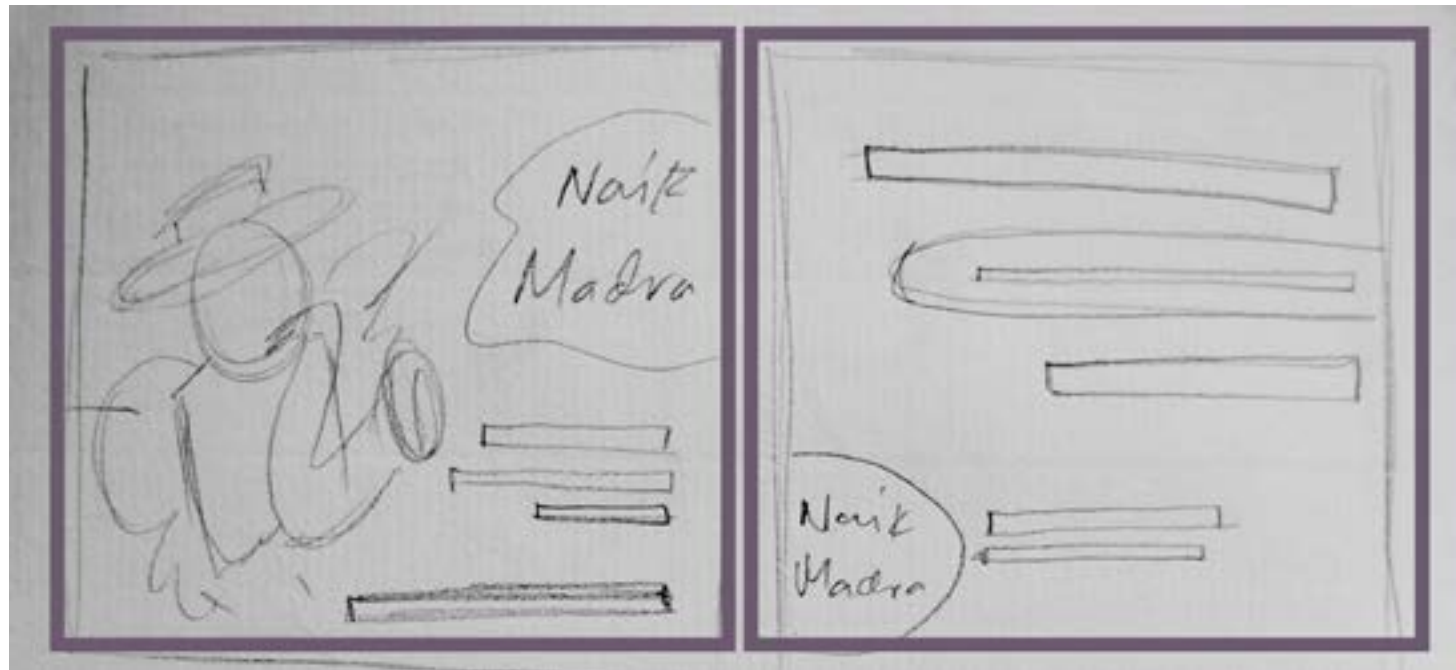




propuesta preliminar
Post para Facebook e Instagram
Festival Ixchel

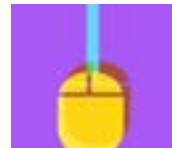


En cuanto a la gráfica nueva, se utilizaron en el caso de Festival Ixchel los personajes creados, utilizando diferentes ángulos y partes de los mismos, también un uso de viñetas con el mismo estilo que en el póster, así como la tipografía y el color. Dicha estrategia se vale de expectativa, promoción y cuenta regresiva para el día del evento.



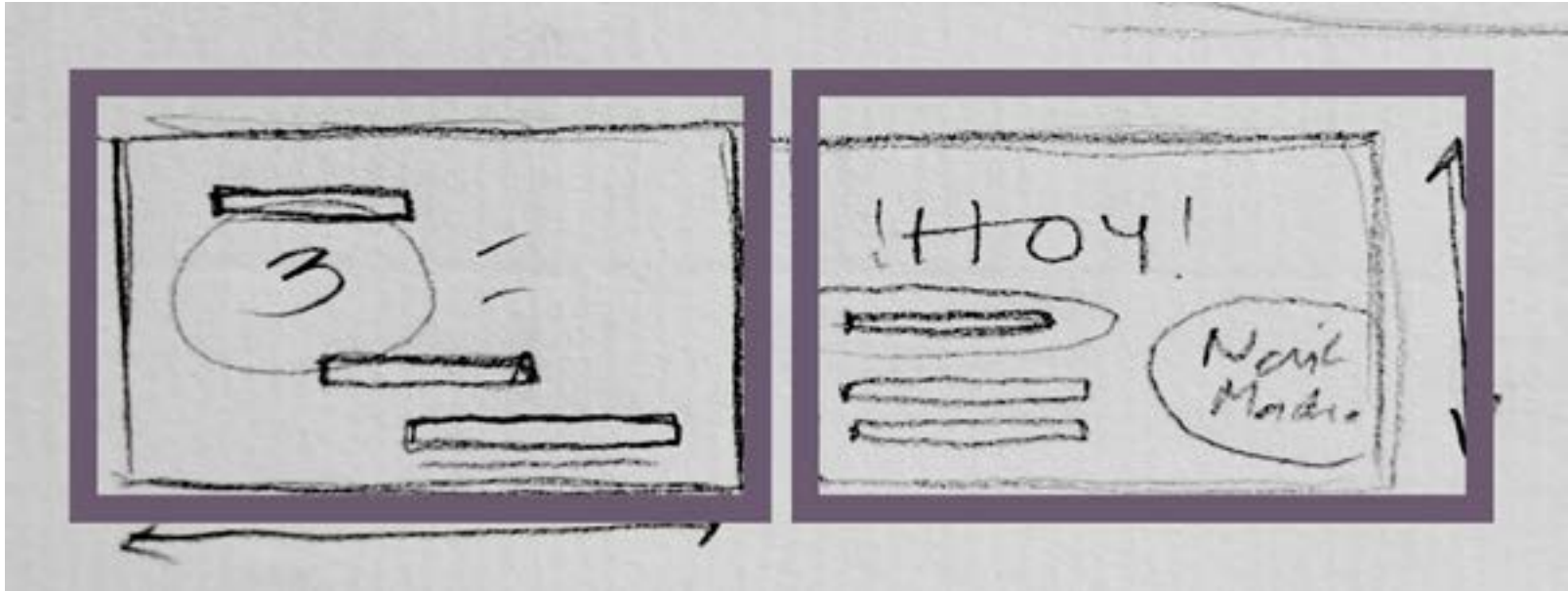
propuesta preliminar
Post para Facebook e Instagram
Material discográfico





propuesta preliminar
Post para Facebook e Instagram
Material discográfico



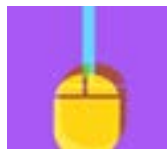


propuesta preliminar
post para Facebook e Instagram, GIF's
Material Discográfico





propuesta preliminar
 Post para Facebook e Instagram
 Material discográfico



En el caso del disco ¿de qué se trata? Se cambió de una gráfica donde se presentaban a los artistas a arreglos tipográficos con el mismo uso de elementos gráficos que se utilizaron en el material, valiéndose también de gif's de las canciones elegidas por la banda para crearle videos animados.

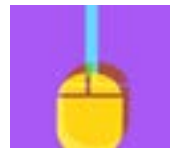


propuesta preliminar
post para Facebook e Instagram, GIF's
canciones: soñar despierta y la mina que contamina

propuesta preliminar
post para Facebook e Instagram, GIF's
canción: soñar despierta



propuesta preliminar
post para Facebook e Instagram, GIF's
canción: la mina que contamina





PROCESO DE VALIDACIÓN

Proceso de Validación

El proceso de validación se llevó a cabo tomando en cuenta la información que se necesitaba recaudar, de forma que los materiales propuestos solventarán la necesidad que en un principio se planteó. Se empezó por una validación para el grupo objetivo, seguido por diseñadores gráficos, de preferencia con experiencia en creación de material discográfico e imagen para festivales artísticos y, por último, expertos en el tema, siendo los miembros de la banda, por su conocimiento y trayectoria tanto como agrupación y como creadoras de Festival Ixchel.

Los instrumentos utilizados se eligieron tomando en cuenta la versatilidad de los mismos, además de la facilidad que les caracteriza para llegar a más personas. Por lo cual, para obtener la validación tanto del grupo objetivo como diseñadores gráficos, se emplearon encuestas de respuestas múltiples. Validando los siguientes puntos:

- Manejo de la ilustración (ilustración fusión en sus dos tipos para Festival Ixchel y material discográfico)
- Tipografía y su legibilidad.
- Diagramación y su funcionalidad.
- Creación de íconos para directorio de artistas.
- Uso del color en los distintos materiales.
- Evidencia de concepto y frase, en material discográfico y Festival Ixchel.

Encuestando alrededor de 22 personas en el caso de grupo objetivo, teniendo a mujeres entre 21 a 25 años y 25 a 30 años, de acuerdo a lo establecido como perfil demográfico,

anteriormente propuesto. La cantidad de encuestadas busco ser aún más específico, tomando en cuenta la opinión de artistas femeninas, quienes son el grupo objetivo.

En el caso de diseñadores gráficos se lograron obtener 34 diseñadores, de los cuales contaban con experiencia en creación de material discográfico o imagen visual artística, ya sea en el área de música, arte o cultura. Recopilando la información necesaria en cuanto a estética, funcionalidad y comunicación de los materiales que se crearon.

Para los expertos en el tema, siendo 4 miembros de la banda, donde se utilizó el recurso de entrevista, por tener un fácil acceso a la misma. Lo que se buscó de parte de la agrupación fue su opinión en cuanto a cómo los materiales solventaban la problemática de comunicación identificada al principio del proyecto, además de conocer si los mismos les identificaban apropiadamente. De esta forma analizaron puntos tales como la ilustración, la propuesta de formato, manejo tipográfico, paleta de color y la propuesta de concepto general, además de la frase para el VIII Festival.

A continuación, se evidencia la retroalimentación obtenida de los 3 grupos encuestados que impulsaron cambios a favor de la propuesta global.



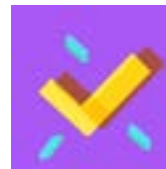
VALIDACIÓN
PÓSTER FESTIVAL IXCHEL Y
DIRECTORIO DE ARTISTAS

Catalogo de artistas, páginas de bienvenida

propuesta preliminar

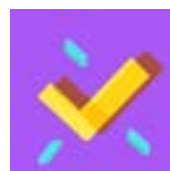
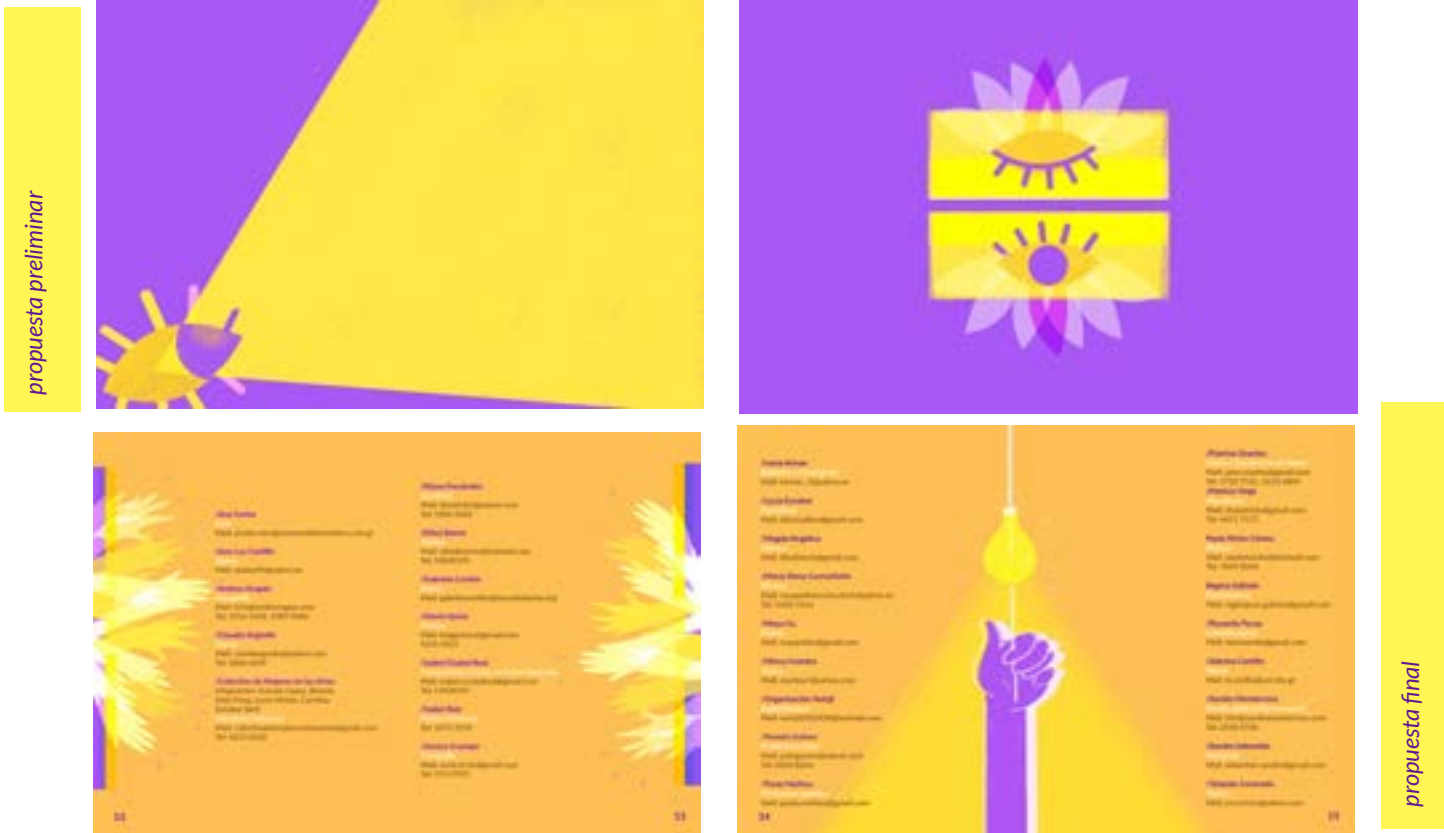


propuesta final



De acuerdo al proceso de validación realizado, los diseñadores y expertos del tema opinaron que se debía cambiar la letra de color blanco sobre fondo amarillo a un color más oscuro para que la información se pudiera apreciar mejor.

Homenajeadas



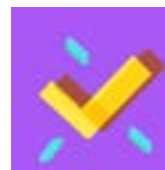
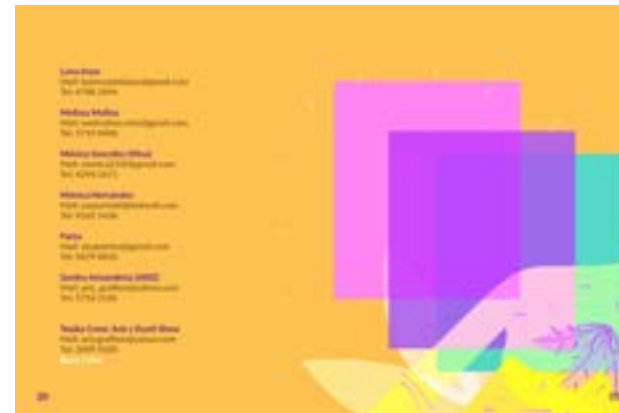
Departa de una validación propia, se decidió cambiar el color de fondo de un tono oscuro a un tono claro, debido a la mejor legibilidad que se tiene cuando se lee sobre un fondo claro y una letra oscura. Además, la ilustración se cambió ya que la primera interpretación de “homenajeadas” no respondía al 100%.

Arte Urbano



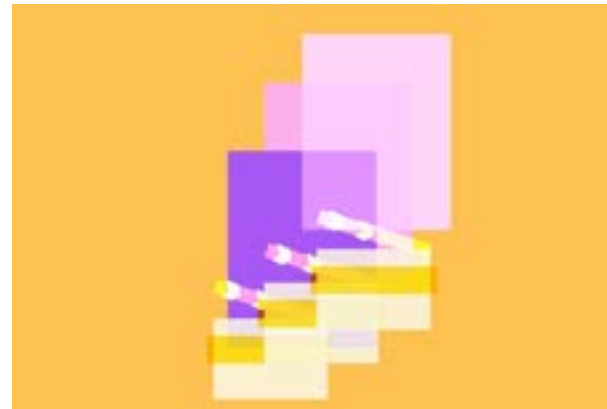
propuesta preliminar

propuesta final



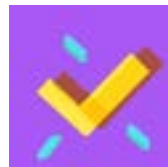
Debido a la opinión del experto del tema, se decidió cambiar todos los artes hechos de páginas interiores, incluyendo el color turquesa, de modo que se percibiera con una unidad más significativa con las páginas exteriores.

Audiovisuales



propuesta preliminar

propuesta final



Así como cambiando ciertas ilustraciones para que complementarán mejor la información a transmitir.

Danza

Workshop de Danza
 Fecha: 15 de mayo de 2016
 Hora: 18:00 h.
 Lugar: Sala de Exposiciones del Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá

Objetivos:
 Desarrollar la creatividad y la expresión corporal a través de la danza.
 Fomentar el trabajo en equipo y la comunicación.

Contenido:
 - Ejercicios de calentamiento.
 - Juegos de movimiento.
 - Creación de coreografías sencillas.
 - Presentación de los trabajos.

Dirigido por:
 María Fernanda López, bailarina y coreógrafa.

Costo:
 Gratuito.

Reservación:
 Tel: 310 456 7890

Taller de Banca

Objetivos:
 Desarrollar habilidades de negociación y comunicación en el ámbito bancario.
 Fomentar el espíritu de equipo y el liderazgo.

Contenido:
 - Simulaciones de situaciones reales.
 - Análisis de casos prácticos.
 - Ejercicios de rol-playing.

Dirigido por:
 Juan Carlos Rodríguez, experto en banca.

Costo:
 \$50.000.

Reservación:
 Tel: 310 123 4567

propuesta final

EXPRESIÓN CORPORAL

Objetivos:
 Desarrollar la conciencia corporal y la expresión emocional a través del movimiento.
 Fomentar la creatividad y el trabajo en equipo.

Contenido:
 - Ejercicios de exploración del cuerpo.
 - Juegos de movimiento creativo.
 - Creación de piezas de teatro físico.

Dirigido por:
 Ana María Gómez, pedagoga en danza.

Costo:
 \$30.000.

Reservación:
 Tel: 310 987 6543

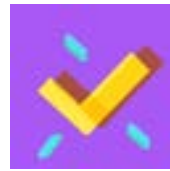
Objetivos:
 Desarrollar el sentido del ritmo y la coordinación motriz.
 Fomentar la creatividad y el trabajo en equipo.

Contenido:
 - Ejercicios de ritmo con música.
 - Juegos de movimiento.
 - Creación de coreografías sencillas.

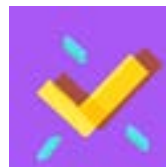
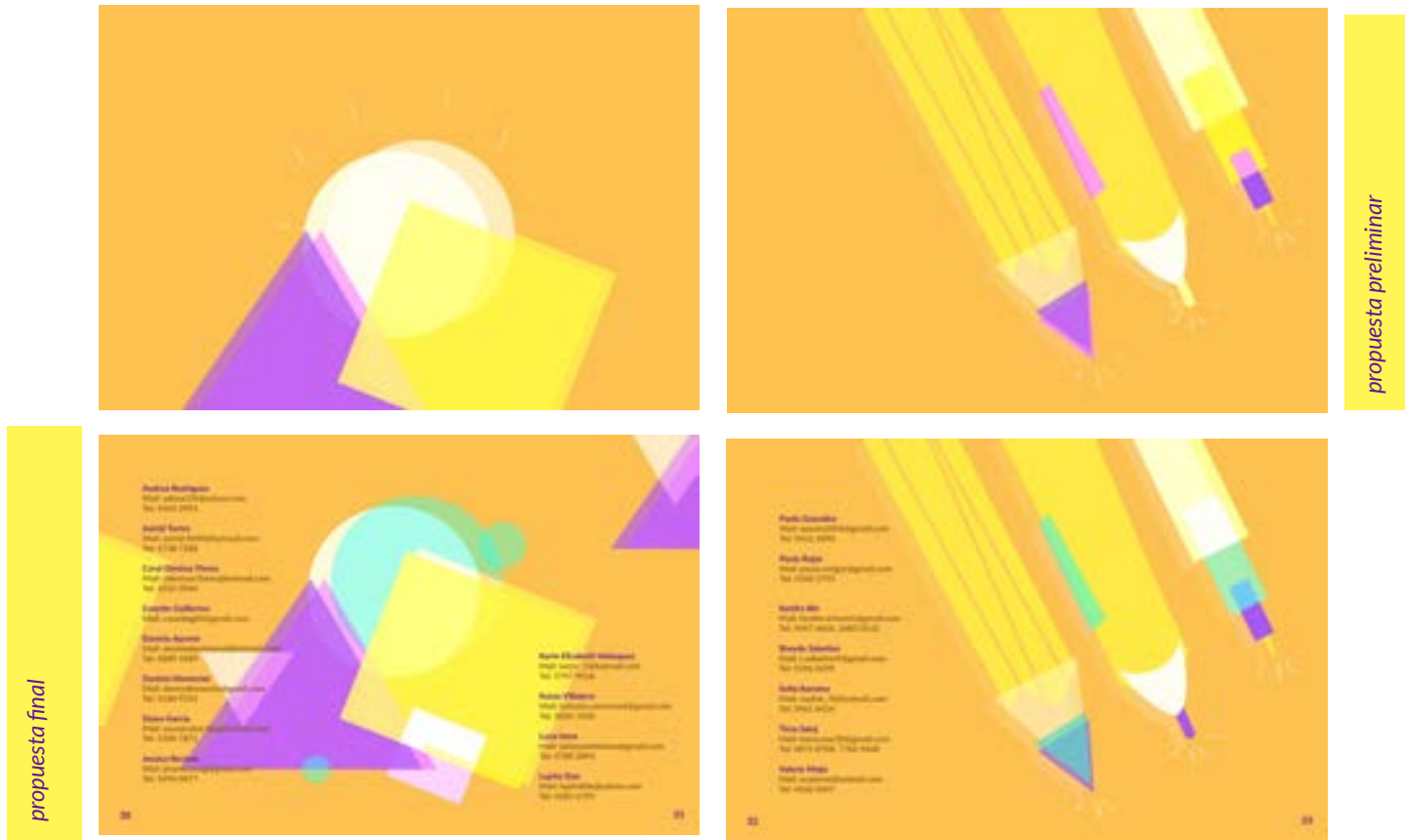
Dirigido por:
 Carlos Andrés López, bailarín y coreógrafo.

Costo:
 \$40.000.

Reservación:
 Tel: 310 543 2109



Diseño gráfico



Escultura



propuesta preliminar

propuesta final



Fotografía

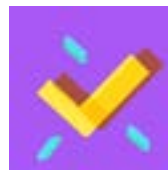


propuesta preliminar

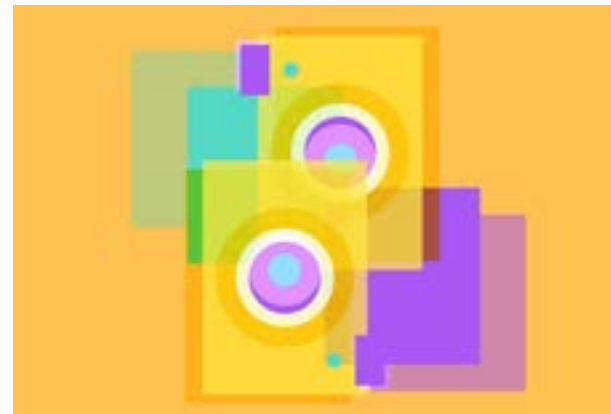
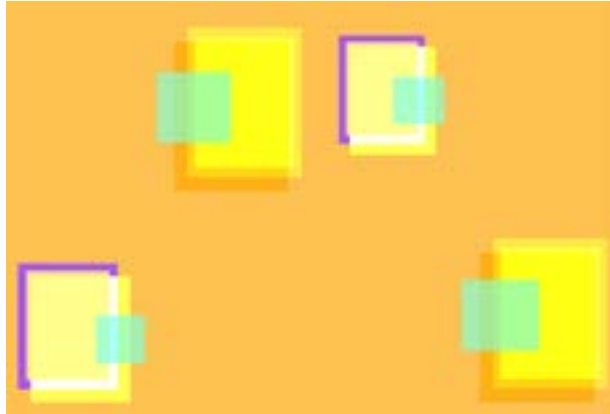
propuesta final

<p>Isidro Rodríguez <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Fabiana Williams <small>PHD. arquitecta independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Alba Peralta <small>PHD. arquitecta independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Isabelita Álvarez <small>PHD. arquitecta independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Diego Vela <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Armando Florescano <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Alan García Vela <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Alan García Vela <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p>		<p>Diego Peralta <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Isabelita Álvarez <small>PHD. arquitecta independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Andrés Flores <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Isabelita Álvarez <small>PHD. arquitecta independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Andrés Flores <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Isabelita Álvarez <small>PHD. arquitecta independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Andrés Flores <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p>
--	--	--

<p>Isidro Rodríguez <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Alba Peralta <small>PHD. arquitecta independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Diego Peralta <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Diego Peralta <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Diego Peralta <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Diego Peralta <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Diego Peralta <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Diego Peralta <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p>		<p>Diego Peralta <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Diego Peralta <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Diego Peralta <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Diego Peralta <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Diego Peralta <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Diego Peralta <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p> <p>Diego Peralta <small>PHD. arquitecto independiente</small> <small>Tel. 2134 4274</small></p>
---	--	--

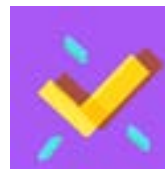


Fotografía

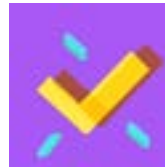


propuesta preliminar

propuesta final



Fotografía



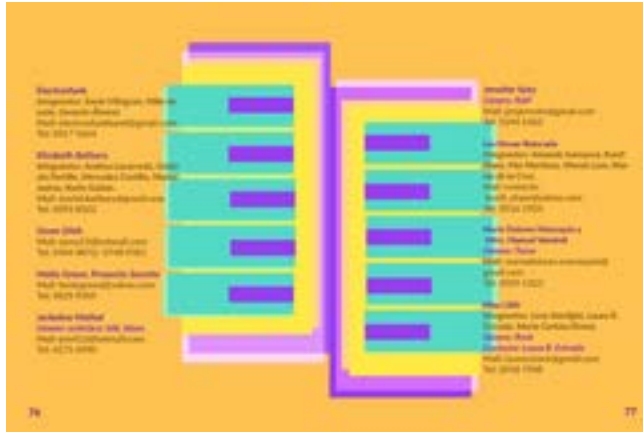
propuesta preliminar



50

51

Música

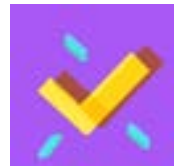


Pintura



propuesta final

propuesta final

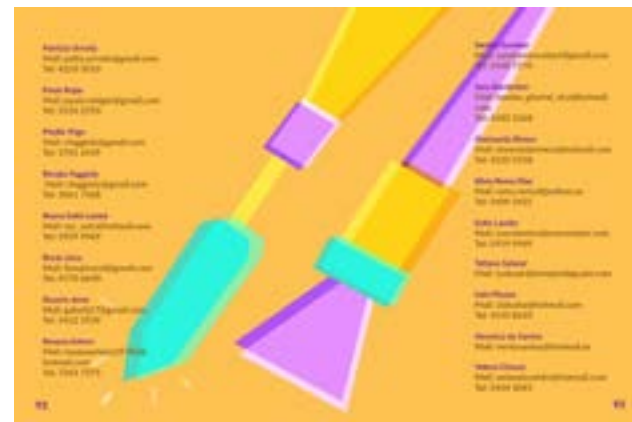


Pintura



propuesta final

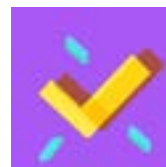
propuesta final



Poesía



propuesta final



Teatro

Alexandra Peltre
Mail: alex.peltre@yaho.com
Tel: 3124 2422

Anaïs Brainer
Mail: anaissbrainer@gmail.com
Tel: 4298 4140

Carolina Lora-Morán
Mail: carolam@gmail.com

Edith de la Cruz
Mail: gupadellacruz@gmail.com

Marlene Saldaña
Mail: marlene@yaho.com
Tel: 5784 4416

Luz María: entre teatro y a teatro-guerrilla
Escuela de Teatro del Consejo Nacional
Mail: luzmaria@gmail.com
MarleneSaldaña@gmail.com
Tel: 3175 6293

Luzmarlene
Escuela de Teatro y
Actuación Presente
Cultura Teatro Comunitario
Mail: luzmarlene@yaho.com
Tel: 3440 1126- 3074-5745



112 113

PERFORMANCE

Marlene Saldaña
Mail: marlene@yaho.com
Tel: 5784 4416

Ulla-Gabriela Echeverri
Cultura, Colombia
Mail: ulla@yaho.com
Tel: 317 334 3072/314

María Clara Gabriela Motta
Mail: mariafc@gmail.com
Tel: 4218 4300

Fabiola Carrasco
El Subterráneo
Mail: fabiolas@yaho.com
Tel: 316 303 7994/3423

Marlene Saldaña
Mail: marlene@yaho.com
Tel: 5784 4416

TALLER TEATRO

Organización Artistas Trabajando
Mail: artistas.trabajando@gmail.com

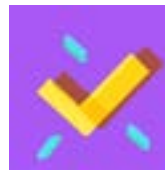
Teatro El Ojo y Compañía
Mail: teatroel ojo@gmail.com

TeatroMóvil
Integración: Jairo Campes
Mail: jairo.garcia@yaho.com
Tel: 3434 3713

Denise Peltre
"Teatro de Escucha Colectiva"
Mail: denise@yaho.com
Tel: 3134 2027



114 115



propuesta final

The background features a teal-to-purple gradient with several thick, wavy, brushstroke-like lines in a lighter shade of purple. Scattered throughout are small, white, handwritten-style characters, including the letter 'U' and the number '0'.

VALIDACIÓN

MATERIAL DISCOGRÁFICO

Soñar despierta



propuesta preliminar



En cuanto al material discográfico, de parte del experto del tema se pidió un cambio de tamaño a la tipografía lo cual aumento el número de páginas y fue necesario crear otras que pudieran contener el resto del texto y fueran de acuerdo a la imagen global de la canción propuesta.



propuesta final

Caminito



propuesta preliminar

propuesta final



Por otro lado, la canción “caminito” al momento de la entrevista con el experto en el tema, la letra “guíame por ese sueño” letra de la canción antes mencionada, creaba confusión. Creyendo que este era el nombre de la canción y no “caminito”, por lo cual fue retirado y aumentado su número de páginas.

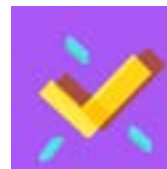


Como quien no sabe



propuesta preliminar

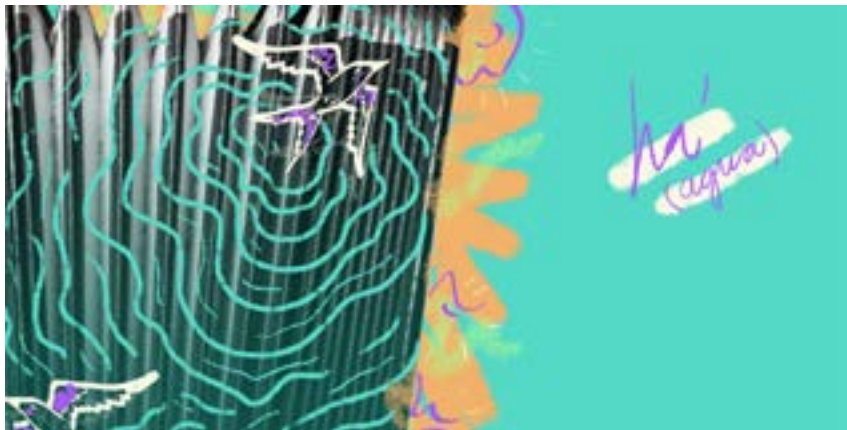
propuesta final



En esta canción también fue necesario páginas extra para el manejo del texto.

Ha' (agua)

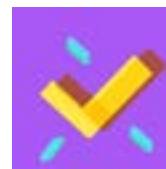
propuesta preliminar



propuesta final



Cambio únicamente de tamaño de tipografía para una mejor lectura.



La mina que contamina

propuesta preliminar



Para la canción “la mina que contamina” se había propuesto la fotografía de unas “chacas” instrumento especial de la banda, desafortunadamente no se percibe como debe y fue un pedido del experto en el tema que se cambiará por otra fotografía. Por lo cual se cambió el concepto y la ilustración, teniendo como resultado un diseño más limpio. También se necesitó una extensión de páginas.

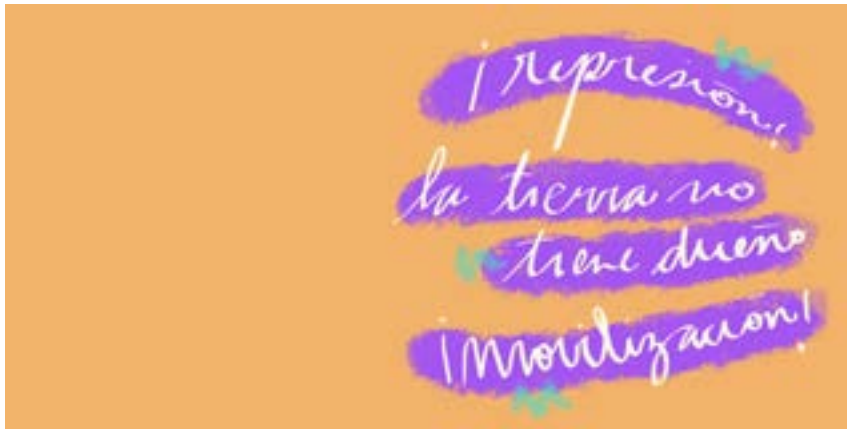
propuesta preliminar



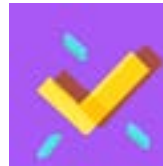
propuesta final



propuesta preliminar



propuesta final



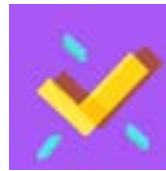
Cambio únicamente de tamaño de tipografía para una mejor lectura.

¿De que se trata la trata?



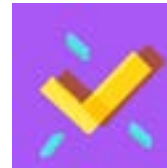
propuesta preliminar

propuesta final



Mi Guatemala

propuesta preliminar



Para la canción “Mi Guatemala” también fue necesario una extensión de páginas y una nueva ilustración para esta.



propuesta final



Portadillas de booklet

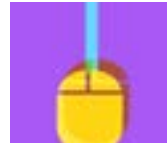
propuesta preliminar

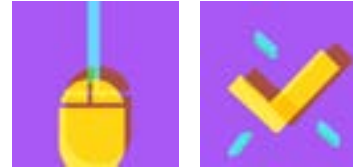


propuesta preliminar



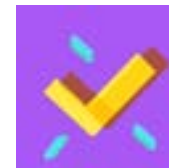
En el diseño de portadilla para booklet, los números en vez de guiar, entorpecían el diseño general. Por lo cual fueron borrados, quedando solamente el nombre de cada canción.





Se crean nuevas portadillas que complementarán al diseño del disco en general. Cuenta con una unidad más alta que la propuesta anterior, utilizando los mismos elementos de apoyo, textura y color.

Presentación de artistas

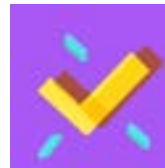


En cuanto a las fotos de las artistas, los expertos del tema creyeron que podían cambiar, por lo cual se tomaron nuevas fotografías con las que el cliente estuviera conforme.

propuesta preliminar



propuesta final



Portada de disco



propuesta preliminar





propuesta final



En cuanto a la portada, se hizo una validación únicamente con el diseñador, ya que el material fue aceptado por el cliente, grupo objetivo y diseñador, pero el mismo buscó una segunda opción. Por lo cual, se cambian los colores, teniendo una prominencia de morado el cual es un color secundario en las páginas interiores del disco, lo que le da a la portada y contraportada una diferencia ante el contenido restante. Así también, se cambia la ilustración, sustituyendo la fotografía de la banda por la fotografía del saxofón, un instrumento altamente representativo de la música que Na'ik Madera toca, representando también el concepto "diversidad convergente" que busca la variedad uniéndola, creando nuevos medios creativos.

Dicho instrumento es utilizado en diferentes géneros y la forma del mismo connota emoción, festividad, unión, etc., características buscadas para ejemplificar dicha portada. La fotografía de la banda emigra hacia la contraportada, a modo de presentar a la banda junto con las páginas interiores de los booklet. Haciéndolas presentes en el material.

Troquel de disco



propuesta preliminar



propuesta preliminar



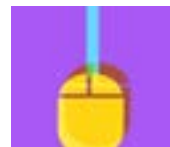
Diseño de disco



propuesta preliminar

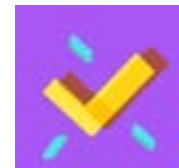


propuesta preliinar



Mismo cambio se realiza en la portada del disco en sí, pasando de una opción basada en el resto de la gráfica que fue creada primero, migrando a una imagen más parecida a lo que se quiere lograr con toda la gráfica.

arte nuevo de tiro



Se realiza una tercera validación únicamente con el diseñador en cuestión y el asesor del proyecto, con quien se decide proponer un troquel más simple, cambiando de lugar la foto de las artistas para una mejor apreciación, además de proponer una ilustración de retiro.

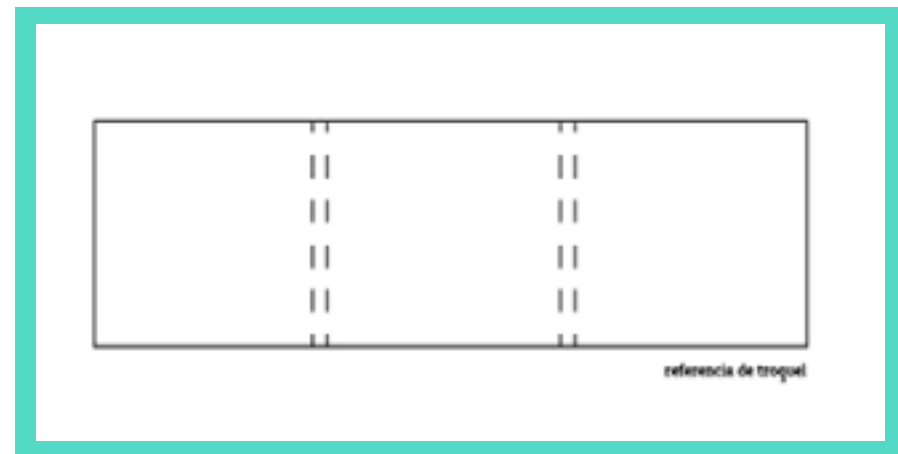
ilustración de retiro



nueva vista de disco

Se cambia el diseño de disco donde se sustituyen las líneas blancas que salen del saxofón por líneas moradas para guardar unidad y darle protagonismo al instrumento.

referencia de troquel nuevo



Vista del nuevo troquel, que llevará un empaque de plástico para el disco.



GESTIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑO

Fundamentación

La banda Na'ik Madera ha estado en el ámbito musical alrededor de 8 años, años que los han dedicado a comprometerse con el trabajo y la música que realizan, siempre buscando el beneficio de la mujer en la sociedad guatemalteca. Incursionando con un género musical conocido como “alternativo”, el cual según Porto y Merino (2011) se define como: “aquello que difiere de lo convencional”, mezclado con un género de “protesta” dado a conocer por exponentes como Víctor Jara, Silvio Rodríguez y otros, de acuerdo a: . dicho género busca transmitir los problemas sociales y culturales de una sociedad o un país.

Na'ik Madera no solo cumple con una propuesta alternativa con sus letras, sino también con los ritmos, en su mayoría latinos, mezclando diferentes tipos. Teniendo hasta hoy en día, 3 materiales discográficos lanzados a nivel nacional, buscando el 4to material a lanzarse en el año 2017.

Siguiendo con lo multifacético de su talento, también han logrado posicionar en el país al primer festival enfocado completamente en mujeres artistas, que busca promocionar el arte femenino con sentido crítico y fomentar el arte. Dicho festival, recibe el nombre de: “Festival Ixchel” que, de acuerdo a Galicia, Herbyn integrante de Na'ik Madera (2013) menciona: “Durante las ediciones que ha realizado el Festival Ixchel se ha posicionado el proyecto como un punto de encuentro, de expresión de liberación, como medio para exigir justicia, el ejercicio de los derechos de las mujeres, su emancipación, la equidad entre géneros, para la

transformación y el desarrollo pleno”

El festival cuenta con 7 ediciones al año 2016, buscando una próxima y última edición para el año 2017.

Por ello, la banda Na'ik Madera tiene como necesidad una identidad gráfica y promoción para su próximo material discográfico, esperando que dicho material pueda funcionar como una forma de recaudación para poder realizar el próximo Festival Ixchel y poder lanzar un material unido al festival, donde se presenten a todas las artistas de todas las ediciones, de forma que se les difunda y reconozca. Ya que, en las encuestas realizadas para conocer sobre el grupo objetivo, donde se tiene dentro de las edades más activas en el arte a mujeres entre 18 a 30 años, cuyo estrato socioeconómico es medio y medio alto, de acuerdo a Multivex Sigma Dos (2016), se pudo evidenciar que las artistas femeninas buscan plataformas donde se pueda dar a conocer su trabajo y conocer el trabajo de otras. Teniendo lo anterior en cuenta, las artistas buscan empezar nuevas plataformas, creando oportunidades para aquellas que las estén buscando. Además se evidenció que dichas artistas por medio de su experiencia, saben que en el país la oportunidad para crecer en el mundo artístico es escasa y más para una mujer, por lo cual les gustaría ser difundidas y apoyar el arte de otras compañeras artistas.

Con lo anterior establecido, teniendo conocimiento del grupo objetivo y de los materiales a crear, utilizando una estrategia de medios, se implementa la secuencialidad de las piezas y como se apoyarán mutuamente. Primero la

promoción de material discográfico por medio de redes sociales y material BTL en centros culturales y educativos, seguido por la promoción de Festival Ixchel, para luego terminar con el lanzamiento del directorio de artistas con todas las ediciones realizadas.

Luego, para la creación funcional de cada pieza, se creó un concepto que ayudará como base. Dicho concepto es: "Diversidad Convergente" el cual busca identificar la variedad de artistas que ha logrado reunir Festival Ixchel, dando oportunidad a mujeres de diferentes etnias, estratos y edades de presentar su arte al público en 12 ramas del arte. Además busca representar la incursión de diferentes ritmos y temas que la banda Na'ik Madera aborda en cada canción que han creado hasta el momento. Las artistas tanto con su festival como con el material discográfico anhelan ser un ejemplo para otras artistas en el país,

brindando con cada evento oportunidades para conocerse entre ellas y posiblemente en un futuro seguir con el legado de mujeres emprendedoras con proyectos como festivales, colectivos o bandas musicales, proporcionando en sí, un punto de convergencia para hacer crecer el arte femenino en el país. Por otro lado, la implementación de dicho concepto en la propuesta gráfica se evidencia a continuación...



PROPUESTA FINAL
PÓSTER FESTIVAL IXCHEL Y
DIRECTORIO DE ARTISTAS

Póster Festival Ixchel



póster final

mockup de póster



Formato y soporte:

Pieza final a imprimirse en impresión digital con un tamaño de 11x17 pulgadas, en papel opalina cera, elegido por su buena absorción de color. Full Color CMYK, tiro.

Tipografía:

De acuerdo a la naturaleza del proyecto y sobretodo de la pieza, además de ir de la mano con el concepto “Diversidad Convergente” se escogieron 3 tipografías. De primero una tipografía tipo sans serif manuscrita “Claire Hand Bold” que apoya la idea de la ilustración y la tendencia utilizada. Seguida por una familia tipográfica sans serif “Lato” que por su forma es adecuada para el texto de apoyo, complementando la gráfica en general. Luego, se eligió la tipografía “Blitz” que es la ya establecida tipografía para los materiales de Festival Ixchel, escogida para guardar unidad de una forma muy sutil con las pasadas ediciones.

La elección tipográfica se basa en la necesidad de crear contrastes y balances, transmitiendo también el concepto ya mencionado, complementando siempre a la gráfica. El color de la tipografía se basa en la necesidad de destacar el texto, pero a la vez de combinarlo con su entorno. Por ello la tipografía blanca sobre el color naranja, que de acuerdo a validaciones de diseñador en el anexo no. 29 comentan haber estado dudosos al principio con dicha decisión, pero al final la mayoría opinó que la elección funciona correctamente.

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

Lato

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

Close Hand

A B C D E F G H I J K L M N Ñ
O P Q R S T U V W X Y Z

Claire Hand

Paleta de color:

De acuerdo a las encuestas realizadas para conocer el grupo objetivo, se puede evidenciar en el anexo no. 14 que el grupo objetivo tuvo preferencia entre dos paletas de color, una de tonos fríos y otra de tonos cálidos. Con esto lo que se busca transmitir es el sentimiento de frescura, festividad y celebración, pues es lo que el festival busca.

Así, se llega a tomar la decisión de mezclar exactamente lo evidenciado, jugando con tonalidades y opacidades de modo que se pudiera obtener una mezcla de color más contemporánea, con un estilo de ilustración adecuándose a lo que era el estilo Bauhaus e Internacional Suizo, donde se utilizaban las mezclas anteriormente mencionadas, uniéndose de tal forma con el concepto “Diversidad Convergente”.

Para la elección de color de los cuerpos de los personajes, instrumentos y elementos de apoyo, se utilizaron colores poco asociados con dichos elementos. De forma que también se pudiera evidenciar la diversidad étnica y cultural del país, al no clasificar tanto en tonos de piel o cabello a cierto grupo sino haciéndolo incluyente al colocar un color que ninguna persona en el mundo tiene, decisión implementada también en instrumentos y demás elementos.



Tendencia/ estilo:

En este rubro es donde se puede apreciar de mejor manera la aplicación del concepto “Diversidad Convergente” ya que, se mezclaron y unieron diferentes tendencias o estilos, las cuales tuvieron auge en diferentes tiempos.

La utilización de opacidades y sobreposición de elementos es propio del Estilo Internacional Suizo, donde comúnmente se transmitía por medio de tipografía. A diferencia del póster en cuestión donde fueron aplicados a ilustraciones hechas con base a textura o a color sólido. Y por otra parte a utilización de textura para crear una ilustración, es una tendencia de los últimos años. Lo cual crea "diversidad" que permite nuevas perspectivas y contrastes. Apoyándose enteramente del uso estratégico del color para tener puntos focales.

Ilustración:

Para la ilustración general se decidió crear personajes que englobaran a las diferentes artistas presentes en cada edición de Festival Ixchel. Plasmando diversidad en diferentes ramas. Por lo cual, se crea un personaje para cada rama del arte más influyente y con más participantes a lo largo de las ediciones, siendo estas pintura, música, danza y poesía. Las cuales cada una tiene una exponente que también refleja diversidad.

Pintura y poesía identifican al grupo mestizo, música al grupo indígena y danza al grupo garífuna. Que de acuerdo a la infografía realizada donde según el Informe de Desarrollo Humano (2005), en el país existen 3 grandes vertientes de mestizaje: los españoles, indígenas y africanos. Seguidos por otra gran gama de inmigración entre chinos, musulmanes, entre otros.

Dicha diversidad se plasmó en el material debido también al hecho que el Festival Ixchel VIII será el último, por lo cual se debía reunir gráficamente a las artistas participantes.

La elección de cada etnia con la rama del arte, fue totalmente arbitraria, no se buscó insinuar que cada etnia tiene su rama del arte específica. Por otro lado, la elección de elementos gráficos naturales residen en la base de la frase creada para el futuro festival, siguiendo con el mismo estilo propuesto del resto de la ilustración en cuestión.

Elementos gráficos de apoyo:

Como elementos gráficos de apoyo se decidieron, primero elementos que pudieran ser repetitivos y que aportaran al material. En este caso la implementación de diferentes tipos de hojas, las cuales fueron utilizadas para unificar el logotipo de la banda con el resto del arte.

Y la utilización de textura para el fondo del arte, unificando toda la pieza como un todo.



Acercamientos de póster Festival Ixchel

Ejes y retícula:

Buscando la mejor legibilidad posible, la diagramación del póster es bastante lineal, poniendo los elementos a simple vista, así como el texto de forma horizontal. Toda la gráfica sigue el mismo patrón, utilizando estratégicamente los puntos que quedan vacíos para poder complementar con la información requerida. Aun así, dejando espacios para respiro visual, teniendo diferentes puntos focales alrededor del póster para guiar la lectura.

Frase, tema Festival Ixchel:

La frase elegida junto con la banda Na'ik Madera es “De la Cosecha, Viene la Siembra” la cual es un concepto que va de la mano con el concepto principal “Diversidad Convergente”, ya que los dos buscan plasmar el legado que artistas con trayectoria han dejado en artistas emergentes, llegando a crear una unión de experiencias y conocimientos. Con la única diferencia que el segundo concepto o frase, tiene una base más orgánica, por lo cual se decidieron utilizar elementos tales como hojas, a modo de apoyar la ilustración general.

Además, dicha frase se evidencia en el material en la utilización de dos rectángulos, uno sobrepuesto encima del otro, pero con un movimiento hacia un lado, interpretando así “una tapadera”, donde se deja mostrar los diferentes talentos, artistas, etc., que otras artistas con su ejemplo han creado.

Catálogo de artistas



portada catálogo de artistas



contraportada catálogo de artistas



páginas de respeto

Formato y soporte:

Material destinado a imprimirse en tiro y retiro en impresión digital, con un tamaño en medida abierta de 12x8 pulgadas y cerrado de 6x8 pulgadas. Tamaño elegido para tener una impresión eficiente y funcional al imprimir entre duplos de tamaño carta.

Impreso en papel couché matte, elegido por su buena calidad y adaptación de color. A Full color, CMYK.

Material destinado también a medio digital, con el mismo tamaño explicado anteriormente. Lo anterior, a petición de la banda, pero, se propone una versión digital publicada en el sitio web ISSUU, el cual contiene un enlace que puede ser colgado en cualquier otro sitio, el mismo permite la creación de catálogos o revistas digitales con animación de traspase de hojas, el mismo es más fácil de llevar y conservar por el grupo objetivo.

Tipografía:

La pieza en cuestión tiene el mismo arte que el póster de Festival Ixchel ya que está será lanzado al público al momento que el próximo Festival acabe. Por lo cual se vio la necesidad de guardar unidad gráfica y aprovechar el arte creado. A diferencia de la contraportada, donde mediante el análisis de “antecedentes comunicativos”, los pasados materiales del Festival contenían las iniciales del mismo “FI” seguido por la página de Facebook y página web. Por lo cual, se decidió dejar la misma línea, para unificar con todo lo anteriormente creado.

Por ello, la tipografía utilizada también es “Claire Hand” sans serif manuscrita, “Lato” para el texto informativo y “Blitz”

utilizada para crear unidad con las demás ediciones de Festival Ixchel. Tipografías escogidas por el contraste y buen balance con el que cuenta, apoyando el concepto “Diversidad Convergente”.

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

Lato

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

Close Hand

A B C D E F G H I J K L M N Ñ
O P Q R S T U V W X Y Z

Claire Hand

Paleta de color:

Para las páginas de bienvenida, portada y contraportada y el índice, la misma paleta explicada anteriormente se utiliza. A diferencia de la paleta usada para las páginas interiores del directorio de artistas, donde se buscaba por medio de la ilustración crear contrastes entre estilos ilustrativos explicados también anteriormente. Por lo cual, en estas únicas secciones de la pieza, la paleta a utilizar se limitó, teniendo también en cuenta que el texto es lo más importante y la ilustración solamente acompaña.



Tendencia:

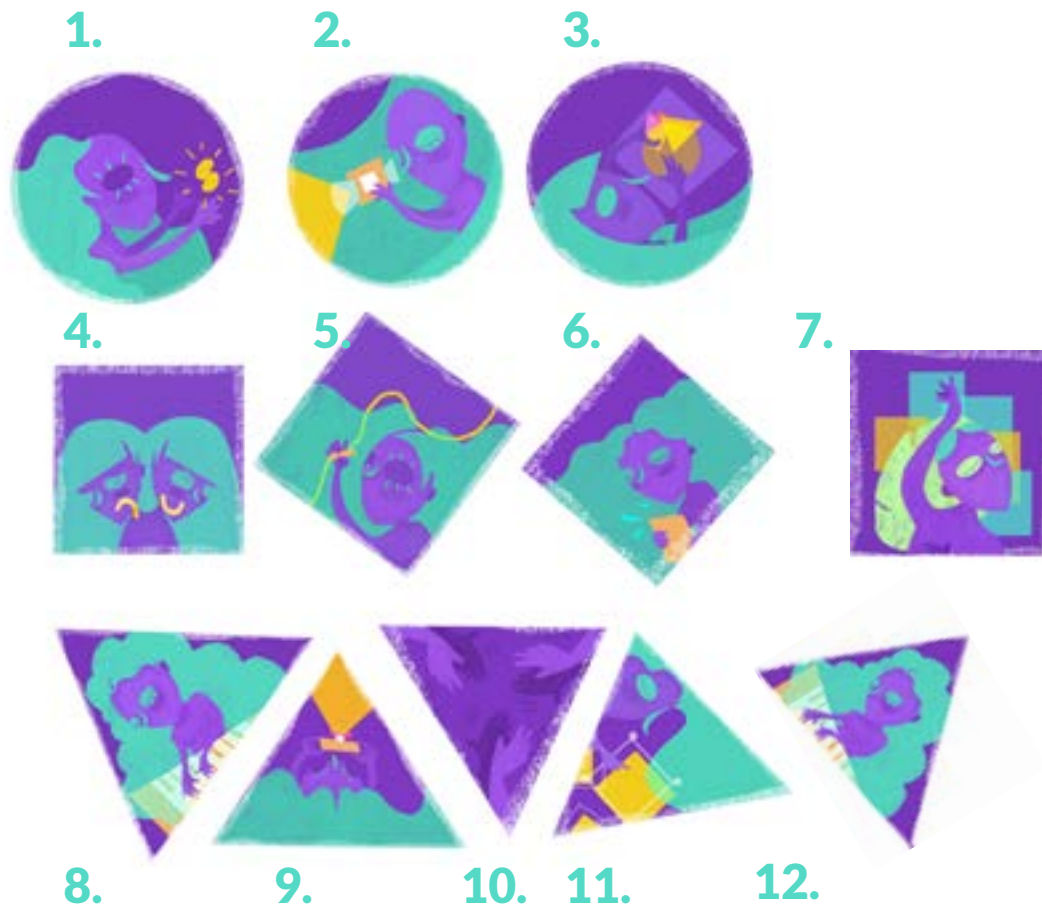
La combinación de textura, tendencia moderna, y la opacidad con sobreposición de elementos propia del estilo internacional suizo, que evidencian el concepto “Diversidad Convergente” sigue estando presente a lo largo del material en cuestión, con la diferencia que solamente las páginas de contenido tienen un estilo en específico, diferente al resto del interior del directorio donde se utilizó textura. Decisión basada en la necesidad de crear dinamismo, respiros visuales y contrastes.

Ilustración:

Para el directorio se utilizaron dos tipos diferentes de ilustración. Para la iconografía, elementos a ser fundamentados más adelante, se utilizó textura, así como para portadillas, páginas de bienvenida e índice. Creando un ícono para cada rama del arte, así como ilustraciones de carácter geométrico para el interior de una, buscando evidenciar el concepto creado. Además de crear balances y contrastes.

Ejes y Retícula:

En la etapa de bocetaje se evidencia la búsqueda de un machote con por lo menos 4 formas diferentes de organizar todos los elementos y el texto, de forma que se viera dinámico, dándole relevancia al texto informativo, seguido o acompañado por la ilustración. Organizando la información de la misma manera que el póster anteriormente explicado, aprovechando elementos grandes contra pequeños, para que de tal forma se crease un balance general.



1. Escultura, 2. Audiovisuales, 3. Arte Urbano, 4. Teatro, 5. Pintura, 6. Poesía, 7. Danza, 8. Música, 9. Fotografía, 10. Homenajeadas, 11. Diseño Gráfico, 12. Música

Elementos gráficos de apoyo:

Iconografía, dichos elementos se crearon para poder facilitar la lectura dentro del material. Cada ícono responde a una rama del arte, cuya ilustración continua con los parámetros establecidos por la ilustración principal de la pieza, póster Festival Ixchel. Incluyendo elementos de colores sólidos, teniendo en cuenta el concepto “Diversidad Convergente”.

Para cada ícono se creó una abstracción de lo que la rama artística representa, sobresaltando los mejores atributos gráficos, para que el grupo objetivo no le sea difícil reconocer cada uno, utilizando poses, elementos o formas distintivas fáciles de identificar.

La paleta de color explicada en el póster Festival Ixchel se aplica a la iconografía en cuestión, para poder tener un alto contenido gráfico visual y servir no solo como íconos sino como ilustración aparte para cada portadilla.

La forma de cada ícono es de figuras geométricas, tales como triángulo, cuadrado y círculo. Buscando ese híbrido que el concepto tanto exige, el contraste entre lo orgánico y lo lineal.

Índice y páginas de bienvenida

Índice

Para la creación del índice se decidieron utilizar claramente la iconografía creada, para que el usuario pueda encontrar más fácilmente la sección que busqué.

Se aprovecha el tamaño cada ícono para ser acompañado por su número correspondiente, teniendo bastante protagonismo y siendo más que nada legible.

La paleta elegida para estas páginas se basa en la legibilidad, a pesar que se propone texto blanco sobre amarillo. La tipografía "Claire Hand" es lo suficientemente gruesa para ser distinguida y el color de cada ícono ayuda a distinguirlo mejor.

Se utilizan elementos gráficos de apoyo, un cintillo amarillo que servirá de base para el nombre de cada rama, en este caso se cambia el color de la tipografía a morado para mejor legibilidad. Y se utiliza la tipografía "Lato" para establecer cada página, siempre teniendo en cuenta como se lee mejor.

Se utiliza también un banner, tal y como la pieza de póster contiene el título de "Festival Ixchel", en este caso se utiliza para el texto "Índice". A modo de guardar unidad y aprovechar dicho elemento.

banner con elementos gráficos



HOMENAJEADAS

cintillo con textura

textura general de fondo

página 1



página 2



página 3

Páginas de bienvenida

Para la creación de páginas de bienvenida, claramente se utiliza la misma tipografía anteriormente especificada y la misma paleta de color y ejes, para crear unidad dentro del material.

Se decide incluir entre una de las páginas la lista de todas las ramas artísticas que se encontrarán, brindándole desde ya al observador la información que contiene el material. Lista apoyada por un elemento gráfico de fondo con textura, el cual utiliza elementos creados para la ilustración del póster Festival Ixchel.

Y para la siguiente página se decide dar una breve explicación sobre que fue Festival Ixchel, para aquellos que no lo conozcan o quieran saber de él. En dicha página se utilizó el banner utilizado por el mismo póster donde se contempla la información, pero solamente en este caso con el texto "Festival Ixchel". De nuevo con los mismos elementos ilustrativos, de conformidad con el concepto "Diversidad Convergente" y para mantener una unidad gráfica.

banner con elementos gráficos



fondo con textura para presentación de ramas artísticas



página de bienvenida 1



página de bienvenida 2

Portadillas

Para las portadillas de presentación de cada rama se utilizó la iconografía anteriormente explicada. Donde el segundo concepto se puede evidenciar también, ya que el mismo tratamiento ilustrativo que tuvo la pieza de póster, también lo tiene cada ícono creado. Utilizando los mismos elementos de apoyo (hojas).

Para la diagramación de cada portadilla se decidió crear rompimientos visuales al posicionar cada ícono variando entre derecha e izquierda.

En cuanto al tratamiento tipográfico se utilizaron las tipografías “Claire Hand” y “Blitz” teniendo unidad con todas las demás páginas. El título de cada portadilla está separado en sílabas, de forma que el ícono pueda tener el protagonismo suficiente y este solamente complemente.

Se utilizó un elemento de apoyo que es un cintillo con textura, que servirá de apoyo para el texto “artistas” buscando su distinción y rompimiento visual con color.

Así también se propone un segundo elemento gráfico de apoyo, el cual es la creación de patrones con el mismo ícono correspondiente a cada rama. De modo que apoye a la ilustración general y se pueda distinguir aún más la portadilla.

Con las diferentes mezclas de estilos y tendencias utilizadas se aporta más al concepto “Diversidad Convergente”.

cintillo de apoyo para texto



elementos gráficos de apoyo para íconos



sección: homenajeadas



sección: audiovisuales



sección: arte urbano



sección: danza



sección: diseño gráfico



sección: escultura



sección: fotografía



sección: instalación



sección: música



sección: pintura



sección: poesía

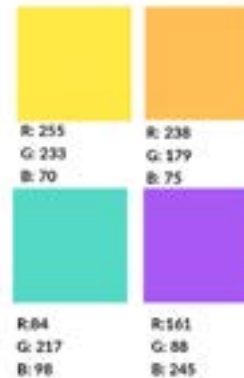


sección: teatro

Páginas interiores, fundamentación general

En las páginas interiores en general, como ya se explicó, se buscó un contraste mayor refiriéndose a la ilustración. Se utilizaron opacidades y elementos sobrepuestos para poder formar combinaciones de color nuevas, teniendo contraste entre estilos, tal como el concepto “Diversidad Convergente” busca tener.

En esta parte del directorio es donde la paleta se limita, para poder tener respiros visuales de los demás artes altamente cargados. Por ello, también se decide tener como fondo general para el texto, un anaranjado claro, de manera que se encuentre unidad pero que el texto pueda ser legible, teniendo tonos oscuros que combinen con el color propuesto.



Pág1. Para la ilustración de la sección de “homenajeadas” se crea una ilustración de diferentes manos queriendo alcanzar algo, saludando, expresando emoción, aplaudiendo etc., lo cual hace referencia a la alegría que crea conocer a una persona que se le reconoce por su trabajo. Además de reconocer el esfuerzo que ha hecho para llegar a esa posición.

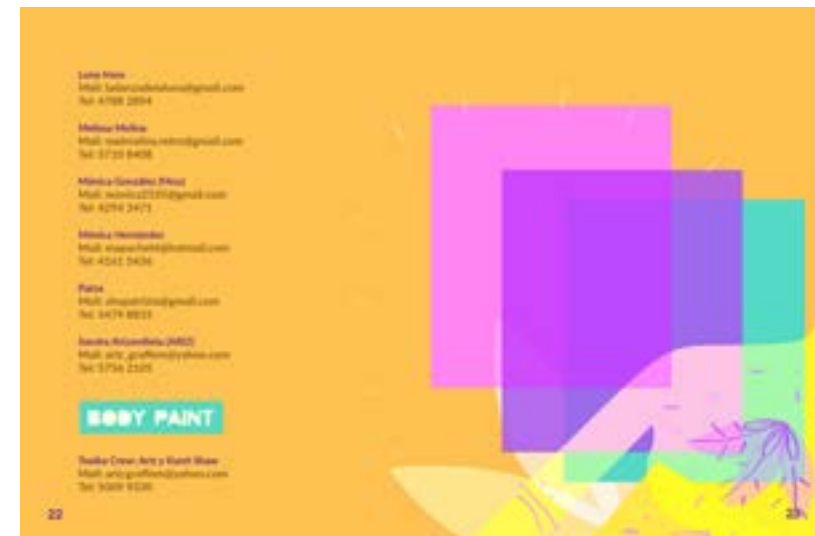


Pág2. En este caso se crea la ilustración de una mano, encendiendo un foco, lo cual quiere transmitir las grandes ideas que las artistas homenajeadas tuvieron y por las cuales están siendo reconocidas.



Pág1. Arte urbano contiene elementos distintivos, por lo cual se decide utilizar el más grande elemento para dicha disciplina, una lata de aerosol, identificando la labor de cada artista dentro de esta rama.

Pág2. Se aprovechó la rama de bodypaint y se crea un cuerpo con diferentes gráficas dibujadas sobre él.





Pág1. Rama que también posee elementos distintivos, para estas primeras páginas se decide tener tickets de cine, haciendo énfasis a los cortos y películas creados por diferentes artistas.

Pág2. Se tiene otro elemento muy distintivo, pizarras que indican el corte de una escena, el tiempo, etc.



Pág1. La danza viene estrechamente relacionada con la música, por lo cual se utilizaron 2 corcheas, apoyándose de la repetición para crear una composición más atractiva.

Pág2. Se propone un disco de acetato y un toca discos, por la relación que tiene con la música, la danza.

Pág 3 y 4. Se decide utilizar un elemento distintivo de la danza, que son los pies. Por lo cual se crean pies en pose de baile y para la página siguiente, se propone una grabadora por lo anteriormente explicado de la relación con la música.



Pág 1 y 2. Para diseño gráfico se propuso composiciones geométricas que identifican al diseñador como un manipulador de formas y para la página siguiente, elementos distintivos de un diseñador: un lápiz, un pen digital y un rapidógrafo.





Pág 1 y 2. En escultura para la primera ilustración se crea una abstracción desde un cuadrado hasta un círculo, haciendo referencia a la capacidad del escultor de transformar objetos. Para la página siguiente, elementos reconocidos de un escultor, cincel y martillo.

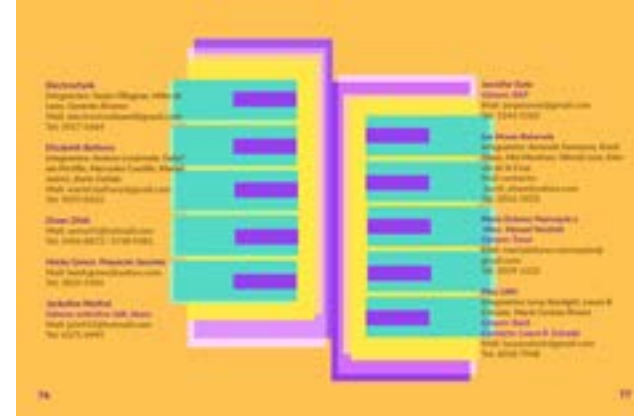


Todas las páginas. Para fotografía se escogieron elementos que fueran fáciles de reconocer y se vincularán con la fotografía, siendo estos los siguientes: rollos de fotos, lente de cámara, cámara fotográfica, fotografías y los llamados “softbox” utilizados para fotografía profesional.



Pág 1 y 2. Se utilizaron obviamente figuras geométricas, las cuales por su posición transmiten estar colgadas del techo como la página 1 o estar ordenadas dentro de una composición como en la página 2. De tal forma que el concepto de “instalación” se logrará transmitir de forma clara, pero por medios abstractos.





Todas las páginas. Para dicha rama se eligieron también elementos altamente conocidos e identificables, primero un micrófono, seguido por cuerdas de guitarra, teclados y discos de acetato. Organizados estratégicamente para apoyar el texto en cuestión.



Todas las páginas. Utilización de elementos representativos de la pintura: brochas, pinceles, canvases pintados, paleta de colores y botes de pintura. Buscando que las artistas se sientan identificadas y el usuario pueda identificar cada rama.





Todas las páginas. Elementos identificables de la poesía: lápiz, pluma, globos de diálogo y tinta. Basándose en ilustraciones simples, puntuales y altamente reconocibles.





Pág 1 y 2. Propuesta de sillas de director, que tanto en el cine como en el teatro se encuentran, además del ya mundialmente conocido ícono del teatro “la tristeza y la alegría” haciendo referencia a la actuación.

Cada ilustración fue creada con el fin de ser altamente reconocible tanto por el usuario como para las artistas, de modo que puedan ver ejemplificadas las diferentes herramientas o símbolos que representan su talento en alguna de las ramas del arte.

El estilo radica en el concepto “Diversidad Convergente” así como la decisión de la paleta de color, para la creación de unidad, buscando contraste.

mockup sección "homenajeadas"



mockup sección "teatro"



mockup sección "instalación"



mockup índice general 11 a 12 y bienvenida 3



mockup índice general 6 a 10



mockup páginas de bienvenida



mockup interiores sección "pintura"



mockup interiores sección "diseño gráfico"



mockup interiores sección "arte urbano"

Vista digital, publicado en ISSUU, rama de pintura



Vista digital, publicado en ISSUU, rama de música



Vista digital, publicado en ISSUU, rama de poesía



Vista digital, publicado en ISSUU, portada de teatro

The background features a teal-to-purple gradient with abstract, wavy, hand-drawn lines in white and light purple. The text is centered and reads:

PROPUESTA FINAL
MATERIAL DISCOGRÁFICO

Material discográfico

Formato y soporte

Portada y Contraportada: material a imprimirse en impresión digital, con tamaño abierto de 15x 10 pulgadas y cerrado de 5x5 pulgadas, tiro y retiro. Necesidad de troquel, full color CMYK. En soporte cardboard debido a las propiedades ecológicas, además de aportar más a la imagen del disco en general.

Cuadernillos (booklets): material a imprimirse en impresión digital, con tamaño abierto de 9 x 4.5 pulgadas y cerrado de 4.5 x 4.5 pulgadas. Tiro y retiro, full color CMYK. En soporte couché matte, ideal para el material en cuestión, por la buena calidad y durabilidad.

Impresión en CD: material a imprimirse en impresión digital, con tamaño 5x5 pulgadas, full color CMYK.

Tipografía

Para el material discográfico se buscó tipografías que contrastaran entre sí. Y debido al concepto “Diversidad Convergente” se decidió una tipografía serif y otra manuscrita script. La última destinada para titulares y otros textos de apoyo en ilustración, la cual fue hecha utilizando una Tablet digital, apoyando en este caso el verdadero ser de la banda, de característica libre y compleja. Y por otro lado la serif “Kreon” destinada únicamente a texto.

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

Kreon



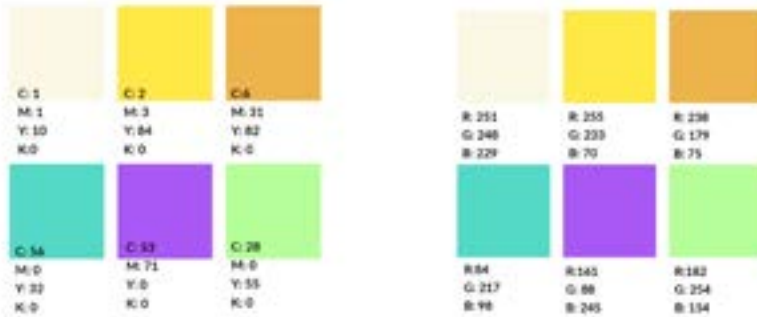
Script manuscrito

Paleta de color

La paleta de color utilizada se basa en el análisis anteriormente creado para las piezas de Festival Ixchel, donde se mezclaron tonos cálidos y fríos. En este caso, la misma paleta es utilizada, empleándolos de otra manera, la cual cambia los sentimientos a transmitir. Los cuales siguen siendo festividad, pero con propiedades más artísticas y no tan rígidas como el material anterior.

Además, para el uso fotográfico se decide utilizarse a blanco y negro con degrade de color oscuro que combinase con el fondo ya propuesto, para destacarlo de la paleta de color. Pero a la vez complementándose con él, haciendo una composición uniforme.

Utilizando diferentes combinaciones de color para cada canción apoyando junto con la ilustración, la letra de la misma. Buscando transmitir un mensaje.



Tendencia

La tendencia utilizada es llamada “ilustración fusión” que es un híbrido entre lo análogo y digital. Por ello, la mezcla de fotografía con texturas, que brinda un nuevo concepto para la fotografía, utilizando diferentes medios como la ilustración y poder crear sobre imágenes ya establecidas y de características reales, para poder crear nuevos mensajes.

Basándose en esta tendencia se tomó cada fotografía, analizando en que canción se acoplaría y que ilustración reforzaría lo que la misma trata de transmitir.

Ilustración

Siguiendo con la explicación anterior, se creó una ilustración para cada canción, agarrando de base la fotografía. Se tomaron fotografías de instrumentos de cada artista y se manipularon con ilustración fusión para ilustrar cada letra de cada canción, su sentimiento y su mensaje.

Decisión que se basa en el concepto “Diversidad Convergente” al unir algo tan antiguo como la pintura con algo aparentemente con la fotografía, en un estilo contemporáneo.

Ejes

Para el material en cuestión los ejes fueron más libres, siempre dándole más relevancia a la ilustración fusión, tomando en cuenta el contenido de cada canción. Los ejes en cuanto a la diagramación de cada canción van cambiando, no son estáticos, lo cual le brinda al material rompimientos visuales y dinamismo.

muestra de utilización de texturas



Elementos gráficos de apoyo

Como se explicó en la ilustración fusión, la ejecución de diferentes texturas por medio de pintura digital, le agrega a la fotografía un valor agregado que logra transmitir más. Por lo cual se decidió por específicos “brushes” que crearán la textura requerida y que pudieran contrastar con la fotografía y crear una imagen artística.

Portada y contraportada

Para el arte de portada se decidió junto con la banda Na'ik Madera, tener una fotografía grupal que guardara el mismo estilo trabajado a lo largo de todo el CD, decisión que pasa a un segundo nivel de importancia, ya que se mueve hacia la parte interior del disco, teniendo al saxofón un instrumento que refleja la diversidad en la música, como el protagonista del disco, posicionándose en la portada. Además de una propuesta de empaque de disco que la agrupación no había intentado aún. Un empaque de 3 caras con espacio para 2 cuadernillos de canciones, dicho empaque necesitará de un troquel bastante simple para poder obtener la caja para el disco en sí. (ver en el arte presentado).

Se utiliza la misma paleta de color, utilizada a lo largo de todo el disco, así como el tratamiento tipográfico y los elementos de apoyo.

Teniendo el logotipo de la banda en ambas caras del disco (contraportada y portada) necesario para identificarse con el usuario. Además, el empaque contará con un sostenedor de plástico que contendrá el futuro cd, de modo que se eviten problemas con el mismo al momento de manipularlo.





disco final portada

El arte del disco final contiene únicamente el nombre del disco y el logotipo de la banda, además de elementos gráficos de apoyo. Buscando solamente la unidad y la apropiada identificación de la banda para con su material discográfico.

Portadillas



portadilla 1



portadilla 2

Se proponen portadas para los cuadernillos a crear, donde se establecen los nombres de las canciones que se presentarán en cada uno, a modo de guiar al usuario en todo momento, cada vez que utilice su disco.

Las canciones se deciden escribir en letra serif a diferencia de cómo están escritos en las páginas interiores, para su mejor reconocimiento y entendimiento.



mockup final de portada para portadilla

Las portadillas cuentan con un color blanco de fondo de forma que no interrumpen con el diseño general del retiro del disco, ya que el mismo cuenta con mucho color. Se utilizan, además los mismos elementos de apoyo que se han abordado a lo largo de la imagen para guardar unidad y se posicionan los nombres de las canciones en la portada de forma que se pueda identificar el contenido desde el momento en el que se abre el material. Los colores que predominan son el morado y el turquesa, distintivos de la imagen del proyecto.

Páginas interiores, fundamentación general

El arte presentado en cada canción y las analogías creadas, responden al concepto “Diversidad Convergente” de una forma diferente a lo propuesto en el anterior material, en este caso es más artístico, tratando de plasmar a la banda Na'ik Madera en cada decisión.

Utilizando los ejes/retícula para crear dinámicamente, aprovechando la gráfica y la tipografía. Para los titulares se utilizó tipografía manuscrita script y para el texto de canciones, sans serif “Kreon” creando contraste y balance. Respondiendo al concepto creado.

Además de utilizar la paleta de colores estratégicamente en cada canción, a modo de apoyar el mensaje de la canción a llegar al usuario no solo por medio de la gráfica.

La ilustración fusión es utilizada además como un medio de complemento, creando así una gráfica completa y funcional. Aportando perspectiva a la implementación del arte, yendo de la mano con el concepto creado.

"Soñar despierta"



introducción canción



páginas siguientes

Para la canción en cuestión se propuso primero una fotografía de guitarra, siendo obviamente tocada por un miembro de la banda. La razón de ello radica en la letra de la canción: "cierra los ojos y ve lo que quieras". De modo que, se aprovecha el orificio de la guitarra donde la música se crea. Por ello, se hace una analogía que en vez de salir notas musicales de la guitarra como normalmente se ilustraría, salen ojos, volando por doquier. Haciendo alusión así también a la letra de la canción.

Y para las páginas restantes se utiliza el mismo gráfico, guardando unidad con las anteriores. Tomando como complemento la paleta de color, donde predomina el turquesa o celeste, transmitiendo calma y tranquilidad.

"Caminito"



introducción canción



páginas siguientes



páginas siguientes

La letra de la canción “caminito” dice “guíame por ese sueño que no conozco” letra que fue aprovechada para crear diferentes líneas yendo para diferentes puntos, haciendo alusión a un mapa de tren. Aprovechando también los trastes del mástil de la guitarra.

Repetiendo dichos elementos en las páginas que le prosiguen, guardando unidad. Utilizando el color naranja como predominante para transmitir “energía”.



introducción canción

"¿De que se trata la trata?"

La canción presentada habla sobre como la trata de personas destruye vidas y privatiza a seres humanos. Normalmente la trata de personas es representada por cadenas, rejas, obstáculos, etc.

Por lo cual se propuso, ayudándose de la forma de un acordeón, una serie de líneas puestas de tal forma que transmitieran exactamente a una reja. Transmitiendo impedimento, ser indefenso y estar atrapado. Cuya paleta de color apoya el concepto, al ser el color amarillo un transmisor de "alerta".



páginas siguientes

"Ha' (agua)"



introducción canción y únicas páginas

En "ha' (agua)" se utilizó de nuevo la forma de un acordeón, pero esta vez la textura del cuerpo en sí para poder crear una alusión al agua, donde pájaros están saliendo de ella. Conforme a lo que la letra de la canción menciona: "nacé libre, nacé viva, nacé fresca". Apoyado por su paleta de color, en su mayoría celeste.

"Como quien no sabe"



introducción canción



páginas siguientes

"Nació para cantar, nació para bailar", para esta canción se propone la ilustración de un corazón a modo de representar pasión, sobre unos bongos siendo utilizados en el momento por una miembro de la banda.

A modo de representar libertad, felicidad, latidos de corazón al poder disfrutar lo que se hace. Apoyado por una paleta de color que transmite frescura, entre el verde y amarillo.

Y teniendo como apoyo para las páginas siguientes, la letra de la canción "báilalo, gózaló" a modo de enfatizar en la letra.

introducción canción



"La mina que contamina"

Dicha canción es exactamente una canción de protesta, donde se transmite el inconformismo por el abuso de las minas a los recursos naturales del país y como afectan a distintas poblaciones aledañas. Por ello, se utiliza el saxofón haciendo una analogía con voces o megáfonos gritando al unísono: ¡represión!, ¡organización!, el ¡agua es vida!, coro de la canción.

Apoiado por la paleta de color, en su mayoría anaranjado, tratando de transmitir energía. Conservando la misma idea de utilización de palabras en las siguientes páginas.

páginas siguientes



"Mi Guatemala"

Tal y como el título menciona, la canción habla sobre Guatemala y todas sus facultades. Por lo cual se aprovechó el tambor de batería para ilustrar sobre él un barrilete, decisión tomada al tratar de no caer en el cliché para representar al país.

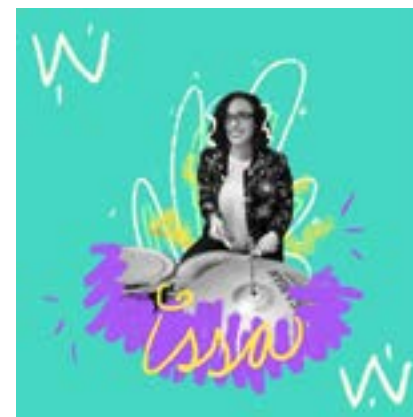
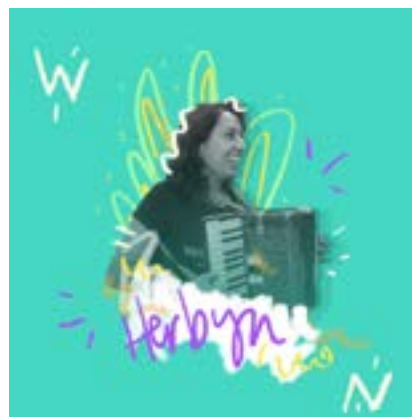
Se apoya por la paleta de color, principalmente en celeste, como el cielo. Teniendo diversos barriletes alrededor apoyando el concepto general.

introducción canción



páginas siguientes

Presentación de artistas



Se propone también la oportunidad de crear artes que presenten a cada miembro de la banda entre canciones, para poder crear un vínculo con su grupo objetivo. Presentando el nombre de cada una, tocando e instrumento en el cual cada una es experta.

Dichos artes varían en su paleta de color a modo de crear dinamismo, pero conservan su unidad, así como el uso de la tipografía script manuscrita. Y elementos de apoyo gráficos de textura, presentando un material de alto contenido artístico.



mockup presentación de artistas



mockup de canción "como quien no sabe"

mockup canción "la mina que contamina"



mockup canción "?de qué se trata la trata?"



PROPUESTA FINAL

estrategia BTL,

material multimedia y estrategia

redes sociales

Estrategia BTL

La imagen creada para la estrategia BTL y material multimedia funcionan únicamente como una extensión de la gráfica ya propuesta, por lo cual el uso tipográfico, paleta de color, elementos de apoyo y estilo gráfico son exactamente los mismos que se utilizaron en las demás piezas, de forma que se mantuviera la unidad y le fuera fácil al grupo objetivo de reconocer.

La pieza creada para estrategia BTL es un póster interactivo, característica que se le es brindada por el manejo de un código QR, que al momento de escanearlo con una aplicación especial lleva a un enlace predeterminado. En este caso, los enlaces corresponderán a los dos videos que se crearon para apoyar la pieza de póster. Dicha pieza está destinada a estar presente en centros culturales y educativos, donde Na'ik Madera ya ha hecho presencia anteriormente con Festival Ixchel, siendo estos lugares como el Instituto Guatemalteco Americano, IGA, que es donde se planea el evento de lanzamiento del material discográfico. Casa Cervantes, lugar que presta sus instalaciones para tener los discos a la venta y Universidad de San Carlos de Guatemala, otras universidades y centros culturales serán yendo añadidas conforme los miembros de la banda soliciten permisos especiales para pautar dentro de instalaciones.

Es necesario mencionar que la elección de las canciones a las cuales se les crearía material multimedia y póster interactivo, dependió únicamente de la banda Na'ik Madera, siendo canciones que estaban previamente grabadas, siendo sus favoritas para representar el disco “¿de qué se trata?”

Formato y Soporte

Los pósters son tamaño 11x17 pulgadas, destinados a imprimirse en papel opalina por su buena adaptación de color, en full color, CMYK y en impresión digital.

Eje y retículas

Se propone una diagramación que de paso al grupo objetivo a poder escanear e identificar el código QR sin ningún problema, haciéndolo junto con la ilustración un punto focal, acompañado de redes sociales, el logotipo de la banda e información de complemento tal como canal de Youtube y se identificó que era necesario mencionar que aplicaciones se podían utilizar para poder escanear el código, las cuales, con muy fáciles de entender, además de ser gratuitas. Se coloca el canal para aquellos que no puedan tener oportunidad o no deseen en el momento escanear el código y puedan buscar directamente en la página de Youtube el canal de la banda o el nombre de la canción, que se hace presente al igual que el nombre del disco, de forma que se posicione en la mente de dichas personas y se les haga fácil identificarles.

La decisión de las canciones cómo se mencionó con

anterioridad fueron decisión de la banda y se escogieron las siguientes: “soñar despierta” y “la mina que contamina” dichas canciones condicionaron la imagen de los pósters, ya que se utilizaron los instrumentos que graficaron a esas canciones dentro del disco. Siendo la guitarra para “soñar despierta” y el saxofón para “la mina que contamina” que es también el instrumento usado para la portada del disco, lo cual se utiliza cómo un posicionamiento de imagen en el grupo objetivo para el futuro lanzamiento. Se decide utilizar dos canciones, a modo de tener cierto nivel de variedad que cumple con el concepto “Diversidad Convergente”.

póster final "soñar despierta"



mockup póster final "soñar despierta"

mockup póster final "la mina que contamina"



póster final "la mina que contamina"



Material multimedia

Para la creación de los videos se utilizó en el caso de “soñar despierta” 1 minuto con 20 segundos, abarcando alrededor de 3 estrofas, de modo que se diera al grupo objetivo una idea de lo que sería la canción completa, incitando a querer conocer más sobre ella. En el caso de “la mina que contamina” se cuentan con aproximadamente 50 segundos que abarca también alrededor de 3 estrofas, el cambio entre la canción anterior y esta, es que la segunda tiene un ritmo más rápido por lo que abarca más contenido.

Se utilizó la técnica de tipografía kinética de motion graphics para apoyar la idea de dar un extracto de la canción con su letra siendo a la vez complementada por la ilustración de íconos de palabras que dieran oportunidad a graficarse y hacer que el grupo objetivo se interese por conocer más sobre el material.

La paleta de color, decisión tipográfica y estilo ilustrativo recaen en la imagen creada para el material discográfico como se explicó con anterioridad. Las ilustraciones se basan en el uso de tipo manuscrito con textura y la tipografía se alterna en uso script también de carácter manuscrito, complementado con serif, tal y como se plantea para el disco en general.

La animación guarda unidad entre sí no sólo con la gráfica, sino también con el posicionamiento y animación de cada elemento, la cual es bastante simple y busca únicamente ser un entretenimiento, pero a la vez mostrar adecuadamente la información que conlleva, yendo cuadro a cuadro con la letra de la canción.

En ambas canciones se propone una introducción mientras la letra de la canción empieza y se termina con el nombre del disco, el logotipo de la banda y las redes sociales. Información que se complementa en la parte de descripción del video teniendo enlaces directos a las diferentes redes presentadas al final de cada uno.

Canción: "Soñar Despierta"



que
no eran
las que debía

EN
CON
TRAAAR

per estuve
di da

estuve
eeeeeh

taan
confundida

hoy voy a
compartir
mi más grande
tesoro



frames de animación para canción "soñar despierta"

Canción: "La mina que contamina"



nosotros
queremos
pinar
pero la avaricia
NO sabe escuchar



miro la
montaña
y lloro al verla
tan carcomida



es como si un raro
m nstruo

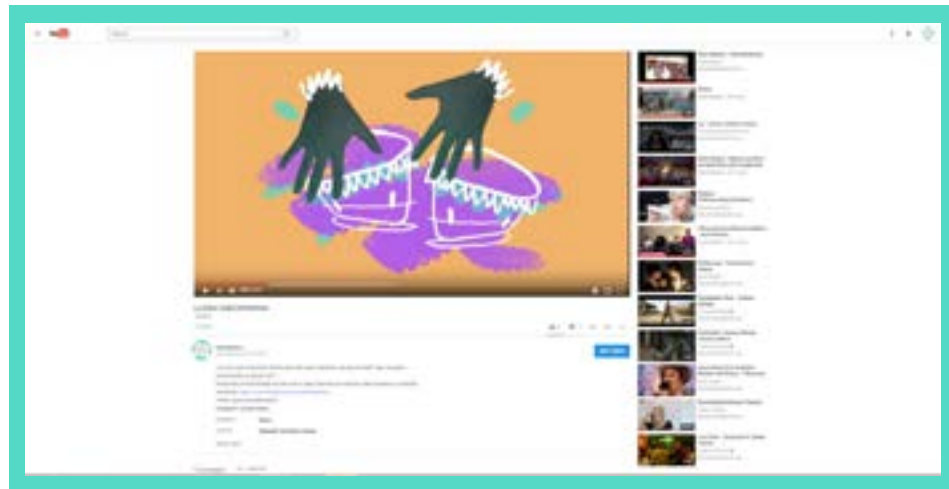
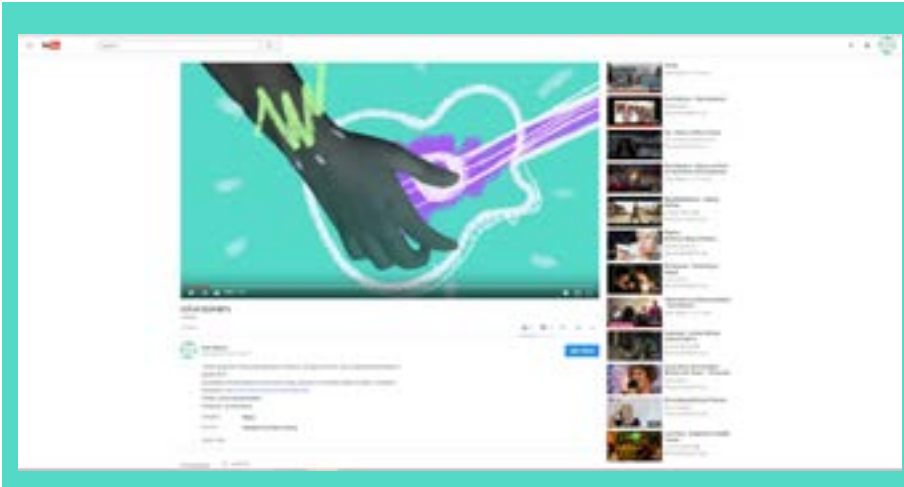


¿Será
que eso es
DESARROLLO
DESARROLLO
DESARROLLO
DESARROLLO
DESARROLLO?



frames de animación para canción "la mina que contamina"

visualización de contenido multimedia, canción "soñar despierta"



visualización de contenido multimedia, canción "la mina que contamina"

Estrategia en redes sociales

Material discográfico

La estrategia en redes sociales recae en Facebook, Instagram y complementando con información únicamente Twitter, decisión basada en la información recopilada de grupo objetivo por medio de las encuestas realizadas para conocer el mismo, donde se marcó una preferencia por redes como Facebook e Instagram.

La gráfica de la estrategia presente, es una extensión de la gráfica propuesta para el disco, tal y como se explicó anteriormente. Se tienen dentro de la planeación a 3 posts por semana hasta la semana del lanzamiento donde se incrementan, se alterna dentro del tiempo que se pautará con post estáticos y post a modo de gifs de las canciones protagonistas del material BTL, de forma que se mantenga la interactividad aún en redes sociales.

Formato

Los post cuentan con un tamaño de 960x720 pixeles, decisión que se basa en la investigación realizada acorde a la gráfica para redes sociales a mano de Silva, Juan (2016), que menciona que un tamaño rectangular da lugar a un mejor manejo de elementos y es atractivo a la vista, en cuanto a Facebook se refiere, para Instagram se maneja un tamaño de 900x900 pixeles y para Twitter un tamaño de 1024x512 pixeles, manejando los tamaños que dichas aplicaciones requieren.

Paleta de color y Tipografía

La paleta de color se basa en las combinaciones de color realizadas en el disco en general. Teniendo diferentes combinaciones para distintos tiempos, queriendo transmitir variedad, usando el concepto “Diversidad Convergente” de base. La tipografía recae también en la búsqueda de unidad, intercalando entre serif y manuscrita, utilizando elementos de apoyo previamente decididos en el disco.

Ejes y retícula

La diagramación busca ser sencilla y ser altamente legible, pero con elementos que le diferencien del demás material que se pueda encontrar en las redes sociales. Valiéndose del uso tipográfico y elementos de apoyo para crear jerarquías.

Post para Facebook, Material discográfico



Al aterrizar le quitaron
los papeles y la
rendieron
al mejor postor.

¿de qué se trata la trata?
¿de qué se trata?

La espera está por
terminar
lanzamiento en **2 semanas**
12.08.2017

¡Faltan
3
días!
para lanzamiento del disco.
¿de qué se trata?

¡Sólo faltan
2
días!
Teatro IGA, Zona 4
18:00 hrs.

¡HOY!
lanzamiento del disco
¿de qué se trata?
de
Nafkoo
Madera
Teatro IGA, Zona 4
18:00 hrs.



visualización de posts de Facebook en desktop

Na'ik Madera
Sponsored

Like Page

"¡No venderé la tierra!" nos dice "la mina que contamina".
¡Conoce más de nuestro disco!

El pueblo **sabio** responde:
*no venderé
la tierra*
¡la tierra no tiene dueño!
- La mina que contamina
- ¿de qué se trata?

Disco "¿de qué se trata?"
07 de julio de 2017
CANCIÓN: LA MINA QUE CONTAMINA

20 562 Comments 311 Shares

Like Comment Share

Na'ik Madera
Sponsored

Like Page

"Hoy voy a compartir mi más grande tesoro!" nos dice "soñar despierta".
¡Conoce más de nuestro disco!

Hoy voy a compartir mi más
grande tesoro
Que me ha hecho
encontrar libertad.
- ¿de qué se trata?
- na'ik madera

Disco "¿de qué se trata?"
08 de julio de 2017
CANCIÓN: SOÑAM DESPIERTA

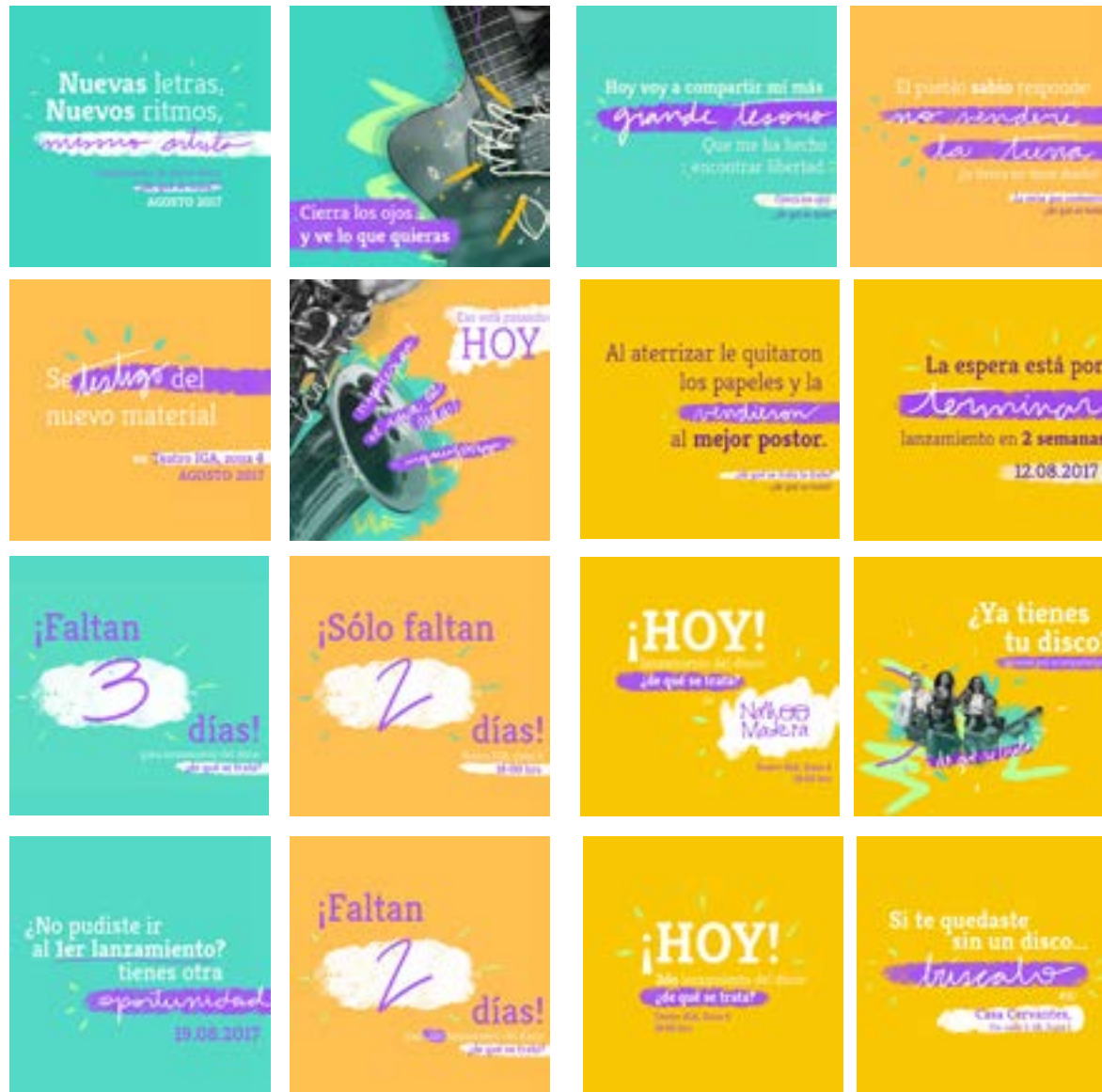
20 562 Comments 311 Shares

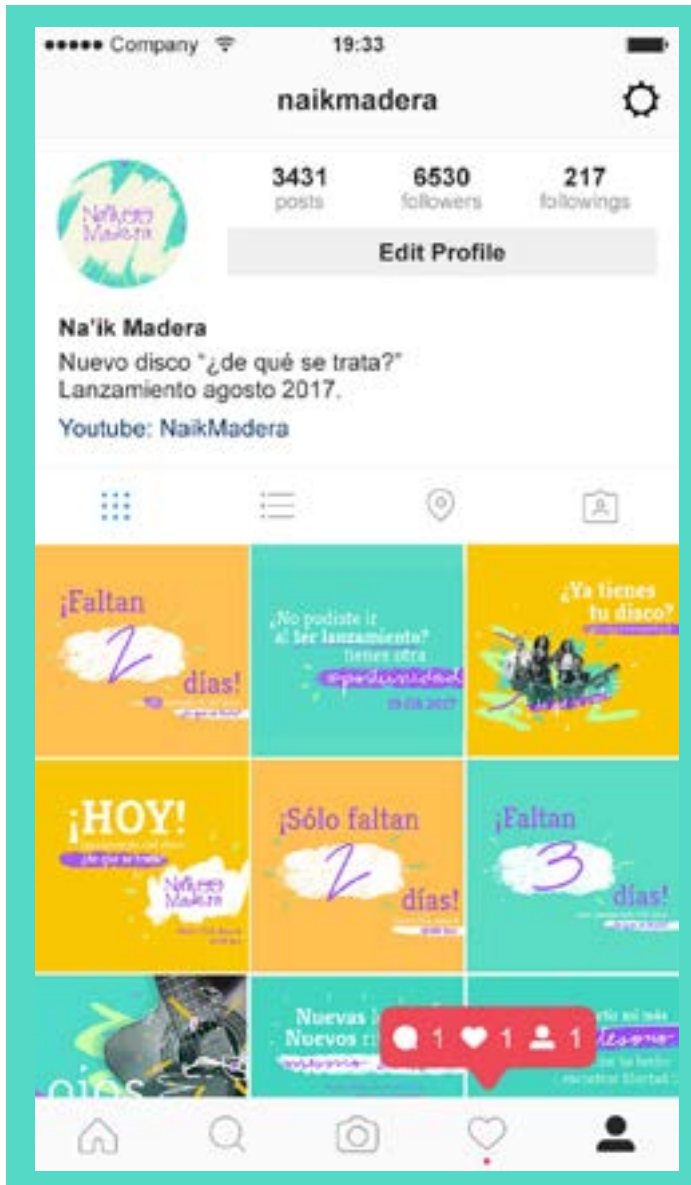
Like Comment Share



visualización de posts de Facebook en móvil

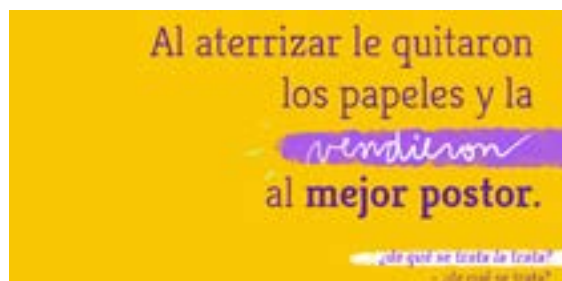
Post para Instagram, Material discográfico





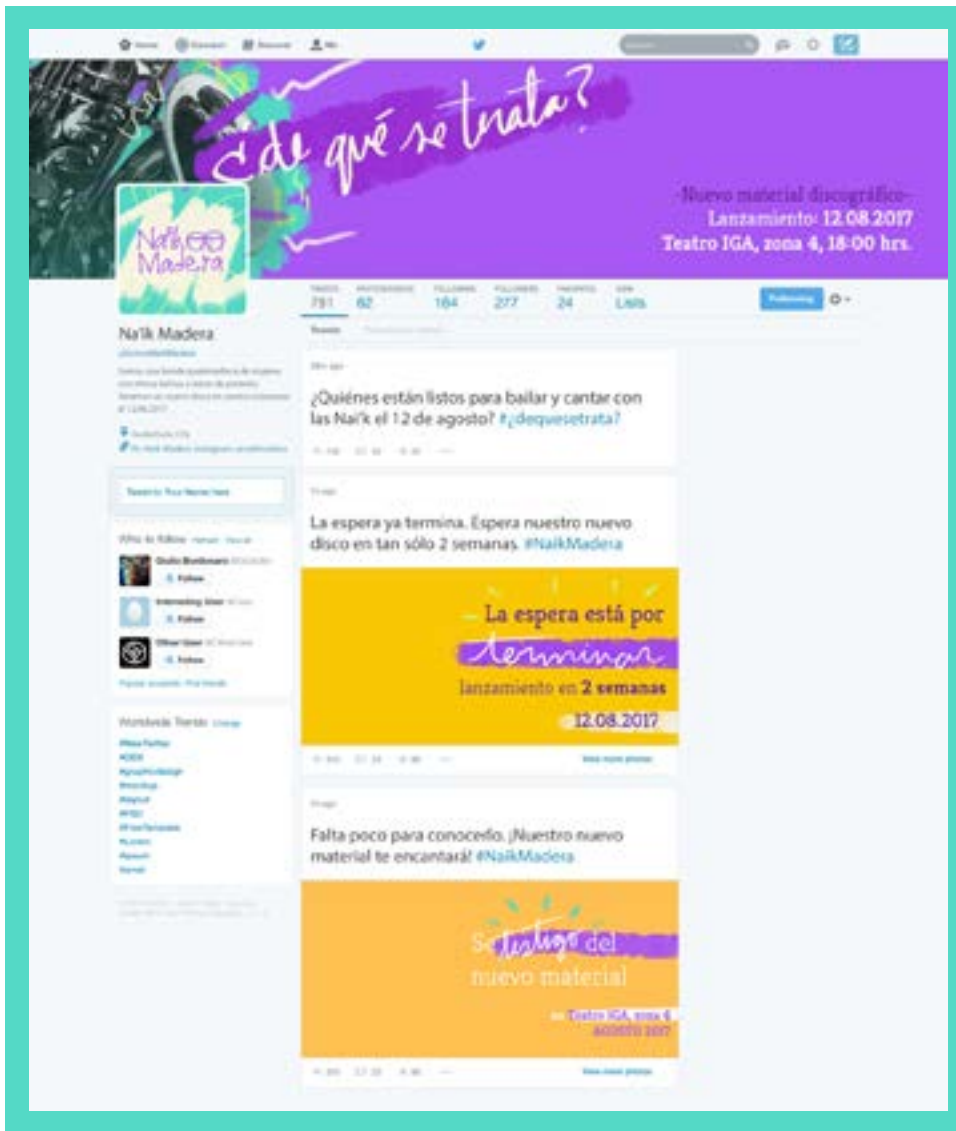
visualización de posts en Instagram

Post para Twitter, Material discográfico



Post para Twitter, Material discográfico





visualización de posts en Instagram

Festival Ixchel

El festival se vale únicamente de Facebook e Instagram, esta última red será creada más adelante ya que en el momento no se cuenta con una, pero se identifica como necesaria para abarcar más personas. La gráfica sigue siendo una extensión de lo presentado para la imagen del festival.

Formato

960x720 pixeles debido a un buen manejo de elementos dentro del formato para Facebook y para Instagram 900x900 pixeles, respetando el tamaño ya estipulado de la aplicación.

Paleta de color y tipografía

Misma paleta de color utilizada para el catálogo e imagen del festival en sí, mismo uso tipográfico incluyendo la letra normalmente usada en ediciones anteriores, en esta pieza se ve más claramente su importancia, para que el grupo objetivo ya asociado con dicho festival guarde una unidad y le siga identificando como antes. Por otro lado, los elementos de apoyo y el uso de las ilustraciones creadas simplemente se adaptan a la gráfica y formato, alternándoles para tener variedad entre post y post.

Ejes y retículas

Se plantea una diagramación con bastante espacio a manera de crear respiros visuales, donde la ilustración funcione como un punto focal claro y luego se llegue al texto informativo. Contiene legibilidad y atractivo visual, guardando unidad con lo creado anteriormente.

Post para Facebook, Festival Ixchel



Post para Facebook, Festival Ixchel



Post para Facebook, Festival Ixchel



Na'ik Madera Sponsored Like Page

Estamos muy cerca de cerrar nuestra convocatoria, tú ¿ya enviaste tu pieza? todavía tienes tiempo...

¡A 2 SEMANAS DE CERRAR!

Enviarnos tu obra para participar solicitando las bases a: festivalixchel@gmail.com

Convocatoria abierta
01 de septiembre de 2017

FESTIVAL IXCHEL

20 562 Comments 311 Shares

Like Comment Share

Na'ik Madera Sponsored Like Page

¡Presentamos el nuevo Festival Ixchel!
La convocatoria queda oficialmente abierta para todas las artistas

FESTIVAL IXCHEL
/CONVOCATORIA ABIERTA 2017/

Convocatoria abierta
01 de septiembre de 2017

FESTIVAL IXCHEL

20 562 Comments 311 Shares

Like Comment Share

visualización de posts de Facebook en desktop

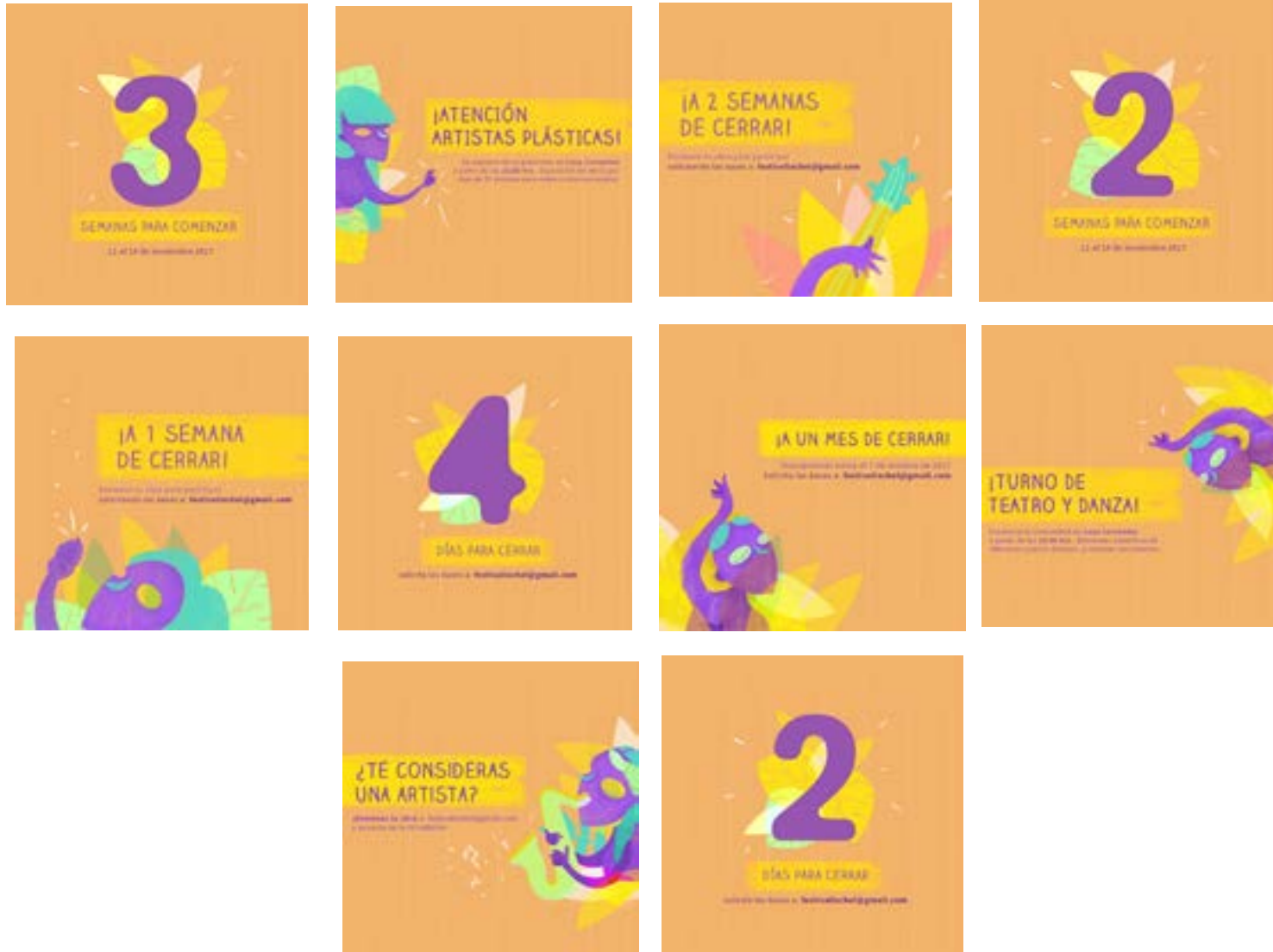


visualización de posts de Facebook en móvil

Post para Instagram, Festival Ixchel



Post para Instagram, Festival Ixchel





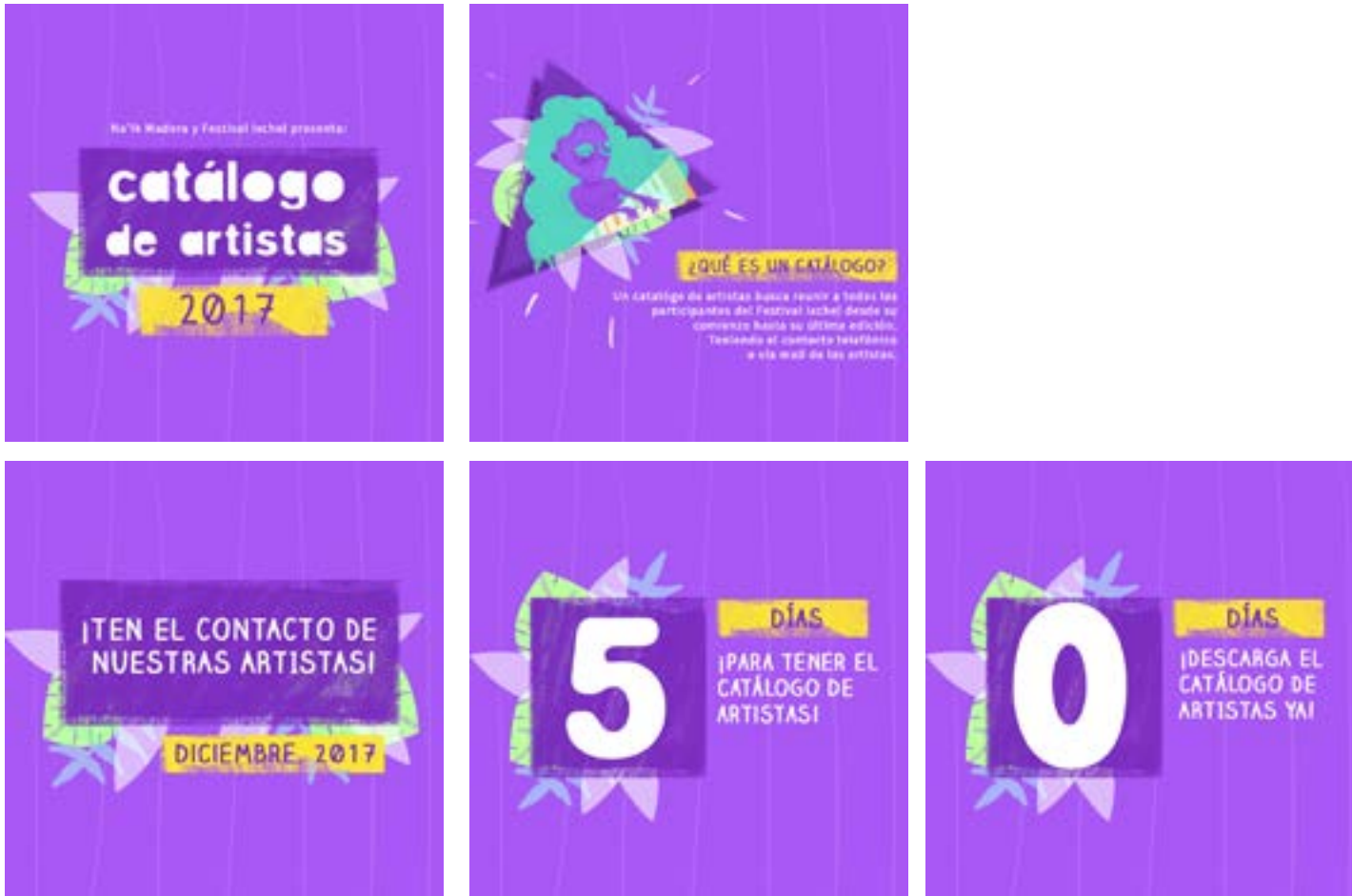
visualización de posts en Instagram



Catálogo de artistas

Es una extensión de la imagen del festival, utilizando una combinación de color diferente. Guarda la misma diagramación y uso tipográfico, teniendo en la paleta de color una prominencia del morado, el cual es un color muy usado en la gráfica del catálogo de artistas, así como el uso de elementos como las hojas, que se usaron para complementar el texto informativo.

Posts para Instagram



Na'ik Madera
Sponsored

Like Page

¡Tenemos una sorpresa para todos!

Na'ik Madera y Festival Tachel presenta:
catálogo de artistas
2017

Convocatoria abierta
01 de septiembre de 2017
FESTIVAL DICHEL

20 562 Comments 311 Shares

Like Comment Share

Detailed description: This is a Facebook post from the page 'Na'ik Madera'. The post is sponsored and features a purple background with a collage of colorful paper scraps. The main text reads 'Na'ik Madera y Festival Tachel presenta: catálogo de artistas 2017'. Below the graphic, it says 'Convocatoria abierta 01 de septiembre de 2017 FESTIVAL DICHEL'. At the bottom, there are engagement metrics: 20 reactions, 562 comments, and 311 shares, along with 'Like', 'Comment', and 'Share' buttons.

Na'ik Madera
Sponsored

Like Page

Nuestro nuevo catálogo busca darte el contacto de cada una de nuestras artistas desde 2009 hasta 2017.

¡TEN EL CONTACTO DE NUESTRAS ARTISTAS!
DICIEMBRE, 2017

Convocatoria abierta
01 de septiembre de 2017
FESTIVAL DICHEL

20 562 Comments 311 Shares

Like Comment Share

Detailed description: This is a Facebook post from the page 'Na'ik Madera'. The post is sponsored and features a purple background with a collage of colorful paper scraps. The main text reads '¡TEN EL CONTACTO DE NUESTRAS ARTISTAS! DICIEMBRE, 2017'. Below the graphic, it says 'Convocatoria abierta 01 de septiembre de 2017 FESTIVAL DICHEL'. At the bottom, there are engagement metrics: 20 reactions, 562 comments, and 311 shares, along with 'Like', 'Comment', and 'Share' buttons.

visualización de posts de Facebook en desktop



visualización de posts de Facebook en móvil



visualización de posts de Instagram

Foto de perfil y foto de portada para Facebook, Festival Ixchel



foto de perfil, Na'ik Madera



foto de portada Na'ik Madera

Se crean artes para foto de perfil y foto de portada para unir toda la imagen de estrategia en redes que se propuso. Por lo cual, el diseño utilizado en base a tipografía, manejo de color, fotografía y diagramación es exactamente el mismo, al igual que los elementos gráficos de apoyo. Para la foto de perfil se decide colocar obviamente el logotipo de la banda con los mismos recursos gráficos que se plantearon en el diseño del disco para crear unidad.

En el caso de la portada, se tiene el mismo arte que en la portada del disco y se brinda información acerca de la fecha y lugar donde tomará lugar el futuro lanzamiento, de forma que cualquier persona que entré a la página, ya sea nueva o no pueda tener a la mano esta información.



visualización de foto de perfil y foto de portada de página de Na'ik Madera

Foto de perfil y foto de portada para Facebook, Na'ik Madera



foto de perfil, Festival Ixchel



foto de portada, Festival Ixchel

Se requiere de una imagen gráfica para foto de perfil y foto de portada en la red social Facebook también, que ayude a enlazar la estrategia en redes propuesta. Por lo cual, la gráfica creada solo se ajusta a los parámetros establecidos en cuestión de tamaño.

Para la foto de perfil se propone el ícono utilizado normalmente por el festival para representarse que son las iniciales del mismo, FI, a modo de mantener el diseño reconocible y directo.

En el caso de la foto de portada se utiliza uno de los íconos creados para identificar cada rama, se escoge danza por el dinamismo que contiene la ilustración, lo cual lo hace llamativo y se tiene la información necesaria sobre el festival para que el grupo objetivo pueda estar al tanto de ella.



visualización de foto de perfil y foto de portada de página de Festival Ixchel



PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

Especificaciones técnicas

Para poder entender de una mejor manera los aspectos técnicos de cada pieza, se enlistarán y describirán a continuación.

Póster Festival Ixchel

Nombre del archivo: POSTER FESTIVAL IXCHEL.ps (archivo editable) y POSTER FESTIVAL IXCHEL.jpg, el archivo editable debe entregarse al cliente ya que el Festival no tiene fecha asegurada aún, por lo tanto, es necesario para realizar cambios en un futuro.

Descripción: Póster o afiche. Tamaño 11x17 pulgadas, realizado en Adobe Photoshop CC 2015, orientación vertical. Modo de color a entregar, en CMYK y RGB, ya que la pieza va destinada tanto para medio impreso como medio digital.

Catálogo de artistas

Nombre del archivo:

DIRECTORIO DE ARTISTAS_2017.pdf

Descripción: Cuadernillo, tamaño en medida abierto 12x8 pulgadas, en medida cerrada 6x8 pulgadas. 116 páginas, 58 hojas. Tiro y retiro, realizado en Adobe Photoshop 2015 y Adobe InDesign CC 2015. Modo de color a entregar, CMYK y RGB, el material va destinado para ambos medios.

Material discográfico

Nombre del archivo: ARTE TROQUEL 4TO DISCO. ai y ARTE 4TO DISCO.pdf se entrega archivo ai, ya que se necesitará de la realización de un troquel específico para crear el empaque del disco. Acompañado obviamente por su archivo final, no editable.

Descripción: Portada y contraportada de material discográfico. Tamaño en medida abierto 15x10 pulgadas y en tamaño cerrado 5x5 pulgadas. Impresión en tiro y retiro, realizado en Adobe Photoshop CC 2015 y Adobe Illustrator CC 2015. Modo de color a entregar, CMYK para su debida impresión.

Nombre del archivo: Cuadernillo1.pdf

Nombre del archivo: Cuadernillo2.pdf

Descripción: Cuadernillos, con tamaño en medida abierto de 9x4.5 pulgadas y en tamaño cerrado de 4.5x 4.5 pulgadas. Impresión en tiro y retiro, realizado en Adobe Photoshop CC 2015 y Adobe InDesign CC 2015. Modo de color a entregar, CMYK, para su debida impresión.

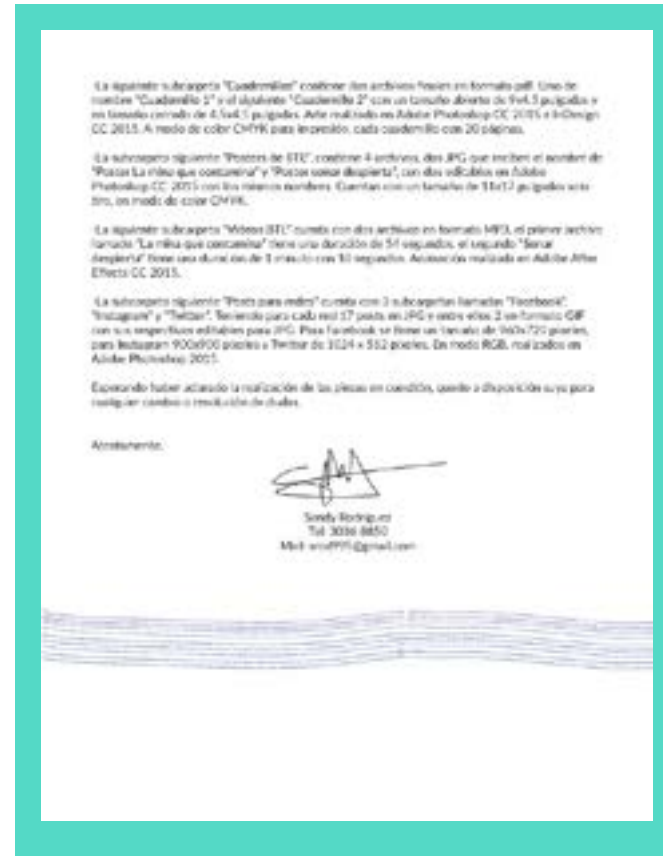
Nombre del archivo: ARTE PARA CD.pdf

Descripción: estampa para CD. Tamaño de 5x5 pulgadas, realizado en Adobe Photoshop CC 2015, modo de color a entregar, CMYK para su debida impresión.

Póster Interactivo

Nombre del archivo: poster1.pdf y póster2.pdf en editable poster1.psd y poster2.psd, se entregan en dos tipos de archivo diferente ya que se puede necesitar algún cambio.

Descripción: pósters tamaño 11x17 pulgadas en papel opalina, en modo de color CMYK, impresión únicamente en tiro. Realizado en Adobe Photoshop CC 2015.



Informe técnico

Se crea un informe dirigido a la representante de la banda Na'ik Madera, Herbyn Galicia y a la diseñadora gráfica, también integrante de la banda, Cristha Quijivix. Donde se evidencia la estratificación del orden de los archivos a imprimir, para optimizar su reconocimiento y ejecución.

Carta al impresor

CARTA AL IMPRESOR

En el CD brindado se encuentran dos carpetas diferentes que contienen los artes para "Festival IACHE" y "Material discográfico".

La carpeta "Festival IACHE" contiene 2 carpetas más, siendo una de ellas "Póster Festival IACHE" y "Catálogo de artistas".

-La subcarpeta "Póster Festival IACHE" contiene una versión editable realizada en Adobe Photoshop CC 2015 y una versión destinada para impresión en formato JPG a alta resolución, con un tamaño de 11x17 pulgadas. Ambos archivos en modo de color CMYK.

-Soporte: papel opalina con acabado en cera.

-La siguiente subcarpeta "Catálogo de artistas" contiene el archivo destinado para impresión, en versión pdf con un tamaño en media abierta de 12x8 pulgadas y en tamaño cerrado de 6x8 pulgadas. En modo de color CMYK. Arte realizado en Adobe Photoshop CC 2015 e InDesign CC 2015.

-Soporte: papel couché mate de granaje 40, material a engraparse por el medio.

-En la siguiente carpeta "Material discográfico" se encuentran 3 carpetas más, que reciben el nombre de "Troquel de portada y contraportada", "Cuadernillo" y "Posters de BTI".

-La subcarpeta "Troquel de portada y contraportada" contiene 4 archivos. Editable en Illustrator CC 2015, donde se encuentra el troquel para impresión, y un documento final en pdf con líneas de corte y excesos. Además de una referencia para poder armar el troquel. Con un tamaño abierto de 25x50 pulgadas y tamaño cerrado de 5x5 pulgadas. Ambos archivos en modo de color CMYK. Arte realizado en Adobe Photoshop CC 2015. Se incluye también un archivo JPG del arte para CD, llamado "arte CD" de tamaño 5x5 pulgadas, con troquel circular en modo de color CMYK y su editable en Adobe Photoshop CC 2015.

-Soporte: textote 20 tira y retina, el material necesita armarse con ayuda de un troquel.

-La subcarpeta "Cuadernillo" contiene dos archivos finales en formato pdf. Uno de nombre "cuadernillo 1" y el siguiente "cuadernillo 2" de tamaño abierto 9x4.5 pulgadas y en tamaño cerrado de 4.5x4.5 pulgadas. Arte realizado en Adobe Photoshop CC 2015 e InDesign CC 2015. A modo de color CMYK para impresión, cuentan con 20 páginas cada uno.

-Soporte: couché mate en granaje 80, tira y retina.

-La siguiente subcarpeta "Posters de BTI" contiene dos archivos en formato jpg a alta resolución con un tamaño de 11x17 pulgadas. En modo de color CMYK. Arte realizado en Adobe Photoshop CC 2015.

-Soporte: papel opalina con acabado en cera.

mockup de referencia para el impresor



Debido a que todos los materiales necesitan imprimirse, se crea una carta dirigida al impresor especificando también donde se ubica cada archivo dentro del CD brindado, que formato y soporte tiene, en que versión de programa fue creado y demás especificaciones. Así como una referencia de cómo se debe de ver el empaque final.

Presupuesto general

La banda Na'ik Madera cuenta con un apoyo monetario desde hace años de parte de ADESCA, "Aporte para la Descentralización Cultural" el cual busca apoyar movimientos sociales y culturales. Además de otros centros de financiamiento como CREA. Pero, a pesar de ello la banda se debe financiar por medios propios haciendo conexiones y contactos para poder crear sus diversos proyectos.

Por lo cual, en la estrategia ya presentada, se tomó la iniciativa de buscar un financiamiento propio por medio de la venta de su 4to disco y de esta manera poder costear el último Festival Ixchel y el lanzamiento del directorio de artistas. Por ello, la banda Na'ik Madera estructuró un presupuesto aproximado de cuánto valdrá la realización del 4to material discográfico y su debida promoción, teniendo en cuenta también diversos factores como coctel de lanzamiento y contemplando a la vez la intervención de terceros y la impresión de materiales relacionados con Festival Ixchel.

Presupuesto que se evidencia a continuación. Recalcando el hecho que la misma banda realizó el siguiente presupuesto tomando en cuenta no solamente materiales gráficos sino tomando a los diferentes eventos como un todo. En el presupuesto presentado hace falta tomar en cuenta piezas que más adelante fueron propuestas, por lo cual se le debe de volver a estructurar en un futuro.

Es necesario mencionar además que el cliente ya cuenta con una imprenta seleccionada, llamada Nawal Wuj, que les ha trabajado todos los materiales tanto propios como para Festival Ixchel desde el comienzo de ambos. A pesar de ello, se quiso cotizar con otras imprentas para poder dar opciones.

Presupuesto de catálogo de artistas e imagen Festival Ixchel

Actividad	Descripción del gasto	Costo por unidad	Cantidad	Aporte de CREA y Red de Gestores	Aporte del ponente	Costo total
Proceso Organizacional	Honorarios para equipo organizador del Festival Ixchel	Q1,000.00	12		Q12,000.00	
Impresión de cuadernillos a full color	Pago de Servicio a Imprenta	Q9.00	1,000	Q9,000.00		
Cóctel de promoción	Pago de Servicio de Alimentos	Q10.00	200	Q2,000.00		
				Q11,000.00	Q12,000.00	Q23,000.00
Total						

Información proporcionada por Galicia, Herbyn (2016)

Presupuesto de lanzamiento y promoción de disco "¿de qué se trata?"

Actividad	Descripción del gasto	Costo por unidad	Cantidad	Aporte de ADESCA	Aporte del ponente	Costo total
Proceso organizacional y creativo	Honorarios para elaboración de 12 canciones	Q1,000.00	12			
Arreglos musicales	Honorarios para arreglos y producción musical	Q 2,000.00	12			
Grabación en material discográfico	Honorarios a Ingeniero y estudio de sonido	Q200.00	12	Q24,000.00		
Impresión de cuadernillos a full color	Pago de servicio a imprenta	Q8.00	1,000	Q9,000.00		
Reproducción de CD's	Pago de servicio a Reproductora	Q9.00	1,000	Q9,000.00		
Lanzamiento de CD	Pago de servicio a teatro, sonido, técnicos	Q10,000.00	1	Q9,000.00		
Cóctel de inauguración	Pago de servicio por alimentos	Q10.00	300		Q3,000.00	
Reconocimiento a ADESCA	Compra de reconocimiento	Q300.00	1		Q300.00	
				Q51,000.00	Q39,300.00	Q90,300.00

Información proporcionada por Galicia, Herbyn (2016)

Cotización externa, centro de impresión GREEN PRINT

En la cotización presente se encuentran precios más accesibles con relación al centro de impresión anterior, lo cual hace al centro en cuestión un lugar que posiblemente se pueda considerar entre las opciones de la banda Na'ik Madera.

COTIZACIÓN			
15 avenida A, 528 zona 13, Ciudad de Guatemala Teléfono: 2011-4494 No: 1088704 Atención: Sandy Rivas Proyecto: Material Gráfico Nombre de empresa: Fecha: 26/04/2017			
DESCRIPCIÓN	CANTID.	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
Alfetas medidas 15x17" impresión en color, Digital	80	Q1210.00	Q10080.00
Adhesivos electrónicos tipo tarjeta papel adhesivo 50", digital	800	Q126.00	Q100800.00
Folleto engastado 1 folio paginas full color tres y retro 6x9" cerrado, papel couché 80 gramas Mate, Imprenta 7 días hábiles	500	Q1248.90	Q624450.00
Folleto engastado 20 paginas full color tres y retro 5x8" cerrado, papel couché 80 gramas Mate, Imprenta 7 días hábiles	1,000	Q126.70	Q126700.00
Empaque tipo tarjeta medidas abiertas 15x5" full color tres y retro impresión 7 días hábiles	500	Q126.50	Q63250.00
			Q100.00
			Q120.00
			Q120.00
FORMA DE PAGO: 50% ANTECIPADO, 40% CONTRA ENTREGA		TOTAL	Q1398,300.00
ORDEN DE COMPRA Y PAGO A NOMBRE DE: GREEN PRINT			
Banco Industrial Green Print # 402-002008-0			
Atentamente: Lic. Pedro Luis Gómez Gerente General M: 2019-0700 pedro.luis@greenprint.com.gt			

SI

SERVINSA
Litografía e Imprenta

Guatemala, 2 de mayo de 2017

SEÑORA
SANDY RODRÍGUEZ
PRESENTE

A continuación, presentamos a ustedes la cotización por lo siguiente:

80 afiches full color CMYK, tamaño 11x17 pulgadas en papel opalina, solo tiro.
Precio Q. 960.00

800 cuadernillos engrapados del medio, full color CMYK, tamaño abierto 12 pulgadas, tamaño cerrado 6x8 pulgadas. Tiro y retro en papel couché mate, gramaje 80, 118 páginas cada uno.
Precio Q. 14,128.00 (pegados del lomo ya que es muy grueso para ir engrapado)

800 troqueles en lexote 14, full color CMYK, tiro y retro, 15x5 pulgadas. Empaque para disco.
Precio Q. 1,760.00

1,000 cuadernillos engrapados por el medio, 5x5 pulgadas tamaño cerrado, tamaño abierto 10x5 pulgadas, full color CMYK, gramaje 80. Tiro y retro de 20 páginas cada uno en papel couché mate.

Precio Q. 2,480.00

800 impresiones para cara de disco, 5x5 pulgadas, full color, adhesivo mate, troqueleado circular.

Precio Q. 1,360.00

Total: Q. 20, 636.00

NOTA:

ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA.

Elementos que proporciona el cliente: Artes finales.

Tiempo de entrega: 6 días hábiles

Condiciones de pago: 15 días

Atentamente,

Karina Domínguez Galdámez
Cel. 3006-1647

Cotización externa, centro de impresión SERVINSA

En la presente cotización los precios bajan aún más que la anterior, teniendo una recomendación de parte de la imprenta con respecto a la impresión del catálogo, lo que se debe tomar en cuenta al momento de su reproducción.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. Se realizó un póster promocional para el próximo Festival Ixchel, edición VIII. El cual será el último Festival a crear de parte de la banda Na'ik Madera, por lo cual se tuvo la necesidad de escoger una gráfica inclusiva que transmitiera a todas las ramas del arte y la diversidad cultural y artística con la que cuenta el país. Proponiendo mezclas en estilos ilustrativos, yendo de la mano con el concepto “Diversidad Convergente” que busca representar la variedad de artistas y arte que existe en el país, así como las oportunidades que la banda crea para su convergencia.

2. Se crea también un catálogo de artistas que reúne a todas aquellas participantes desde la primera edición de Festival Ixchel, en el año 2009 hasta la más reciente en 2014, esperando poder incluir a las futuras artistas de 2017. Para el cual se crearon diferentes iconos para ejemplificar a cada rama del arte, valiéndose de la paleta de color para transmitir el sentimiento de festividad y alegría que el festival es.

Además de tener en ilustraciones contrastantes, usando estilos con textura y estilos geométricos valiéndose de la opacidad y la superposición de colores. Creando nuevas perspectivas, correspondiendo al concepto creado.

3. Pasando al material discográfico en general se propuso una gráfica orientada a un concepto artístico, en el cual se evidencia de mejor manera la propuesta de “ilustración fusión” la cual es un híbrido entre lo análogo y digital. Por ello, se intervino sobre fotografías con diferentes texturas digitales aludiendo a lo análogo. Teniendo también como complemento la paleta de color y la tipografía para transmitir el concepto “Diversidad Convergente”. Así como también usar el mensaje de cada canción para crear analogías con ellas y proponer nuevas formas de dar a entender algo.

4. Se propone también para las páginas interiores, la presentación de artistas por medio de sus fotografías. En las cuales las artistas de la banda posan con su instrumento y al arte se le asignó el nombre de cada una, de forma que puedan crear un vínculo con el grupo objetivo dándolas a conocer de una forma más personal.

5. Se complementa el material creando una estrategia BTL con material multimedia debido a que se busca promocionar la música de la banda Na'ik Madera, así como una estrategia en redes sociales que apoya la anterior, buscando que el grupo objetivo interactúe con lo presentado y se puedan recaudar los medios económicos necesarios para llevar a cabo Festival Ixchel y el catálogo de artistas, manteniéndolo informado y al día con lo que los eventos de lanzamiento discográfico y festival.

Recomendaciones

- 1.** Se recomienda al crear la imagen de un festival, investigar apropiadamente el fin del mismo. Para poder transmitir de una manera adecuada la verdadera esencia de este y poder llegar al grupo objetivo de una mejor manera. Además, se recomienda utilizar colores altamente distintivos y dependiendo del grupo objetivo, utilizarlos de la mejor forma posible.
- 2.** Se recomienda para la creación de un catálogo de cualquier tipo, tener tabulada toda la información correspondiente para que, en el momento de implementar la ilustración, no tener que hacer cambios significativos por diagramación.
- 3.** En la realización de materiales con un fin cultural, utilizar tipografía clara, siempre dependiendo de quién sea el grupo objetivo. Crear por medio de la gráfica puntos de interés o puntos focales, los cuales puedan ser identificados a simple vista.
- 4.** En cuestión de un proyecto correspondiente a material discográfico, sino se puede utilizar fotografías de la banda, utilizar ilustración o medios gráficos que plasmen la esencia del cantante o banda en cuestión. Dándole a la audiencia un pedazo de lo que el artista es e invitar a conocerlo.
- 5.** También se recomienda arriesgarse y experimentar con nuevos estilos o tendencias, mezclándolos creando nuevas formas de presentar una gráfica.
- 6.** Mantener una unidad gráfica notoria en todas las piezas que un proyecto, sobretodo musical o artístico, de forma que el grupo objetivo pueda evidenciar sin ningún problema la gráfica que se le presenta.



REFERENCIA DE IMÁGENES

Referencias de imágenes

Imagen 1. Banda Na'ik Madera. Fuente: goo.gl/KvksMN

Imagen 2. Disco "Expresión de Mujer". Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Imagen 3. Disco "Equilibrio". Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Imagen 4. Disco "Chambeadoras". Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Imagen 5. Tercer póster Festival Ixchel 2011. Fuente: goo.gl/BbA6ZZ

Tabla 1. Análisis general, Festival Ixchel 2009-2013. Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Tabla 2. Análisis general, Festival Ixchel 2009-2013. Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Imagen 6. Disco "Expresión de Mujer". Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Imagen 7. Disco "Equilibrio". Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Imagen 9. Disco "Chambeadoras". Fuente: proporcionado por la agrupación Na'ik Madera.

Imagen 10. Póster Festival Ixchel 2010. Fuente: goo.gl/VChYcx

Imagen 11. Póster Festival Ixchel 2011. Fuente: goo.gl/OJtSf9

Imagen 12. Bases de Participación, Festival Ixchel 2011. Fuente: goo.gl/OBPhxq

Imagen 13. Póster Festival Ixchel 2012. Fuente: goo.gl/SjlnQs

Imagen 14. Cover para Facebook Festival Ixchel 2012. Fuente: goo.gl/CoC3Sc

Imagen 15. Póster Festival Ixchel 2013. Fuente: goo.gl/yWquFN

Imagen 16. Póster Festival Ixchel 2014. Fuente: goo.gl/iaQKKy

Imagen 17. Rebeca Lane. Fuente: goo.gl/gMKMSI

Imagen 18. Disco "Dulce Muerte" de Rebeca Lane. Fuente: goo.gl/6YCpww

Imagen 19. Imagen de promoción, festival "Ellas Crean". Fuente: goo.gl/y2iBrb

Imagen 20. Festival "Ellas Crean", publicidad. Fuente: goo.gl/N3LdGW

Imagen 21. Disco "La bala" de Anita Tijoux. Fuente: goo.gl/VaBM65

Imagen 22. Disco "Calaveritas" de Anita Tijoux. Fuente: goo.gl/1RjuNO

Imagen 23. Disco "Vengo" de Anita Tijoux. Fuente: goo.gl/UFTnGF

Imagen 24. Disco "Alma Mestiza" de Rebeca Lane. Fuente: goo.gl/phCuaD

Imagen 25. Disco "Corazón Nomada" de Rebeca Lane. Fuente: goo.gl/iWS27R

Imagen 26. Disco "Poesía Venenosa" de Rebeca Lane. Fuente: goo.gl/2Y5DiX

Imagen 27. Afro Fusión, pieza informativa. Fuente: goo.gl/YNI4gZ

Imagen 28. Afro Fusión, pieza informativa. Fuente: goo.gl/YNI4gZ

Imagen 29. Afro Fusión, póster. Fuente: goo.gl/YNI4gZ

Imagen 30. Jazz Art Festival, primer estilo de póster. Fuente: goo.gl/v38mli

Imagen 31. Jazz Art Festival, segundo estilo de póster. Fuente: goo.gl/v38mli

Imagen 32. Jazz Art Festival, pieza informativa retiro. Fuente: goo.gl/v38mli

Imagen 33. Jazz Art Festival, pieza informativa tiro. Fuente: goo.gl/v38mli

Imagen 34. Isologotipo Fondo Centroamericano de Mujeres (FCAM).

Fuente: goo.gl/n78cTY

Imagen 35. ADESCA. Fuente: goo.gl/ulHnsK

Imagen 36. "Festival de la Canción de Protesta", pieza promocional.

Fuente: goo.gl/sBz55H

Imagen 37. Víctor Jara. Fuente: goo.gl/Nt2U68

Imagen 38. Facundo Cabral. Fuente: goo.gl/Ml81AQ

Imagen 39. Silvio Rodríguez. Fuente: goo.gl/zdBxfY

Imagen 40. Rapero KONTRA. Fuente: goo.gl/V4Molz

Imagen 41. Banda Alux Nahual. Fuente: goo.gl/SfsHgU

Imagen 42. Betty Friedan, primera mujer feminista. Fuente: goo.gl/B49Vkb

Imagen 43. Periódico anarcofeminista argentino, siglo XIX. Fuente: goo.gl/mp7NwV

Imagen 44. Mujeres en manifestación. Fuente: goo.gl/nCkqmX

Imagen 45. Día Internacional de la mujer. Fuente: goo.gl/HYJdD3

Imagen 46. Sara Curruchich, cantante. Fuente: goo.gl/UAPPWB

Imagen 47. María Mercedes Coroy, actriz. Fuente: goo.gl/rkLkKB

Imagen 48. Infografía "Diversidad Cultural" 2016. Fuente: propia.

Imagen 49. Gama de color. Fuente: goo.gl/hYcexv

Imagen 50. Tabla de sensaciones. Fuente: goo.gl/hYcexv

Imagen 51. Ejemplo tipográfico. Fuente: goo.gl/k6p

Imagen 52. Póster tipográfico. Fuente: goo.gl/vTkwJf

Imagen 53. Póster tipográfico. Fuente: goo.gl/vTkwJf

Imagen 54. Ilustración en acuarela. Fuente: goo.gl/lhMGzh

Imagen 55. Ilustración a tinta. Fuente: goo.gl/Xgn8YP

Imagen 56. Ilustración con técnica mixta. Fuente: goo.gl/hlZAJk

Imagen 57. Jusai, Portada de Fun, 2016. Fuente: goo.gl/ORrj84

Imagen 58. Laura Hervas, Portada de Muse, 2013. Fuente: goo.gl/OD7bnY
Imagen 59. Laura Hervas, Jacques Mannequin, 2013. Fuente: goo.gl/hwHi46c
Imagen 60. Laura Hervas, Led Zeppelin, 2013. Fuente: goo.gl/7KKsD4
Imagen 61. Revista L'official. Fuente: goo.gl/WeU2CO
Imagen 62. Ejemplo de Ilustración Fusión. Fuente: goo.gl/R9mNeY
Imagen 63. Ejemplo de Ilustración fusión. Fuente: goo.gl/xhG3IT
Imagen 64. Festival Femalt. Fuente: goo.gl/e542Go
Imagen 65. Póster ONZE. Fuente: goo.gl/tDaJYG
Imagen 66. Ejemplo de diseño de Identidad visual. Fuente: goo.gl/FdgwNX
Imagen 67. Diseño de identidad visual por Shane Wilson, 2016. Fuente: goo.gl/aCIJ7
Imagen 68. Diseño de identidad visual por Shane Wilson, 2016. Fuente: goo.gl/aCIJ7
Imagen 69. Disco "In 'n Out" por Reid Miles. Fuente: goo.gl/dT6LHy
Imagen 70. Disco "Nevermind" de Nirvana. Fuente: goo.gl/OmXSIU
Imagen 71. Portada "Beethoven Piano Concerto No.5", Fuente: goo.gl/KQNQok
Imagen 72. Portada de "Smash Song Hits" de Rodgers y Hart. Fuente: goo.gl/KQNQok
Imagen 73. "The Rumproller", Lee Morgan por Reid Miles. Fuente: goo.gl/ErO8H9
Imagen 74. "Wahoo", Duke Pearson. Fuente: goo.gl/ErO8H9
Imagen 75. Portada "The Dark Side of the Moon" de Pink Floyd. Fuente: goo.gl/kBTD1B
Imagen 76. Sistema visual de identidad para conjuntos musicales.
Fuente: goo.gl/GDOrsB
Imagen 77. Portada "Dangerous" de Michael Jackson. Fuente: goo.gl/UL6SZA
Imagen 78. The artista and his model, revista. Fuente: goo.gl/kG1xpe
Imagen 79 y 80. Diseño de Menú. Fuente: goo.gl/BstMOn
Imagen 81 y 82. Revista Abduzeedo. Fuente: goo.gl/z1fsFv
Imagen 83. Diseño de folleto, Paula Cholla, 2014. Fuente: goo.gl/Yu5Wrm
Imagen 84 y 85. Diseño de revista, Amy Duty, 2010. Fuente: goo.gl/ZOUVRY
Imagen 86. Póster "We are the 90's". Fuente: goo.gl/QDMLly
Imagen 87. Póster "Art Is". Fuente: goo.gl/BVOHF7
Imagen 88. Póster "Paris Climat". Fuente: goo.gl/3qyQJF
Imagen 89. Póster Festival Internacional Dixieland. Fuente: goo.gl/Q6r6Kp
Imagen 90. Póster "Sounds & Bites Festival". Fuente: goo.gl/QrEMeK
Imagen 91. Póster "Saicon Graphique". Fuente: goo.gl/jrMvbs
Imagen 92. Ejemplo de catálogo. Fuente: goo.gl/1BPHcb

Imagen 93. Honda Fit BTL. Fuente: goo.gl/Ah6lgZ
Imagen 94. Valla FedEx. Fuente: goo.gl/ToqKlx
Imagen 95. Valla Ice Road Truckers. Fuente: goo.gl/kY7a2l
Imagen 96. The Sopranos BTL. Fuente: goo.gl/4YVpl2
Imagen 97. Estrategia BTL, Victoria Secret's. Fuente: goo.gl/LzyUF5
Imagen 98. Estrategia BTL, Victoria Secret's. Fuente: goo.gl/LzyUF5
Imagen 99, 100 y 101. BTL para bar "The Trumpets". Fuente: goo.gl/OLsXaK
Imagen 102, 103, 104 y 105. BTL para Al Bustan International Festival.
Fuente: goo.gl/OLsXaK
Imagen 106, 107, 108. Volaris y Alux Nahual. Fuente: goo.gl/OLsXaK
Imagen 109, 110, 111 y 112. Crunch y enjambre. Fuente: goo.gl/OLsXaK
Imagen 113, 114, 115 y 116. Ural Music Fest. Fuente: goo.gl/OLsXaK
Imagen 117. Facebook. Fuente: goo.gl/AARDCl
Imagen 118. Twitter. Fuente: goo.gl/obCQqZ
Imagen 119. Social Media. Fuente: goo.gl/j7q9Na
Imagen 120. Definición de Mensaje. Fuente: Autoría propia.
Imagen 121. Grupo Objetivo. Fuente: Autoría propia.
Imagen 122. Mal uso tipográfico. Fuente: Autoría propia.
Imagen 123. Buen uso tipográfico. Fuente: Autoría propia.
Imagen 124. Utilización de solo texto. Fuente: Autoría propia.
Imagen 125. Texto e ilustración. Fuente: Autoría propia.
Imagen 126. Uso de copy fuera y dentro del contenido. Fuente: Autoría propia.
Imagen 127. Uso de logotipos. Fuente: Autoría propia.
Imagen 128. Uso de redes sociales. Fuente: Autoría propia.
Imagen 129. Definición de tamaños. Fuente: Autoría propia.
Imagen 130 y 131. Uso de Hashtags. Fuente: Autoría propia.
Imagen 132. Malos hábitos en redes sociales. Fuente: Autoría propia.
Imagen 133. Ejemplo de animación, bocetos de un ciclo de caminar y correr.
Fuente: goo.gl/Huovdq
Imagen 134. Frames de motion graphics "Matrunks". Fuente: goo.gl/acnLQs
Imagen 135. Ejemplo de tipografía kinética 1. Fuente: goo.gl/SI363p
Imagen 136. Ejemplo de tipografía kinética 2. Fuente: goo.gl/SI363p
Imagen 137. Frames de "Psycho" tipografía kinética por Saul Bass.
Fuente: goo.gl/NsjKD3

Imagen 138. Frames de animación tipo tipografía kinética. Fuente: goo.gl/vqVcDA
Imagen 139. Imagen de método DISRUPTION, TBWA. Fuente: goo.gl/OaoQ9T
Imagen 140. Design Thinking. Fuente: goo.gl/mX5qqm
Imagen 141. Marcha Festival Ixchel. Fuente: goo.gl/nfngDk
Imagen 142. Muralistas en Festival Ixchel. Fuente: goo.gl/nfngDk
Imagen 143. Poetas en Festival Ixchel. Fuente: goo.gl/nfngDk
Imagen 144. Banda de mujeres en Festival Ixchel. Fuente: goo.gl/nfngDk
Imagen 145. Cantante y agrupación en Festival Ixchel. Fuente: goo.gl/nfngDk
Imagen 146. Claire Hand Bold. Fuente: goo.gl/wupy05
Imagen 147. Lukasz Dziedzic. Fuente: goo.gl/KQCBYU
Imagen 148. Envato Market. Fuente: goo.gl/MUCa4X
Imagen 149 y 150. Pósters de "Dark Side of Typography". Fuente: goo.gl/3F4PHO
Imagen 151. Póster de MadsFrancis. Fuente: goo.gl/lIrKOD
Imagen 152. Folleto por Soo Young. Fuente: goo.gl/spnZhn
Imagen 152. Folletos ilustrados. Fuente: goo.gl/B1HpB9
Imagen 153. Papeles ilustrados. Fuente: goo.gl/B1HpB9
Imagen 154. Ilustraciones por Sara Barnes. Fuente: goo.gl/RKPWmb
Imagen 155. Papeles ilustrados. Fuente: goo.gl/kndVIs
Imagen 156. Íconos de vector. Fuente: goo.gl/PrSYED
Imagen 157. Póster de "Culest". Fuente: goo.gl/zYvVxM
Imagen 158. Patrón de vector. Fuente: goo.gl/U4gMke

Imagen 159, 160, 161 y 162. Paletas de color. Fuente: goo.gl/4SaFKT
Imagen 159. Póster dadaísta por Aalia Penner. Fuente: goo.gl/io0GW3
Imagen 160. Póster tipográfico por Anton Deloy. Fuente: goo.gl/iOq0Gu
Imagen 161. Tipografía por Julia Pettreta. Fuente: goo.gl/sIHEOG
Imagen 159. Diseño de folleto por Rocío Fernández. Fuente: goo.gl/keLxP1
Imagen 160. Pósters de festival Limbo por Ro Gal. Fuente: goo.gl/NhrtOX
Imagen 161. Material discográfico por Yesta Desamba. Fuente: goo.gl/KQabjd
Imagen 162. Póster de Le Jardin Graphique. Fuente: goo.gl/EdUILe
Imagen 163. Póster por Daniel Nelson. Fuente: goo.gl/be6p11
Imagen 164. Póster para convocatoria literaria inclusiva por Cynthia Alonso. Fuente: goo.gl/ILFShu
Imagen 165. Ilustración de Woody Allen. Fuente: goo.gl/TF8tUI
Imagen 166. Póster Interactivo, Ural Music Fest. Fuente: goo.gl/RJnDZp
Imagen 167. Re-branding de Nickelodeon. Fuente: goo.gl/Oo0eZ5
Imagen 168. Re-branding de Nickelodeon. Fuente: goo.gl/Oo0eZ5
Imagen 169. Posts de redes sociales. Fuente: goo.gl/NAOZzX



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referencias consultadas

Alfaro, María (s.f). *Música latinoamericana*. Consultado el 25 de agosto 2016. Fuente: [http://daniBáez, Devesa, Figueroa y Herrera \(2012\).](http://daniBáez, Devesa, Figueroa y Herrera (2012).)

Álvarez, Dalia (s.f) *Introducción a la tipografía*. Consultado el 2 de septiembre de 2016. Fuente: http://coreditec.com.co/libros/intoducccion_tipografia.pdf

Arbaláez, Octavio (1996): *Los tipos de festival*. Consultado 26 de agosto de 2016. Fuente: http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316600279_bgc19-JZSzabo.pdf

¿Qué son los festivales artísticos? Consultado el 29 de agosto de 2016.

Fuente: <http://www.scielo.cl/pdf/eure/v38n115/art05.pdf>

Cancelas, Cid, Galán, García, López, Quintana, Santana, Suárez (2002). *La mujer en el mundo*. Consultado el 28 de agosto de 2016. Fuente: http://www.aulaviolenciadegeneroenlocal.es/consejos Escolares/archivos/Mujeres_en_la_Historia.pdf

Concha (2014). ¿Qué es un motion graphics? Consultado el 25 de marzo de 2017. Fuente: <http://www.planetmotiongraphics.com/que-es-un-motion-graphics/>

Desconocido, (s.f). *Características y formas de un cartel*. Consultado el 3 de septiembre de 2016 Fuente: <https://publicidadresumida.files.wordpress.com/2008/03/el-cartel-publicitario.pdf>

Diccionario de Comunicación Musical. Mota, Ignacio H. (1999). Consultado el 25 de agosto de 2016 Fuente: elmartin-mallets.com/blog-percusion/es/historia-de-la-musica-latinoamericana-y-los-paises-latinos/

Ghinaglia, Daniel (2009). *Taller de diseño editorial*. Consultado el 2 de septiembre de 2016. Fuente: http://www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia_daniel.pdf

János Soltán Zabó (2010). *Los beneficios de los festivales artísticos y culturales*. Consultado el 29 de agosto de 2016. Fuente: <http://www.gestioncultural.org/boletin/files/bgc19-JZSzabo.pdf>

López, Medel (2009). *Diseño de identidad musical*. Consultado el 3 de septiembre de 2016 (autores como Costa y Medel fueron consultados dentro de este mismo documento) Fuente: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/613.pdf

Merino y Porto (2011). *Música alternativa*. Consultado el 28 de agosto de 2016. Fuente: <http://definicion.de/alternativa/>

Mesa, Juan (s.f). *Música de protesta*, consultado el 28 de agosto de 2016. Fuente: <http://musica.about.com/od/protesta/p/CanciOn-Protesta.htm>

Montaño y Nieves Rico, (2007) “El aporte de las mujeres a la igualdad en América Latina y el Caribe” basado en la X Conferencia regional sobre la mujer de américa latina y el caribe. Consultado el 28 de agosto de 2016. Fuente: <http://www.cepal.org/mujer/noticias/paginas/6/29186/lcl2738.pdf>

Publinews, 2015. *Rebeca Lane*. Consultado el 25 de agosto 2016. Fuente: <http://www.publinews.gt/espectaculos/diario-britanico-destaca-la-obra-de-la-rapera-guatemalteca-rebeca-lane/Tetohk---BZynyiLADShXk/>

Quemé, Fabrizio (2016). *Na'ik Madera en 10 canciones*. Consultado en 20 de agosto 2016. Fuente: <http://www.gtcultura.com/la-historia-de-naik-madera-en-10-canciones/>

Romero, Rocío (s.f) *Taller de ilustración avanzada*. Consultado el 2 de septiembre de 2016. Fuente: <https://es.scribd.com/document/62775231/Taller-Ilustracion-Avanzada>

Sitio web ADESCA. Consultado el 27 de agosto de 2016. Fuente: <http://www.adesca.org.gt/>

Sitio Web Definición ABC (s.f). Definición de animación Consultado el 25 de marzo de 2017. Fuente: <http://www.definicionabc.com/general/animacion.php>

Sitio Web FCAM. Consultado el 27 de agosto de 2016. Fuente: <https://fcmujeres.org/>

Sitio web Música de Guatemala (2008). Artistas guatemaltecos. Consultado el 28 de agosto de 2016. Fuente: <http://musica.noticias.com.gt/category/artistas/page/2>

Sitio Web Significados (s.f). Significado de cultura. Consultado el 27 de agosto de 2016. Fuente: <http://www.significados.com/cultura/>

Sitio Web Sorry Zorrito (s.f). Tipografía cinética. Consultado el 25 de marzo de 2017. Fuente: <http://www.sorryzorrito.com/2010/05/tipografia-cinetica/>

Sitio Web Subcutáneo Creative (2013). Motion Graphics. Consultado el 25 de marzo de 2017. Fuente: <http://www.subcutaneocreative.com/2013/03/concepto-motion-graphics.html#>

Sitio web La Razón, 2012. Facebook y Twitter tienen horas idóneas para publicar. Consultado el 6 de septiembre de 2016 Fuente: http://www.larazon.es/historico/7449-twitter-y-facebook-tienen-horas-idoneas-y-diferentes-para-publicar-TLLA_RA-ZON_474420#.Tt1hdBpY4lt7Ca

Sitio Web Rock Chapín (2013). Na'ik Madera "del parque al teatro". Consultado el 20 de agosto 2016. Fuente: <http://rockchapin.org/index.php/500-naik-madera-del-parque-al-teatro>

Universidad Tecnológica Latinoamérica en línea, (s.f). ¿Qué es un cartel? Consultado el 3 de septiembre de 2016. Fuente: http://gc.initelabs.com/recursos/files/r162r/w18139w/Evidencia_Cartel.pdf

Urquizú, Fernando (1997). La mujer en el arte. Consultado el 29 de agosto de 2016. Fuente: <http://digi.usac.edu.gt/bvirtual/informes/cultura/INF-1994-036.pdf>

Velasco, Fabiola (2007). "Presente y Pasado" Revista de Historia. La Nueva Canción Latinoamericana. Notas sobre su origen y definición. Consultado el 28 de agosto de 2016. Fuente: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/23057/1/articulo9.pdf>

Velasco, Fabiola (2007). Nueva canción Latinoamericana. Consultado el 28 de agosto 2016. Fuente: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/23057/1/articulo9.pdf>

Vélez Bonilla, Gloria (2007) Artículo "La Lucha de las mujeres en América Latina: Feminismo, ciudadanía y derechos". Mujeres en Latinoamérica. Consultado el 28 de agosto de 2016. Fuente: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2979331>

The background is a solid purple color with a repeating pattern of stylized, light purple leaves and flowers. The pattern is dense and covers the entire area. In the center, the word "ANEXOS" is written in a bold, white, sans-serif font.

ANEXOS

SINTESIS III PROYECTO

El cuestionario que se le presenta a continuación tiene como fin recaudar información para un proyecto universitario para el curso de "Síntesis III" de la Universidad Rafael Landívar.

-Obligatoria

¿Cuántos años tiene? *

18-20 años

21-25 años

26-30 años

¿En qué parte del país vive? *

zona metropolitana (ciudad de Guatemala)

Interior de la república (departamentos, municipios, etc)

1.

¿Es artista en alguna rama? *

Sí

No

4. Si su respuesta fue sí ¿A cuál de estas ramas se dedica?

arte visual

música

graffiti

danza

fotografía

pintura

instalación

Otra: _____

1.1

5. ¿Conoce músicos guatemaltecos en cualquier género? (no cuentan Ricardo Arjona, Gaby Moreno, Tambor de la Tribú, Malacates Trebol Shop, Alux Nahual, Viento en Contra, Carlos Peña o Fabiola Roudha, Miseria Cumbia Band) *

Sí

No

6. ¿Conoce bandas musicales conformadas por mujeres o cantantes femeninas guatemaltecas? *

Sí

No

Si su respuesta fue sí, ¿Mencione a las artistas o bandas de mujeres conoce?

Tu respuesta _____

1.2

7. ¿Conoce artistas guatemaltecas en cualquier otra rama que no sea musical, ya sea con trayectoria o emergentes? *

Sí

No

Si su respuesta fue sí ¿Qué artistas conoce?

Tu respuesta _____

9. Si usted es artista ¿Ha participado en algún movimiento y/o evento artístico o cultural guatemalteco con su arte? *

Sí

No

Si su respuesta fue sí, ¿En qué festivales o eventos ha participado?

Tu respuesta _____

1.3

10. Conforme su experiencia o conocimiento ¿Los hombres tienen más oportunidad de tener una carrera artística que una mujer en la sociedad guatemalteca? *

- Sí
- No

11. Conforme su experiencia o conocimiento ¿Cuán alta es la participación artística de la mujer en festivales o eventos artísticos del país? *

- Alta
- Media
- Baja

12. ¿Está a favor del empoderamiento de la mujer por medio del arte? *

- Sí
- No

1.4

Si su respuesta fue no, ¿Por qué no está de acuerdo? Sea breve

Tu respuesta

"la música alternativa responde dentro del ámbito coloquial a la referencia de todo aquello que se aleja de lo oficial o convencional" teniendo en cuenta el concepto anterior ¿qué estilo de ilustración a su parecer lo identifica mejor? *



Opción 1

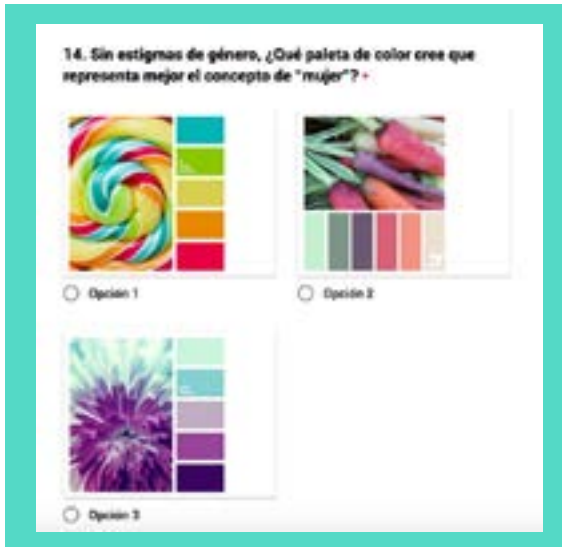


Opción 2

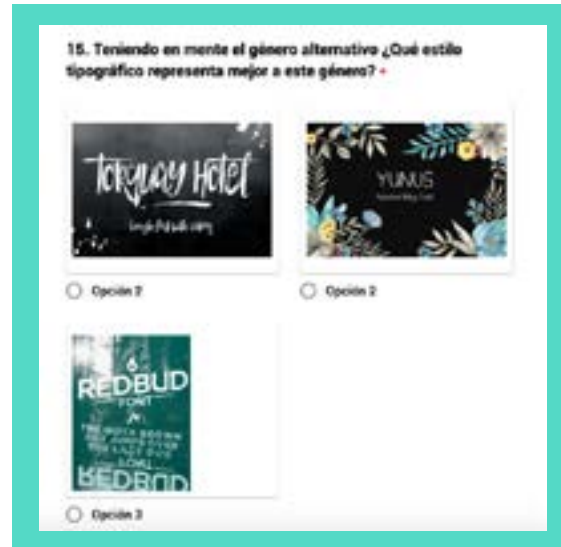


Opción 3

1.5



1.6



1.7



1.8

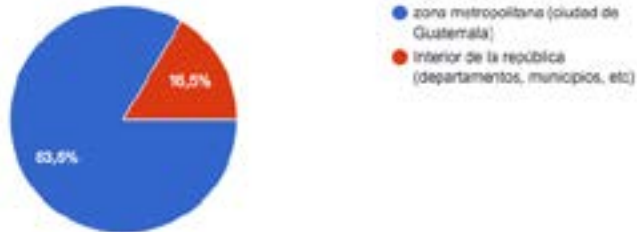
Interpretación



2.

Se evidencia en la gráfica la mayor afluencia de mujeres entre 21-25 años, seguido por las edades entre 18-20 años sobrepasando ligeramente al rango de 25-30 años. Lo que lleva a una dirección adulto joven sobre adulto y adolescente

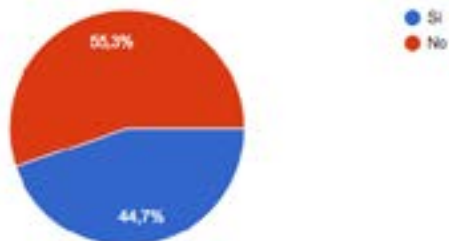
¿En qué parte del país vive? (103 respuestas)



3.

En cuanto a departamento de residencia, zona metropolitana es mayor en un 83.5% a diferencia del interior de la república con un 16.5%. Datos que ayudarán a definir a donde dirigirse con el material futuro a crear.

¿Es artista en alguna rama? (103 respuestas)



4.

Se puede demostrar en la gráfica que a pesar de tener una mayor afluencia de “no artistas” su contrario consta de una afluencia considerable. Un 55.3% de negativos a un 44.7% de positivos. Lo que refleja que muchas personas se consideran artistas o simplemente podrían gustar del arte.

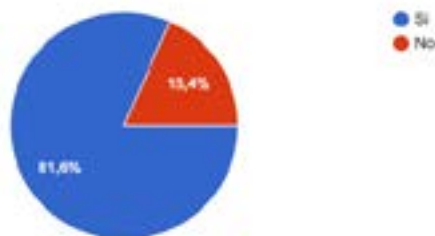
4. Si su respuesta fue si ¿A cuál de estas ramas se dedica? (46 respuestas)



5.

En esta sección vemos a las personas que marcaron afirmativo en la pregunta anterior, donde la rama de “arte visual” sobrepasa con un 32.6% seguida por la rama musical en un 17.4% y a la vez, esta seguida por danza con un 15.2%. Demostrando que existe un gran afán por lo visual que, por otras artes, pero aun así hay personas que incurren en ellas.

5. ¿Conoce músicos guatemaltecos en cualquier género? (no cuentan Ricardo Arjona, Gaby Moreno, Tambor de la Tribú, Malacates Trebol Shop, Alux Nahual, Viento en Contra, Carlos Peña o Fabiola Roudha, Miseria Cumbia Band)
(103 respuestas)

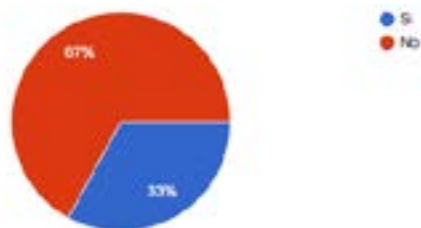


6.

Se evidencia perfectamente en la gráfica en cuestión, como la población, en este caso mujeres realmente desconoce de los artistas guatemaltecos no internacionalmente o nacionalmente conocidos. Demostrando que un 81.6% de la muestra no conoce a artistas musicales además de los que ya se mencionan y un 18,4% afirma conocer más artistas

6. ¿Conoce bandas musicales conformadas por mujeres o cantantes femeninas guatemaltecas?

(103 respuestas)



Si su respuesta fue sí, ¿Mencione a las artistas o bandas de mujeres conoce?

(33 respuestas)

Rebeca Lane

Rebeca Lane

Rebeca Lane

Alicia Azardía

Las musas, rebecca lane,

Rebeca Lane, Sara Curruchich

Gaby Moreno, Kim Lou, Cristina Ruiz, Fabiola Roudha

Asimov

rebecca lane

Cynthia Fion de These City Lights

Isabel Alarcón

7.

Es más segmentado el grupo que dice conocer mujeres cantantes o grupos musicales conformados por mujeres. Siendo apenas un 33% a la par de un 67% que dice no conocer ninguno.

Y dentro de las respuestas dirigidas a mencionar las artistas que si conocían si respondieron afirmativamente, quienes fueron más veces mencionadas fueron: *Rebeca Lane*, *Las Musas* y *Sara Curruchich*. Algo que demuestra que las artistas mencionadas están teniendo una presencia muy fuerte y se están dando a conocer cada vez más.

Isabel Alarcón
Miss Lüth
Flaminia, Jackelin Calderon, la rusa
Patsa, mef i tulá
Aire Gurú, Na'ik Madera
rebeca Lane
Gofia Comparini
Sara curuchich y hanziker
Shery
Isa Alarcón
Soprano Lisbeth Tia
Las hijas de su madre
Sara Carruchich, Rebeca Lane, Stephanie Zelaya, Marian Corto
Gaby moreno
Gaby Andrade
Silvia Bran
Stephanie zelaya
Azis, Naik Madera, Sophie Moaroy, Patsa, Ars Magna, Domi Hanziker, Rebeca Lane, Mercedes Escobar, Asimov
Gaby Moreno
Tita Moreno, Mabe Fratti
Laci Thomas
Rebeca
Las mesas

7.1

continuación de respuestas pregunta 6, anexo 7

8.



Se sigue evidenciando el poco conocimiento de artistas en distintas ramas. La gráfica 7 presenta un nivel del 70,9% de mujeres que dicen no conocer a ninguna artista ya sea con trayectoria o emergente.

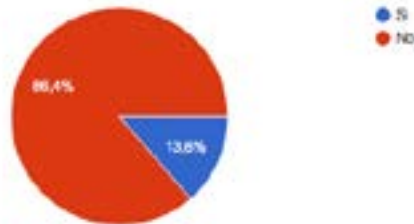
A diferencia de un 29,1% de mujeres que dicen si conocer. Algo que refleja un problema, ya que dichas artistas no están teniendo una fuerte presencia como para darse a conocer.

En caso el grupo objetivo contestará afirmativo, debía escribir que artistas conocía. En este caso vemos evidenciado, primero que no se tiene un concepto sólido de que es ser un artista y una ilustradora o diseñadora. Ya que en su mayoría se mencionaron mujeres que incursionan en estas dos últimas.

9.

9. Si usted es artista ¿Ha participado en algún movimiento y/o evento artístico o cultural guatemalteco con su arte?

(133 respuestas)



Si su respuesta fue si, ¿En qué festivales o eventos ha participado?

(17 respuestas)

Todos 4rte

Festival de conmemoración de los 90 años de la UP

En Gospel, ahorita se esta presentando en la obra del jorobado de notredame y cuando se dan las obras navideñas. En todo lo que logre participar.

Eventos de Hip Hop

obras de teatro

Festival Ixchel, Peronía Adolescente

Festival de arte

Hombres de Tierra, sexta avenida.

De cuatro grados norte

Festival Interparroquial de teatro

Tu ciudad canta

festival antigua

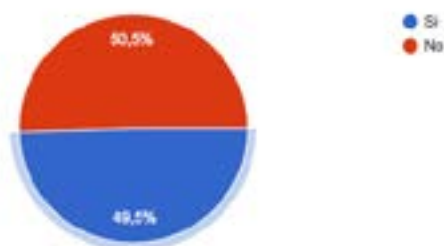
10.

En caso fueran artistas, indicaron un 13,6% que si habían participado con su arte en un festival y un 86,4% indico que no había participado en uno. Hecho que deja entrever que los festivales artísticos del país no están llegando a todos o hay una falta muy grande de ellos.

Y quienes, si participaron, indicaron diferentes eventos de los que fueron parte como Todos 4rte, Festival de arte o Festival Ixchel. Siendo todos mencionados una sola vez. Demostrando que las personas no están siendo informadas o no les causa entusiasmo participar.

10. Conforme su experiencia o conocimiento ¿Los hombres tienen más oportunidad de tener una carrera artística que una mujer en la sociedad guatemalteca?

(103 respuestas)

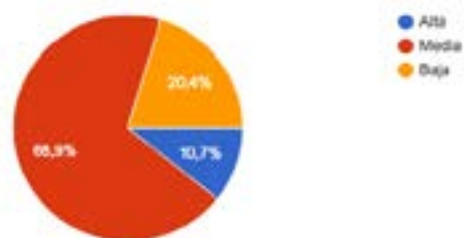


11.

Las personas encuestadas opinaron en un 49.5% que los hombres si tienen más oportunidad de tener una carrera artística en el país que una mujer. A diferencia de quienes indicaron lo contrario con un 50,5%. Aquí se puede ver que la opinión de las personas en base a su experiencia es bastante equitativa y no se ha atestiguado discriminación por parte de ninguno de los dos géneros.

11. Conforme su experiencia o conocimiento ¿Cuán alta es la participación artística de la mujer en festivales o eventos artísticos del país?

(103 respuestas)



12.

Se opinó que la participación de la mujer en festivales artísticos es un 68,9% media, 10,7% alta y un 20,4% baja. Demostrando que se tienen diferentes modos de percibir el movimiento femenino en el país.

12. ¿Está a favor del empoderamiento de la mujer por medio del arte?

(103 respuestas)



Si su respuesta fue no, ¿Por qué no esta de acuerdo? Sea breve (2 respuestas)

Tanto hombre como mujer merece la oportunidad, no debe haber preferencias por sexo.

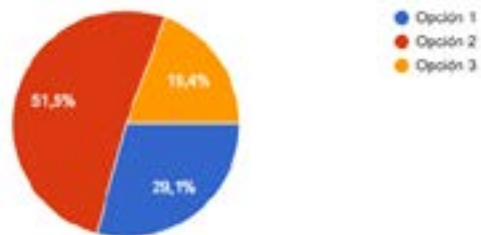
Para mejorar su condición y expresar el lado más bello que lo solamente da una mujer

13.

Se obtuvo un 98,1% de respuestas positivas para el empoderamiento de la mujer por el arte. Algo que muestra claramente cuan fuerte es últimamente el feminismo y empoderamiento en cualquier sentido. Además, a muchas mujeres les gustaría promover cambios sociales por medio del arte.

"la música alternativa responde dentro del ámbito coloquial a la referencia de todo aquello que se aleja de lo oficial o convencional" teniendo en cuenta el concepto anterior ¿qué estilo de ilustración a su parecer lo identifica mejor?

(103 respuestas)

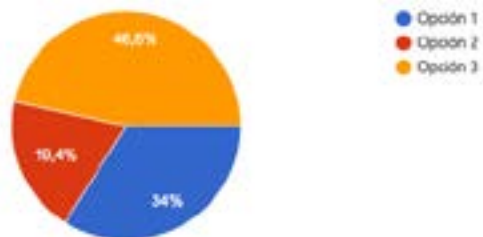


14.

Se tuvo una gran respuesta al estilo no. 2 que tanto como a opción proponen una "ilustración fusión" entre análogo y digital. Para las personas encuestadas, este estilo refleja bien el género musical alternativo.

14. Sin estigmas de género, ¿Qué paleta de color cree que representa mejor el concepto de "mujer"?

(103 respuestas)

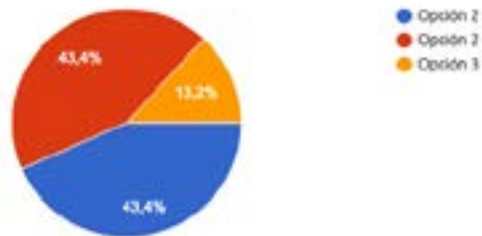


15.

Se prefirió la paleta no.3 que contiene tonos morados y celestes. Aquí vemos reflejado también el rechazo a colores "femeninos" buscando una representación más fuerte y creativa de una mujer.

15. Teniendo en mente el género alternativo ¿Qué estilo tipográfico representa mejor a este género?

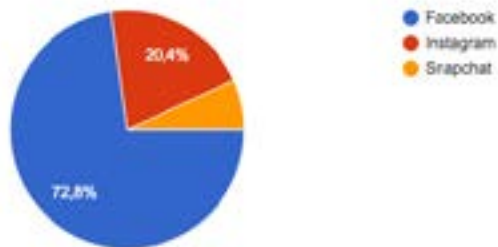
(103 respuestas)



16.

En cuanto a tipografía se prefirieron estilos hechos a mano, siendo opción 1 y opción 2 las elegidas. Algo que también refuerza la esencia de mujer, algo bastante humano. Que las personas encuestadas eligieron sobre estilos rígidos.

¿Qué red social utiliza más? (103 respuestas)

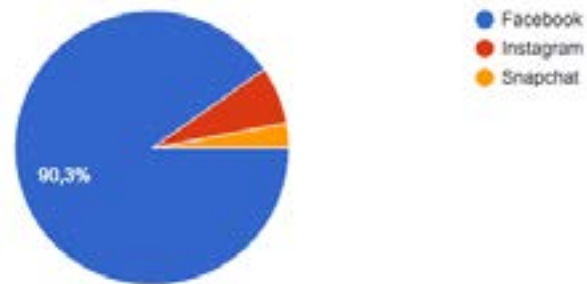


17.

Con la gráfica en cuestión evidenciamos la popularidad de la red social Facebook sobre otras como Instagram o Snapchat. Algo que brinda información sobre el grupo objetivo y sus preferencias.

¿En cual de estas redes sociales, le gusta más recibir información?

(103 respuestas)



18.

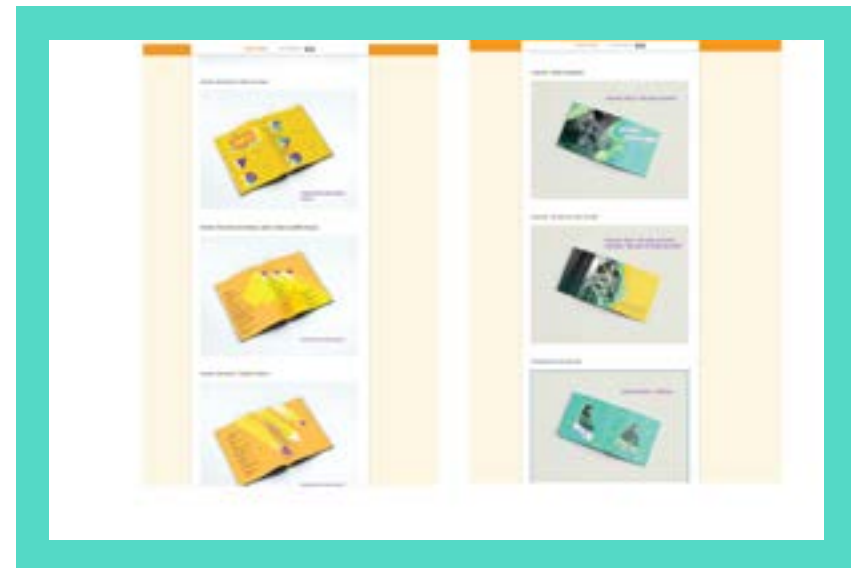
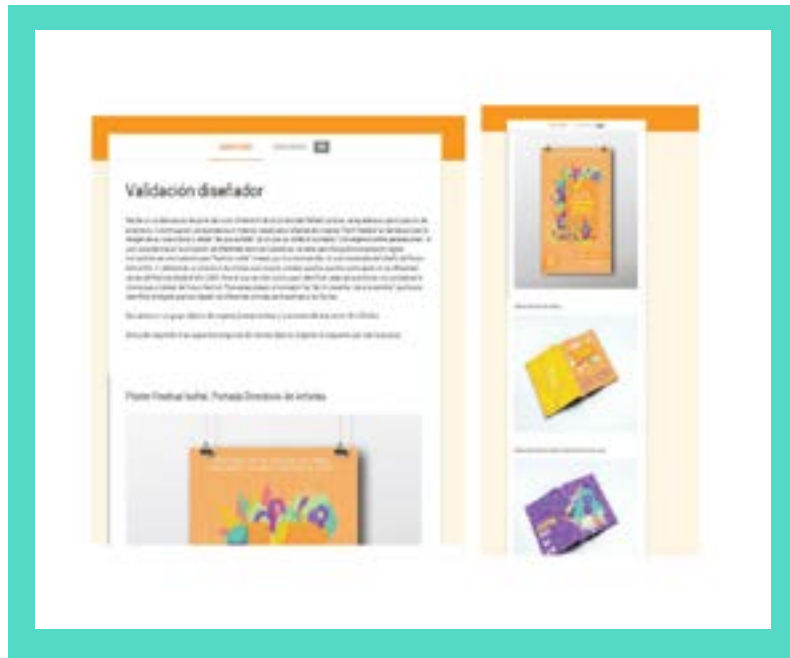
Se evidencia la formalidad de Facebook para recibir información. Siendo escogido con un fuerte 90.3% sobre Instagram y Snapchat. Algo que sigue remarcando la efectividad de paso de información de dicha red social.

The background features a teal-to-purple gradient with several thick, wavy, brushstroke-like lines in a lighter shade of purple. The text 'PROCESO DE VALIDACIÓN' is centered in a bold, dark purple font. There are also some faint, small white characters scattered across the background.

PROCESO DE VALIDACIÓN

Validación Diseñadores gráficos

19.



19.1

19.2

QUESTION RESPONSES 19.2

La ilustración general funciona como... "directorio de artistas y póster Festival (x)che!"

- Ayuda adecuadamente el contenido
- Permite poder identificarse con el material
- El contenido se transmite de mejor manera, gracias a la ilustración
- Desconfusión, la ilustración no aporta

El estilo de la ilustración es... "directorio de artistas y póster Festival (x)che!"

- Respaldado para la temática tratada
- Es moderno, contemporáneo
- Permite identificar el material rápidamente
- No funciona para el material en cuestión

La iconografía de cada rama es... "directorio de artistas y póster Festival (x)che!"

- Hace el contenido más atractivo y dinámico
- La información es más accesible
- Identifica mejor cada rama
- Son confusas, hacen menos accesible el contenido

19.3

QUESTION RESPONSES 19.3

La paleta de color le transmiten... "directorio de artistas y póster Festival (x)che!"

- Claridad, bienestar
- Motivación, alegría
- Llama la atención, es llamativo
- No transmiten adecuadamente el contenido

La elección tipográfica es... "directorio de artistas y póster Festival (x)che!"

- Desconfusión con todo el contenido
- Armónica, favorece la lectura del material
- La elección de esta tipografía funciona correctamente
- No funcionan, no funcionan

La diagramación responde a... "directorio de artistas y póster Festival (x)che!"

- Una forma dinámica y creativa de ordenar la información
- La información se transmite correctamente
- Se permite resaltar mejor, la diagramación funciona adecuadamente
- Es confusa y confusa

19.4

QUESTIONS RESPONDED 34

La mezcla de ilustración (textura y vector) funciona como... *directorio de artistas y póster Festival texel*

- Dos dinámicos, la combinación es acertada
- Los estilos permiten contrastes visuales
- Es un material diferente pero acertado
- No combinan y no transmiten

La diagramación (imagen, texto) es... *material disco*

- Limpio visualmente, es creativo y dinámico
- Es orgánico pero a la vez legible
- Permite resaltar visuales
- Es confuso, no logra transmitir

- La mezcla de estilos en la ilustración (fotografía e ilustración) le parece... *material disco*

- Dinámica y clara, representa a la banda
- Acertada, el estilo es innovador
- Mínima para la lectura
- Opción 4

19.5

QUESTIONS RESPONDED 34

- Opción 4
- No combinan, no transmiten

La paleta de color utilizada es...

- Fresca, creativa, diferente
- Funcional, permite jerarquías
- Juvenil, invita a la lectura
- Poco funcional

La mezcla tipográfica (caligráfico manuscrito y serif) le parece... *material disco*

- Elegida acertada, crea contraste
- Apropósito para el material en cuestión
- Combinan apropiadamente
- No combinan, no transmiten

Comentarios

[Compartir comentario](#)

20.

21.



- Podemos evidenciar en esta gráfica que el grupo segmentado opina en mayor parte que la ilustración es adecuada para el contenido y el contenido se transmite mejor gracias a la ilustración. Siendo mínima la opinión en que la ilustración no aporta al material.

- En la siguiente gráfica evidenciamos una aceptación bastante buena en cuanto al estilo de ilustración, teniendo comentarios como que es apropiado, moderno y funcional para el material.

- En cuanto a la iconografía se evidencia en una gran mayoría que la gráfica ayuda a que el contenido sea entendible y dinámico.

-La paleta de color demostró representar en mayoría celebración y dinamismo, seguido por la característica de llamativa.

22.



23.

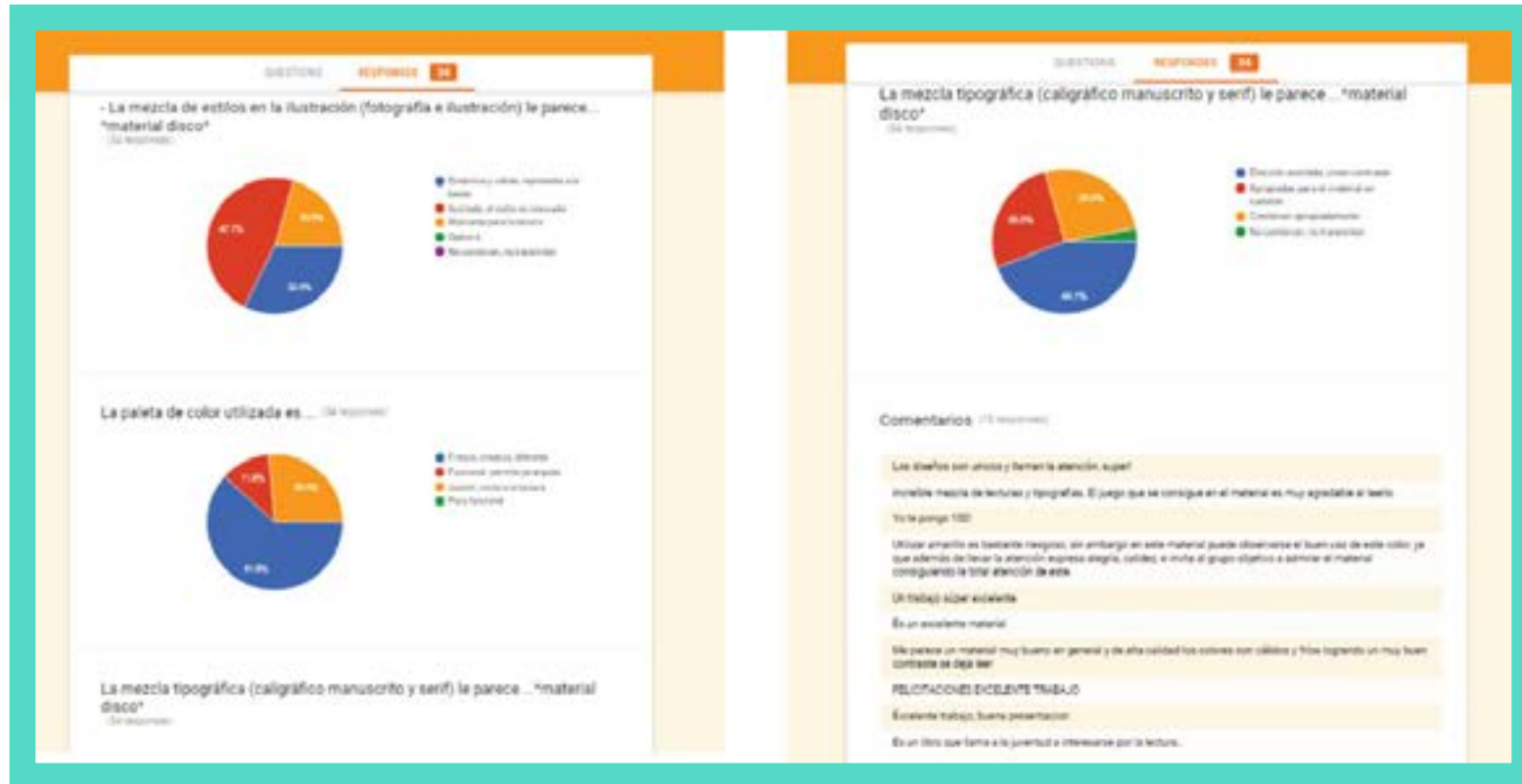
- La tipografía elegida probó ser armónica, transmitiendo la esencia del material, seguido por la creación de unidad, además de buena funcionalidad.

- La diagramación responde a una forma dinámica y creativa en una opinión mayoritaria, seguido por la característica de romper visualmente.

- La mezcla de ilustración en textura y vector probó ser dinámica, de combinación acertada y además de que los estilos permiten rompimientos visuales.

- La diagramación del disco demostró romper visualmente, ser dinámica y orgánica. Funcional para el material.

24.



25.

- La mezcla de estilos en el material discográfico destaca en el dinamismo, representando a la banda en cuestión. Siendo acertada y motivante para la lectura.

- La paleta de color utilizada en el material discográfico en su mayoría fue catalogada como fresca, creativa, diferente y funcional.

- La mezcla tipográfica en el material discográfico en su mayoría, se opinó ser acertada, creando contraste.

- A modo de conclusión, podemos observar que hay cambios que hacer en cuanto al color de la tipografía sobre fondos claros. Pero, a pesar de eso, el material fue bien recibido por los encuestados.

Validación grupo objetivo

26.

26.1

The image shows a validation questionnaire with two columns of questions. Each question is followed by four radio button options. The questions are:

Column 1:

- La iconografía para la representación de cada rama del arte funciona como... "póster y directorio Festival IACHEL"
 - Transmite su información/tema
 - Se identifica adecuadamente los temas que representan
 - Organiza bien
 - No transmite adecuadamente la información
- La paleta de color permite... "póster y directorio Festival IACHEL"
 - Identificar con el material y su contenido
 - Identificar fácilmente a Festival IACHEL
 - Transmite alegría y festividad
 - No transmite adecuadamente
- El uso tipográfico funciona como... "póster y directorio Festival IACHEL"
 - Una forma adecuada de unir el nuevo material con los anteriores de Festival IACHEL
 - Claridad entre sí
 - La combinación es adecuada
 - La combinación no funciona adecuadamente

Column 2:

- La ilustración general le es... "póster y directorio Festival IACHEL"
 - Relevante en su forma
 - Le permite identificarse con el material
 - Le atrae más el contenido
 - Poco atractivo
- El concepto "de mi cosecha, viene la siembra" utilizado para la creación del material; es... "póster y directorio Festival IACHEL"
 - Se relaciona con el material en general
 - Ayuda a crear un material con unidad
 - Es adecuado para lo que Festival IACHEL es y le es
 - No se evidencia en el material
- La diagramación general es... "póster y directorio Festival IACHEL"
 - Ordena siempre igualmente
 - Legible y atractiva
 - Demuestra buena calidad
 - La composición es poco entendible

26.2

QUESTION RESPONSES 1/1

El manejo de dos estilos de ilustración transmite... "póster y directorio Festival DICHI"

- Lotarónico contemporáneo
- Modernidad mezclada con estilos clásicos, mezcla acertada
- Dos estilos perpendiculares
- Contraste, no funcionan juntos

La distribución general (imágenes, texto) es... "material disco"

- Limpio, visualmente atractivo y dinámico
- Es orgánico pero a la vez legible
- Barroco, no tiene visualidad
- Es confuso, no logra transmitir

La mezcla de estilos en la ilustración (fotografía e ilustración) le parece... "material disco"

- Dinámico y calido, representa a la banda
- Acertado, el estilo es innovador
- Muy malo para la lectura

26.3

QUESTION RESPONSES 1/1

Ajustado al estilo es innovador

- Momento para la lectura
- No funcionan, no transmiten

La paleta de color utilizada es... "material disco"

- Poco, incluso, off-white
- Funcional pero no generalista
- Juntos, mala a la lectura
- Poco funcional

La mezcla de dos diferentes tipos de letra le parece... "material disco"

- Decora, aporta, crea contexto
- Aportado para el material el cuestion
- Destacar el contenido
- No funcionan, no transmiten

Comentarios

comentarios

27.

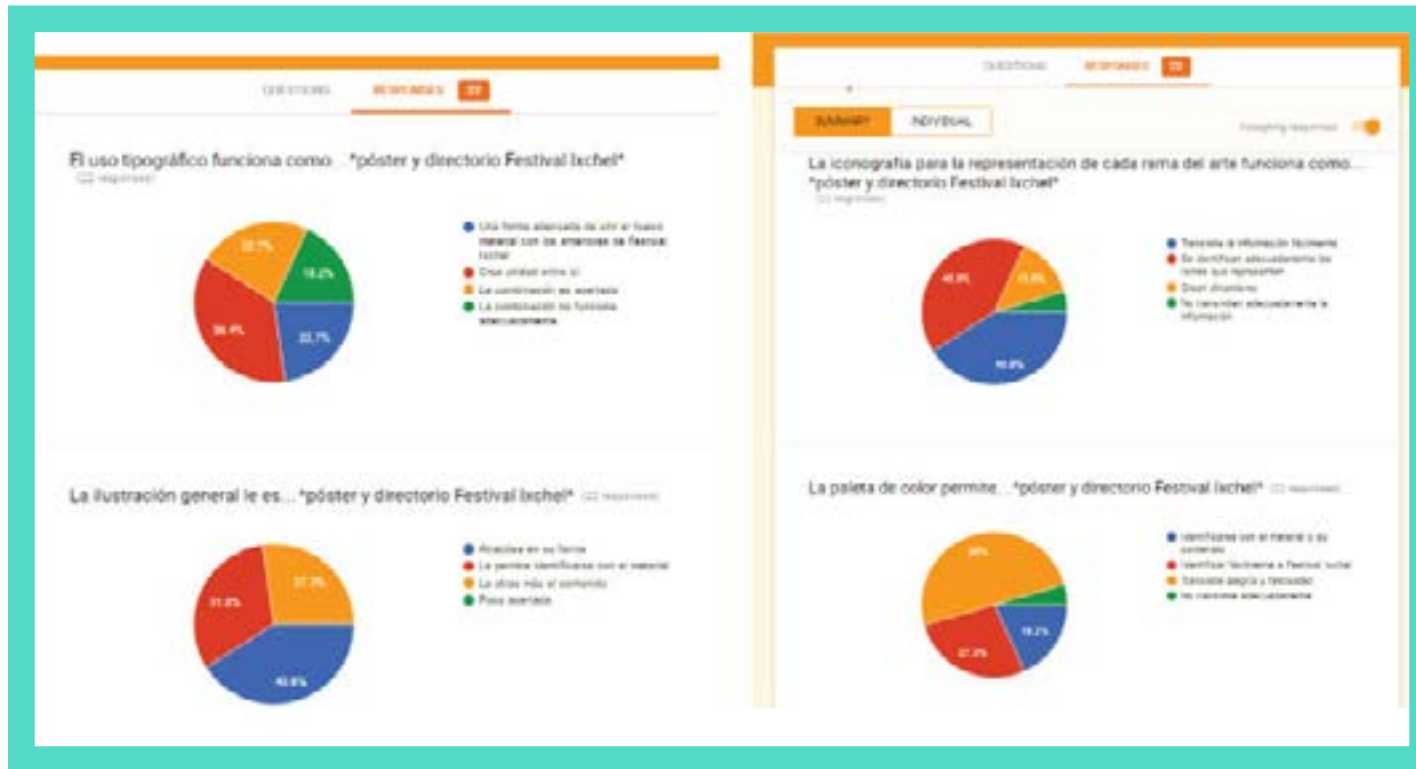


28.

- El concepto elegido para Festival Ixchel, en mayoría fue evidenciable y reunió de una manera correcta lo que ha sido a lo largo de los años dicho movimiento.
- La diagramación en mayoría fue dinámica, legible y atractiva.

- Los dos estilos de ilustración probaron ser dinámicos y contemporáneos, demostrando nuevas perspectivas.
- La distribución/ diagramación del material discográfico logro ser orgánico y legible, seguido por rompimientos visuales y dinamismo.

29.

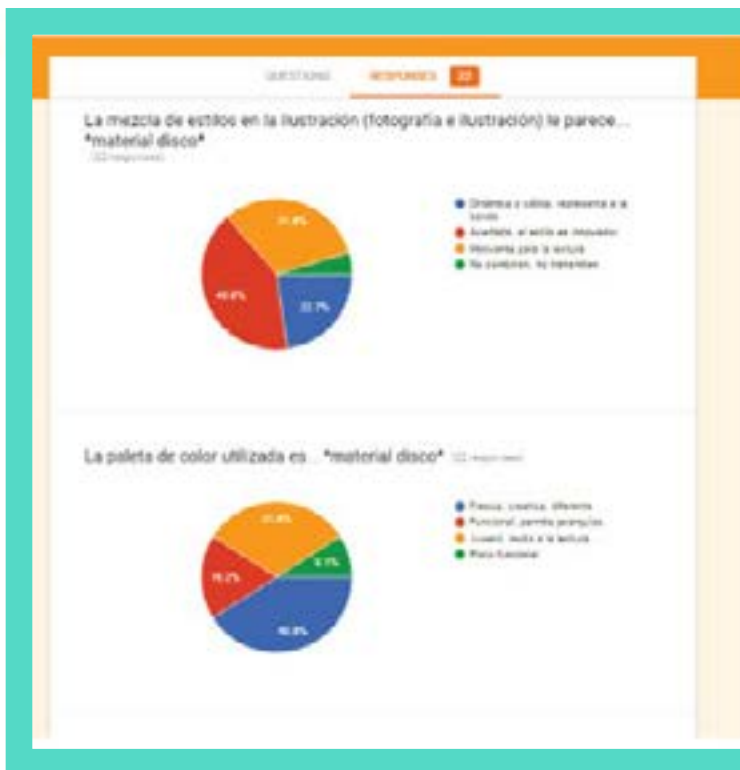


30.

- El uso tipográfico logra crear unidad entre sí y la combinación es acertada, según los encuestados.
- La ilustración general del material probó ser atractivo en su forma y permite identificarse con el mismo.

- La iconografía para la representación de cada rama logra transmitir la información fácilmente y las ramas se identifican adecuadamente.
- La paleta de color, probó ser adecuada para el material y transmitir alegría y festividad en la ejecución.

31.



32.



- La ilustración fusión de acuerdo a lo encuestados es acertada, dinámica y adecuada al proyecto.
- La paleta de color en el disco es fresca, creativa y funcional de acuerdo los encuestados.

- La mezcla de diferentes tipos de letra en el material discográfico, por mayoría fue una elección acertada y apropiada para el proyecto.

- En cuanto a las opiniones hechas, ninguna demuestra una crítica constructiva en sí, por lo cual la zona en cuestión no tiene relevancia para el proyecto.

Validación Expertos del tema

Universidad Rafael Landívar
Síntesis III
Inglis Julia Guajardo



ENTREVISTA EXPERTO DEL TEMA

Realiza un cordial saludo de parte del curso Síntesis III de la Universidad Rafael Landívar, te agradecemos tu participación de antemano. A continuación, se le presenta el material creado para la banda de mujeres "No le Molesto" en donde se creó la imagen de su nuevo ilustre a través de "de que se trata", en el cual se utilizó el concepto "Convergencia entre generaciones", el cual se evidenció en la utilización de diferentes técnicas ilustrativas, en este caso fotografía e ilustración digital.

Así también se creó material para "Festival noche" (formado por la misma banda), el cual necesitaba del diseño del futuro festival No. 8, además de un directorio de artistas que recibía a todas aquellas que han participado en los diferentes eventos del festival desde el año 2009. Para el cual se creó la obra para identificar cada casa artística y su portada es la misma que el póster del futuro festival. Para estas piezas, el concepto fue "de al rosacha, viene la viandera" que busca identificar el legado que han dejado los diferentes artistas participantes a las futuras.

Se cuenta con un grupo objetivo de mujeres jóvenes artistas y/o amantes del arte, entre 18 a 23 años.

A continuación las piezas correspondientes.

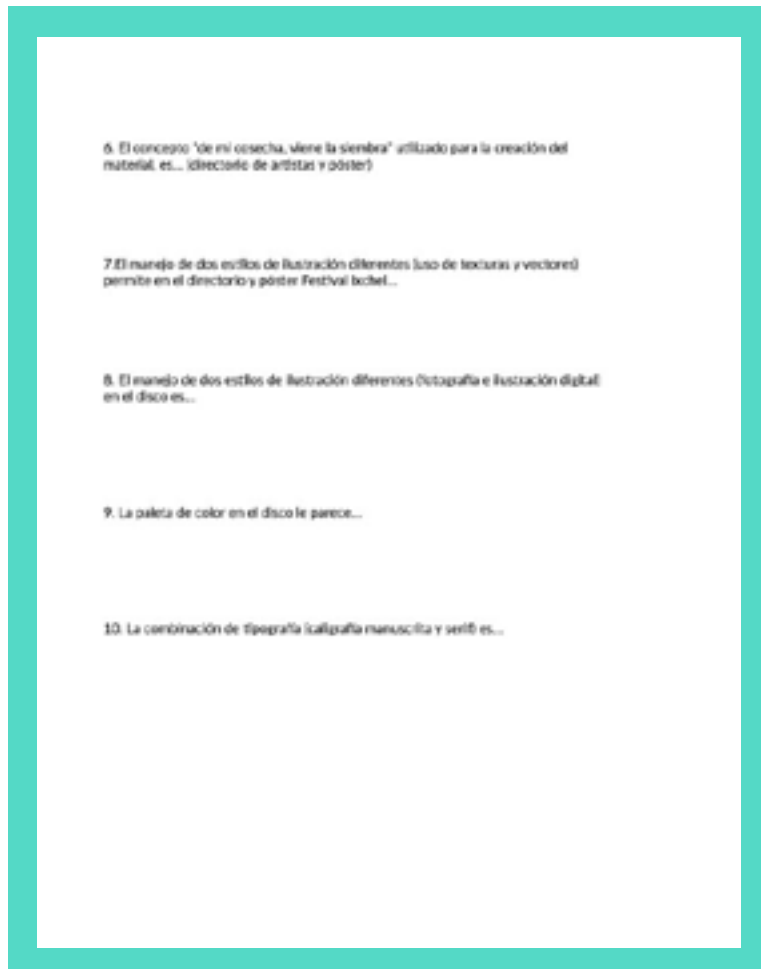




1. La ilustración escupida es... (Directorio de artistas y póster)
2. El uso fotográfico permite... (Directorio de artistas y póster)
3. La creación de iconografía es... (Directorio de artistas y póster)
4. La disposición de la información es... (Directorio de artistas y póster)
5. La paleta de color funciona como... (Directorio de artistas y póster)

40.

40.1



40.2

Respuestas

1. Da entender claramente el mensaje del festival,
2. Saber ordenadamente el mensaje, a pesar de que le falta unión en el color
3. Bastante acorde al mensaje que está buscando el festival.
4. Me parece muy bien realizada y ordenada.
5. Está bien, más le falta un poco de unión en los colores
6. Bien efectuado, está implícito y va acorde
7. Permite dar un efecto innovador al poster
8. Me parece bien, mas, opinaría que le falta un poco de trabajo a las fotografías, pensaría que se puede explotar más a las artistas para lograr una buena fotografía, sin embargo, la foto de los instrumentos está muy bien hecho.
9. Muy bonitos, me gusta mucho la paleta de color.
10. Está muy bien, mas, debería de ser un poco más grande las letras del disco ya que no se entiende.

Herbyn Galicia, fundadora Na'ik Madera

1. Esta bastante bien, les da un toque diferente a todos los festivales anteriores.
2. Darle un nuevo aire al festival
3. Muy buena, se da entender claramente.
4. Muy buena me parece que está bastante ordenada.
5. Me gusta aun que le falta un poco de unión.
6. ¡Me gusta!, me parece bien como usaste el aspecto de hojas para dar a entender el concepto.
7. Está muy bien, ya que no es nada monótono y aburrido.
8. Me gusta mucho el estilo, aunque creo que puedes tomar las fotos a las artistas un poco mejor.
9. Me gustan los colores!
10. Me gusta, aunque me cuesta leer las letras de las canciones, pienso que puedes hacerlo más grande

Heidy Gressi, compositora Na'ik Madera

1. Está bien.
2. Se entiende bien.
3. Buena, me gustan las ilustraciones
4. Bastante bien.
5. Me gustan mucho los colores.
6. Está bien y se entiende
7. Me gusta que sean varios.
8. Las fotos se miran bien.
9. Están bien los colores.
10. Está bien, solo que, si puede agrandar un poco, porque no es muy legible.

Cristha Quijivix, bajo, voz Na'ik Madera

- 1.Me parece bastante bien.
- 2.Darle un estilo juvenil y diferente.
- 3.Bastante acertada, te felicito.
- 4.Buena y ordenada, me gusta el estilo.
- 5.Me gusta los colores que usaste, pienso que deberías unificarlos un poquito más.
- 6.La verdad si no lo leo pensaría que es otra cosa, aunque ya que lo leí, le entendí bastante bien.
- 7.¡Me gusta como ilustras, me parece bien como uniste varios estilos, te felicito!
- 8.Me gustan las fotos de los instrumentos, aunque el de las amigas de naik madera pensaría que podrían estar mejor.
- 9.¡Me gustan los colores, el usar gris en las fotos para ilustrar con otros me gusta!
- 10.Me gusta mucho, solo que de consejo agrándale un poco, es que cuesta entenderlas.
- 11.Te felicito, que tengas muchos éxitos y espero que haya un próximo festival, ya hacen falta, saludos a las chicas de Naik madera y felicidades por el disco.

Issabel Recinos, percusión Na'ik Madera

Conclusión

En síntesis, los expertos del tema opinaron en su mayoría que el material propuesto es funcional tanto para la banda Na'ik Madera como para el Festival Ixchel en sí. Haciendo ciertas observaciones entre ellas las siguientes:

- Las páginas interiores del directorio necesitan tener más unidad en el color general.
- La tipografía del disco necesita ser más grande ya que no logra percibirse.
- Las fotos de las artistas necesitan ser reemplazadas por nuevas.