



Diseño de línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM

Marissa Ashanti Gómez Gómez

Carné: 22002363

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

Proyecto de graduación

Diseño de línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM

Marissa Ashanti Gómez Gómez

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora, Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General, Dr. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc

Cartas

Guatemala 07 de mayo de 2025

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA PARA ESTABLECER EL USO CORRECTO DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM DIRIGIDO AL PÚBLICO DEL GÉNERO FUTURE BASS/PROGRESSIVE HOUSE DEL DJ AUR3OM.** Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruiz sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Marissa Ashanti Gómez Gómez
22002363



Licda. Claudia Ruiz
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM
UNIVERSIDAD GALILEO

FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Guatemala 20 de mayo de 2025

Señorita:
Marissa Ashanti Gómez Gómez
Presente

Estimada Señorita Gómez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA PARA ESTABLECER EL USO CORRECTO DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM DIRIGIDO AL PÚBLICO DEL GÉNERO FUTURE BASS/PROGRESSIVE HOUSE DEL DJ AUR3OM**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruiz como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM
UNIVERSIDAD GALILEO

FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Guatemala, 1 de diciembre de 2025

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA PARA ESTABLECER EL USO CORRECTO DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM DIRIGIDO AL PÚBLICO DEL GÉNERO FUTURE BASS/PROGRESSIVE HOUSE DEL DJ AUR3OM**. Presentado por la estudiante: *Marissa Ashanti Gómez Gómez*, con número de carné: 22002363, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Licda. Claudia Ruiz
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 02 de febrero de 2026

Señorita
Marissa Ashanti Gómez Gómez
Presente

Estimada Señorita Gómez:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 20 de marzo de 2026.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA PARA ESTABLECER EL USO CORRECTO DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM DIRIGIDO AL PÚBLICO DEL GÉNERO FUTUREBASS/PROGRESSIVE HOUSE DEL DJ AUR30M**. De la estudiante Marissa Ashanti Gómez Gómez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo
Colegiado 9313



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 21 de abril de 2026

Señorita:
Marissa Ashanti Gómez Gómez
Presente

Estimada Señorita Gómez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA PARA ESTABLECER EL USO CORRECTO DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM DIRIGIDO AL PÚBLICO DEL GÉNERO FUTURE BASS/PROGRESSIVE HOUSE DEL DJ AUR3OM**. Presentado por la estudiante: Marissa Ashanti Gómez Gómez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A mi familia, especialmente a mis padres, cuya fortaleza, constancia y amor han sido la luz que guió cada paso de este recorrido. Gracias por impulsarme a seguir adelante incluso en mis momentos de duda, por motivarme a esforzarme más allá de mis propios límites y por brindarme el apoyo económico y la orientación que hicieron posible este sueño. Este logro es tan mío como suyo, y lo llevo con el profundo orgullo de haberlos tenido a mi lado.

A mi hermano, por ser un sostén inquebrantable, por cada consejo que me ofreció desde el cariño y por recordarme, una y otra vez, la importancia de avanzar con firmeza. Gracias por tu presencia constante, por tu guía y por fortalecer mi camino cuando más lo necesité.

A mis amigos, mi segunda familia, gracias por acompañarme en cada etapa, por sus palabras de aliento, por su apoyo en mis decisiones y por recordarme siempre quién soy y hacia dónde voy. Su compañía hizo más liviano cada reto y más memorable cada triunfo.

A mis catedráticos, quienes con paciencia, rigor y entrega compartieron su conocimiento y su experiencia. Gracias por formar, orientar e inspirar mi crecimiento profesional dentro de la carrera que tanto amo. Su impacto se refleja en cada paso que doy hacia mi futuro.

Y a mí misma. Que no me rendí, que enfrenté los desvelos, que sostuve el esfuerzo, la disciplina y la responsabilidad, incluso cuando el cansancio parecía más grande. Por ser valiente, perseverante y por demostrarme que los sueños se construyen con constancia, corazón y fé.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa DJ AUR3OM se identificó que no cuenta con una línea gráfica definida para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram, a pesar de utilizarla como canal principal de difusión de su música y filosofía creativa, dirigida al público del género FutureBass/Progressive House.

Por lo anterior, se planteó el siguiente objetivo, Diseñar una línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se concluye que la línea gráfica diseñada cumple con los objetivos establecidos, logrando comunicar la estética del género FutureBass/Progressive House de forma auténtica y atractiva.

Además, proporciona una base sólida para la continuidad visual del proyecto del DJ AUR3OM, fortalecer su posicionamiento y conexión emocional con su audiencia digital. Se recomendó al DJ AUR3OM preservar la esencia estética y conceptual de la línea gráfica en futuras piezas, al asegurar que cada elemento visual continúe reflejando la identidad del género FutureBass/Progressive House y la personalidad artística.

Para efectos legales únicamente la autora, *MARISSA ASHANTI GÓMEZ GÓMEZ*, es responsable del contenido de este proyecto y de su presentación audiovisual ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta y utilidad por estudiantes y profesionales.

La autora también se compromete a hacer el seguimiento respectivo de todo el proceso administrativo y cumplir con todos los requisitos de titulación y graduación para obtener así, el título de licenciado en Comunicación y Diseño.

Índice

Capítulo I: Introducción

Introducción.....	1
-------------------	---

Capítulo II: Problemática

Contexto.....	3
---------------	---

Requerimiento de Comunicación y Diseño.....	3
---	---

Justificación.....	3
--------------------	---

Magnitud.....	4
---------------	---

Vulnerabilidad.....	5
---------------------	---

Trascendencia.....	5
--------------------	---

Factibilidad.....	5
-------------------	---

Capítulo III: Objetivos del Diseño

El Objetivo General.....	8
--------------------------	---

Los Objetivos Específicos.....	8
--------------------------------	---

Capítulo IV: Marco de Referencia

Información General del Cliente.....	10
--------------------------------------	----

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

Perfil Geográfico.....	9
------------------------	---

Perfil Demográfico.....	9
-------------------------	---

Perfil Psicográfico.....	10
--------------------------	----

Perfil Conductual.....	10
------------------------	----

Capítulo VI: Marco teórico

Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio.....	12
--	----

Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación y el Diseño.....	14
---	----

Conceptos Fundamentales Relacionados con el Diseño.....	17
---	----

Ciencias Auxiliares, artes, teorías y tendencias	22
--	----

Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar

Aplicación de la Información Obtenida en el Marco Teórico.....	30
--	----

Conceptualización.....	33
------------------------	----

Bocetaje.....	36
---------------	----

Propuesta preliminar.....	53
---------------------------	----

Propuesta Preliminar.....	62
---------------------------	----

Capítulo VIII: Validación Técnica

Población y Muestreo.....	69
---------------------------	----

Método e Instrumentos.....	70
----------------------------	----

Resultados e Interpretación de Resultados.....	75
--	----

Cambios en Base a los Resultados.....	91
---------------------------------------	----

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

Capítulo X Producción, Reproducción y Distribución

Plan de Costos de Elaboración.....	108
------------------------------------	-----

Plan de Costos de Producción.....	109
Plan de Costos de Reproducción.....	109
Plan de Costos de Distribución.....	109
Margen de Utilidad.....	109
Cuadro con resumen general de costos.....	110
Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones	
Conclusiones.....	111
Recomendaciones.....	112
Capítulo XII Conocimiento General.....	114
Capítulo XIII: Referencias.....	114
Capítulo XI: Anexos.....	122

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Capítulo I: Introducción

Introducción

El DJ AUR3OM ha ofrecido a sus clientes reales y potenciales sus servicios desde el año 2020. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con una línea gráfica definida para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram. Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM

Para crear el concepto creativo se usará el método de “El arte de preguntar” y a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

A través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación se desarrollará el proceso de este proyecto. Los métodos de validación serán encuestas al grupo objetivo, clientes y un grupo de expertos. De esta última herramienta se obtendrán cambios importantes para mejorar el resultado, y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

CAPÍTULO II
PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

El DJ AUR3OM no posee una línea gráfica definida en su cuenta de Instagram. A pesar de contar con una propuesta musical sólida y diferenciadora, su presencia digital carece de coherencia visual, lo cual afecta directamente la percepción profesional del proyecto.

Contexto

DJ AUR3OM es una propuesta musical emergente en Guatemala que busca posicionarse dentro de los géneros FutureBass y Progressive House. Este proyecto nace del deseo de traducir emociones en sonidos, al generar experiencias sensoriales únicas y profundas. Fundado por un productor musical apasionado, DJ AUR3OM ha evolucionado desde un laboratorio casero hacia una propuesta artística con gran potencial dentro del ecosistema digital. DJ AUR3OM no posee una línea gráfica definida en su cuenta de Instagram. A pesar de contar con una propuesta musical sólida y diferenciadora, su presencia digital carece de coherencia visual, lo cual afecta directamente la percepción profesional del proyecto.

Requerimiento de Comunicación y Diseño

DJ AUR3OM no cuenta con una línea gráfica definida para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram, a pesar de utilizarla como canal principal de difusión de su música y filosofía creativa, dirigida al público del género FutureBass/Progressive House.

Justificación

Para sustentar las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de

cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

Magnitud

El proyecto se desarrolla en Guatemala, específicamente en el municipio de San Lucas Sacatepéquez y dentro del Departamento de Guatemala. Según datos recientes, este municipio cuenta con aproximadamente 56,545 habitantes, mientras que el departamento en su totalidad alberga a más de 3.6 millones de personas.

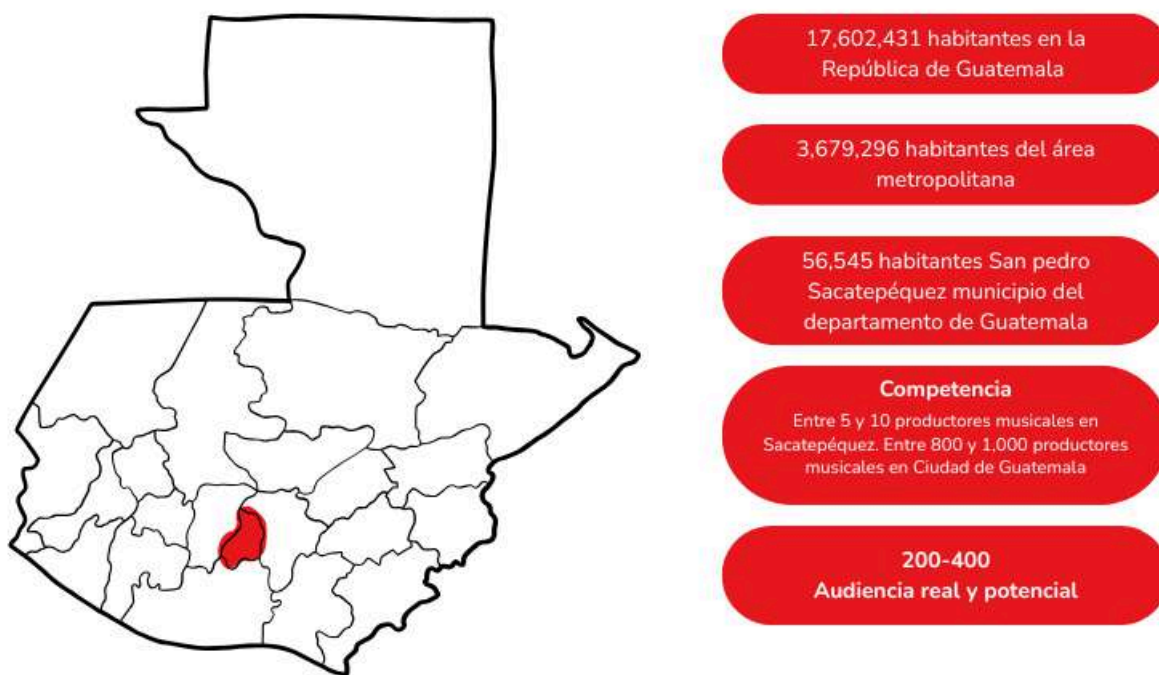


Figura 1. Realizada por Ashanti Gómez. Gráfica de magnitud.

Vulnerabilidad

La ausencia de una línea gráfica coherente y profesional deja al artista expuesto a la percepción de amateurismo. Esta debilidad afecta su capacidad para captar seguidores, establecer alianzas profesionales, generar presentaciones en vivo o promover su música de manera efectiva.

Además, limita el vínculo emocional con su audiencia, ya que no existe un hilo visual que refleje el universo emocional y sonoro que el artista propone en sus producciones.

Trascendencia

Al contar con el proyecto, permite consolidar una comunidad digital fiel, posicionar al artista como innovador dentro del género, y convertir su perfil de Instagram en una plataforma profesional de representación visual.

Factibilidad

El proyecto Diseño de línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM es factible, porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

Recursos Humanos. El proyecto del DJ AUR3OM cuenta con el capital humano capacitado y con experiencia en diseño gráfico y gestión de redes sociales, al asegurar el manejo adecuado de las funciones requeridas.

Recursos Organizacionales. DJ AUR3OM como marca personal y proyecto musical, facilita el acceso a información clave sobre su misión, visión, valores y público objetivo, así como la autorización para utilizar elementos distintivos como el logo, paleta cromática (Dark

Turquoise, White y Light Black), tipografía (Futura) y directrices de comunicación. La disposición del cliente para colaborar y brindar retroalimentación garantiza un flujo de trabajo eficiente y alineado con los objetivos del proyecto.

Recursos Económicos. DJ AUR3OM cuenta con todos los recursos necesarios que posibilita la correcta realización del proyecto.

Recursos Tecnológicos. La estudiante cuenta con el equipo de cómputo y software de diseño indispensables para la elaboración y entrega del proyecto de graduación.

- Computadora MSI Laptop
- Programas de diseño: Toda la Suite de Adobe

CAPÍTULO III

OBJETIVOS DEL DISEÑO

Capítulo III: Objetivos del Diseño

El Objetivo General

Diseñar una línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM.

Los Objetivos Específicos

Recopilar información de la identidad visual del DJ AUR3OM. A través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief, para que sea integrada al diseño de la línea gráfica.

Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño gráfico a través de fuentes bibliográficas y recursos digitales que respalden científicamente la propuesta del diseño de la línea gráfica.

Diseñar guías de plantillas para publicaciones en Instagram, mediante el uso de herramientas digitales de diseño para aplicar de forma coherente la línea gráfica en el contenido de la red social de Instagram.

Establecer la aplicación adecuada de la versión digital interactiva del logotipo, para garantizar la funcionalidad en las plataformas digitales.

CAPÍTULO IV

MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de Referencia

Información General del Cliente

El DJ AUR3OM fue fundado por el propio artista, ubicado en San Lucas Sacatepéquez, y se dedica a la producción y difusión de música electrónica en los géneros FutureBass y Progressive House.

Misión

Crear experiencias sonoras inmersivas que fusionen tecnología, arte y emociones al redefinir los límites y barreras de la música electrónica a través de una identidad única e innovadora.

Visión

Convertirse en un referente global de la música electrónica, siendo símbolo de evolución artística, innovación y autenticidad.

FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Identidad sonora. Propuestas frescas. Producción independiente.	Expansión digital. Colaboraciones con nuevos artistas emergentes. Interés por propuestas auténticas.
DEBILIDADES	AMENAZAS
Escena electrónica limitada en Guatemala. Visibilidad reducida fuera del nicho. Falta de presencia en redes sociales.	Alta competencia global. Saturación de contenido en redes. Cambios en el algoritmo de plataformas.

Figura 2. Realizada por Ashanti Gómez. FODA.

Ver brief completo en Anexo I.

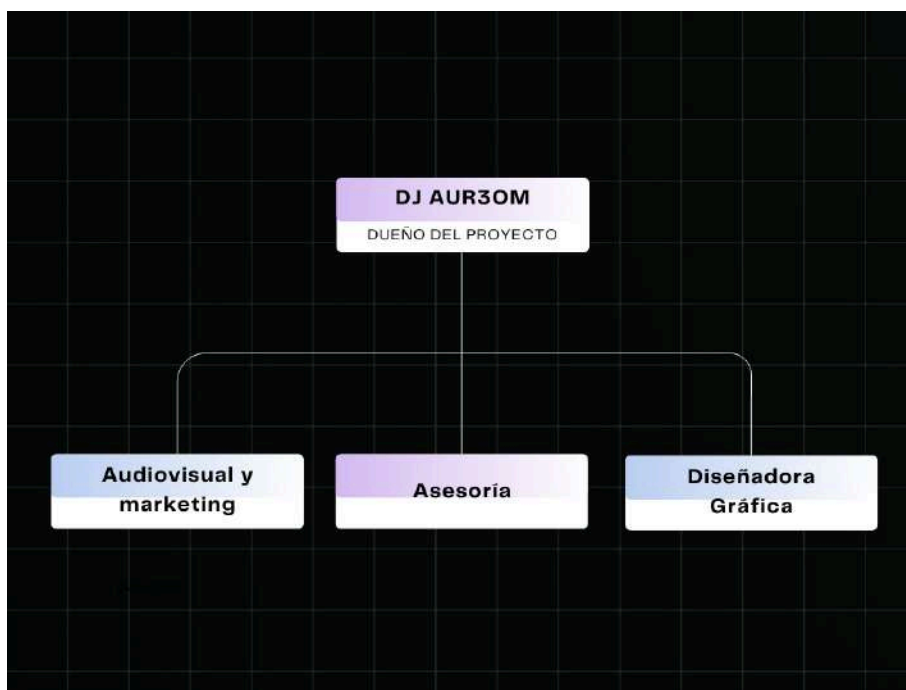
Organigrama.

Figura 3. Realizada por Ashanti Gómez. ORGANIGRAMA.

CAPÍTULO V

DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 16 a 30 años de edad, con un NSE C2- C1, que disfruta del género musical Future bass/progressive house.

Perfil Geográfico

El grupo objetivo habita en zonas residenciales, Son jóvenes y adultos que estudian, trabajan en centros de atención telefónica, oficinas o como emprendedores/comerciantes independientes, se mueven por zonas comerciales, mercados y edificios empresariales. Se entretiene en festivales, discotecas y conciertos. Su consumo de contenido digital se centra en redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok y YouTube. El proyecto se desarrollará puntualmente en la red social de Instagram, enfocándose en conectar con esta audiencia desde lo visual, lo musical y lo emocional.

Perfil Demográfico

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y hombres de 16 a 30 años. Con un NSE C2 - C1, y contempla las expresadas en la tabla de NSE Multivex 2018.

Características	Nivel C1	Nivel C2
Ingresos	Q25,600.00	Q17,500.00
Educaión padres	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura
Educación Hijos	Hijos menores, colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores, colegios privados, mayores en U privadas o estatal
Desempeño	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente
Vivienda	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, area de servicio, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehiculos
Otras propiedades	Sitios/terrenos interior por herencias	
personal de servicio	Por día	Por día, eventual
Servicios financieros	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TCIntl, seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, 1TC local
Posesiones	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Autos compactos de 4-5 años, sin seguro
Bienes de comodidad	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, mínimo 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos
Diversión	Cine, CC, parques temáticos locales	Cine, CC, parques temáticos locales

Figura 4. Realizada por Ashanti Gómez. TABLA DE NSE.

Ver tabla completa de NSE en Anexo II

Perfil Psicográfico

El grupo objetivo se reúne en organizaciones como iglesias, grupos juveniles, clubes artísticos, colectivos culturales y comunidades digitales afines a sus intereses. Creen en el equilibrio entre el trabajo y la diversión, siendo esta última representada por actividades como escuchar música electrónica, asistir a eventos musicales, socializar en redes sociales y participar en experiencias audiovisuales.

Perfil Conductual

El grupo objetivo se comporta de forma visualmente exigente ante productos similares o de la competencia, como cuentas de otros DJs o proyectos musicales dentro del género *Future*

Bass/Progressive House en Instagram. Tiende a interactuar más con contenido que presenta una línea gráfica coherente, estética y dinámica, lo cual influye directamente en su decisión de seguir, compartir o permanecer como audiencia activa.

Valoran los diseños que transmiten energía, modernidad y estilo, y suelen ignorar perfiles con gráficos desordenados, genéricos o poco atractivos. Este comportamiento evidencia la importancia de una propuesta visual sólida, ya que determina el nivel de atención, conexión y fidelidad que el grupo objetivo puede desarrollar hacia el contenido del DJ AUR3OM.

CAPÍTULO VI

MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco teórico

Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio

Empresa

Unidad económico-social estructurada que articula factores productivos como capital, trabajo y tecnología con el fin de transformar insumos en bienes o servicios intercambiables en el mercado. Actúa bajo un marco jurídico y responde a criterios de rentabilidad, sostenibilidad y eficiencia operativa. Además, constituye un agente clave en el desarrollo macroeconómico al dinamizar el empleo, la innovación tecnológica y la competitividad territorial (Definicion.de, s.f).

Dj

Profesional especializado en la manipulación sonora mediante la selección, mezcla y reproducción de pistas musicales, generalmente en entornos performativos o recreativos. Utiliza equipos analógicos o digitales que le permiten intervenir activamente en la creación de atmósferas auditivas. Su rol es fundamental en la industria del entretenimiento y la cultura musical contemporánea, especialmente en géneros electrónicos, donde su intervención configura experiencias inmersivas y adaptativas en contextos sociales diversos (Wikipedia, s.f).

Productor Musical

Agente creativo y técnico que gestiona integralmente la producción fonográfica, desde la conceptualización artística hasta la postproducción. Su intervención abarca áreas como arreglos, grabación, mezcla y dirección estética del proyecto musical. En el ámbito digital contemporáneo, su papel se ha transformado en multidisciplinario, integrando habilidades de ingeniería de

sonido, composición y programación, consolidando su presencia como figura central en el ecosistema musical (El País, 2025).

Música Electrónica

Corriente sonora construida mediante herramientas electrónicas como sintetizadores, samplers y estaciones de trabajo digitales, cuyo origen se remonta a las vanguardias del siglo XX. Se define por la experimentación estructural, la abstracción armónica y la manipulación tecnológica del sonido. Este género ha influido en la configuración estética de la música popular global, dando lugar a una amplia gama de subgéneros y prácticas performativas que redefinen la interacción entre artista y audiencia (Wikipedia, s.f).

Future Bass

Subgénero de la música electrónica caracterizado por estructuras rítmicas sincopadas, progresiones melódicas atmosféricas y uso intensivo de sintetizadores modulados. Su diseño sonoro se basa en la manipulación de graves comprimidos, texturas etéreas y efectos de automatización. Surge como una respuesta estilística a las tendencias del EDM y el pop electrónico, consolidando una identidad sonora emotiva y versátil que ha captado una amplia audiencia global (Wikipedia, s.f).

Progressive House

Vertiente evolutiva del house caracterizada por transiciones armónicas prolongadas, dinámicas gradualistas y un enfoque introspectivo en la construcción de climas musicales. Se apoya en secuencias melódicas ascendentes, líneas de bajo envolventes y capas texturales. Su función estructural permite una progresión emocional durante la interpretación, consolidándose

como recurso estilístico en clubes y festivales de música electrónica de gran formato (Wikipedia, s.f).

Dj Set

Configuración performativa en la que un DJ ejecuta una secuencia variada de piezas musicales, ya sean propias o de otros artistas, con el objetivo de generar una experiencia sonora continua. Este formato implica técnicas como el beatmatching, la sincronización armónica y el live remixing. El DJ set es una forma de expresión artística donde convergen habilidades técnicas y sensibilidad estética, desempeñando un rol central en eventos de música electrónica, tanto en contextos de club como en escenarios de gran escala (Wikipedia, 2020).

Festivales Musicales

Eventos culturales de gran escala que reúnen diversas propuestas musicales en un entorno temático o geográfico específico. Integran programación artística, producción escénica, infraestructura técnica y actividades paralelas como ferias o exposiciones. Desde un enfoque sociológico, los festivales musicales funcionan como plataformas de interacción simbólica, intercambio cultural y consumo experiencial, consolidándose como hitos en la industria del entretenimiento global (González Pérez, 2020).

Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación y el Diseño.

Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación.

Concepto de Comunicación. Proceso multidimensional mediante el cual los individuos intercambian significados a través de sistemas simbólicos, estableciendo vínculos cognitivos, afectivos y sociales. En su dimensión ética, la comunicación no solo transmite información, sino que promueve la comprensión mutua, la veracidad y el respeto entre emisores y receptores,

fortaleciendo la convivencia y la responsabilidad colectiva. Desde esta perspectiva, comunicar implica un acto consciente y comprometido con los principios de justicia discursiva, equidad informativa y reconocimiento del otro como sujeto activo. La ética comunicacional exige transparencia, inclusión y diálogo honesto, constituyéndose en una herramienta fundamental para el desarrollo de sociedades democráticas y sostenibles (Del Prado Flores, 2019).

Principales Autores De La Comunicación. Harold D. Lasswell fue un politólogo y teórico de la comunicación estadounidense que, en 1948, propuso un modelo de comunicación que descompone el proceso comunicativo en cinco componentes esenciales: ¿Quién?, ¿Dice qué?, ¿A quién?, ¿En qué canal? y ¿Con qué efecto? Este modelo, conocido como la fórmula de Lasswell, ha sido fundamental para analizar la comunicación de masas y su impacto en la sociedad. (Wikipedia. s.f.).

Marshall McLuhan fue un filósofo y teórico canadiense de la comunicación que acuñó la frase "el medio es el mensaje" en su obra "Understanding Media: The Extensions of Man". Esta afirmación destaca cómo el medio utilizado para transmitir un mensaje influye en la percepción del contenido y en la sociedad, más allá del propio mensaje (Wikipedia, s.f.).

Elementos de Comunicación. Constituyen las unidades funcionales del proceso comunicativo, donde se articulan funciones como la emisión, recepción y codificación del mensaje, dentro de un contexto específico. (Concepto.de, s.f.).

Emisor. Es la fuente o entidad que origina y codifica el mensaje con la intención de transmitir una información, pensamiento o sentimiento a un receptor determinado.

Receptor. Sujeto o entidad que recibe el mensaje, lo decodifica y lo interpreta en función de su contexto, conocimientos y experiencias previas.

Mensaje. Contenido informativo, verbal o no verbal, que es transmitido entre emisor y receptor con el propósito de generar comprensión o respuesta.

Canal. Medio físico, sensorial o tecnológico por el cual se transmite el mensaje, como puede ser el aire, el papel, la voz, internet o un dispositivo digital.

Código. Sistema estructurado de signos y reglas compartidas por emisor y receptor, que permite la codificación y decodificación del mensaje, como el lenguaje verbal, símbolos o imágenes.

Contexto. Entorno situacional, cultural y temporal en el que ocurre el proceso comunicativo, condicionando la forma y efectividad del intercambio

Esquema de Comunicación.

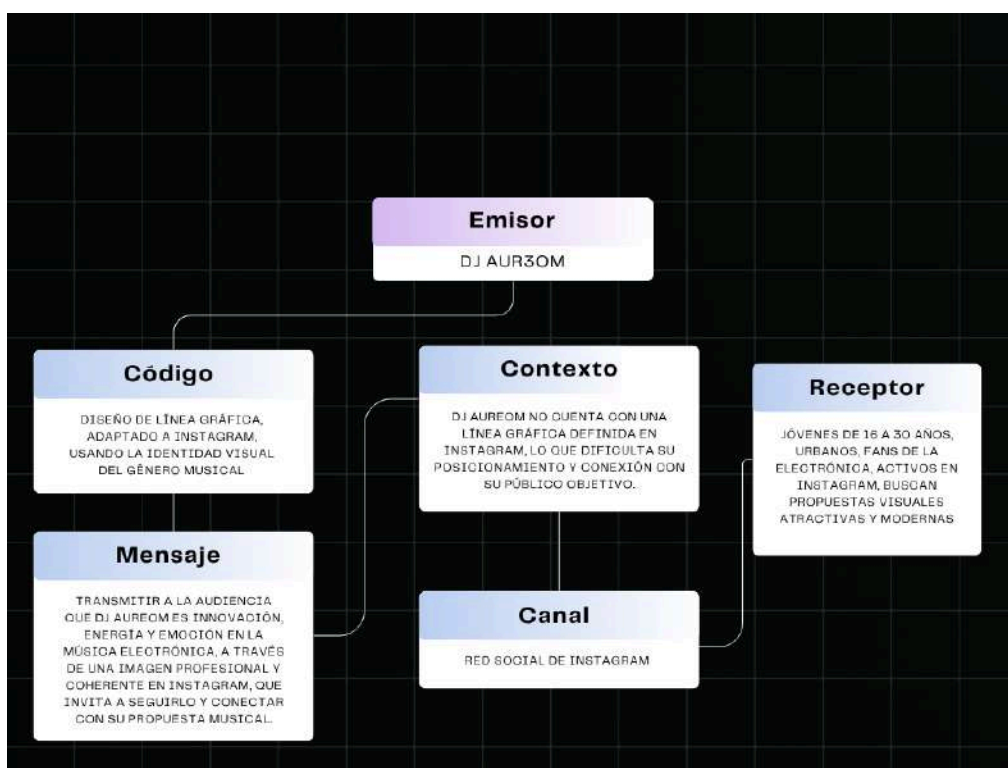


Figura 5. Realizada por Ashanti Gómez. Esquema de Comunicación.

Tipos de Comunicación.

Comunicación Organizacional. Se concibe como el proceso mediante el cual se intercambia información, ideas y mensajes dentro de una organización, con el propósito de alcanzar objetivos y metas específicas. Este proceso abarca tanto la comunicación interna, que se da entre los miembros de la organización, como la externa, dirigida a públicos fuera de la misma (QuestionPro,s.f).

Funciones de la Comunicación. Las funciones de la comunicación son los propósitos que se persiguen al comunicarnos, ya sea de forma verbal o no verbal, dentro de un contexto determinado.(Concepto.de, s.f.).

Estrategias de Comunicación. Planes de acción estructurados que buscan alcanzar objetivos específicos mediante la transmisión efectiva de mensajes. Estas estrategias consideran el análisis del contexto, la identificación de públicos objetivos y la selección de canales adecuados para lograr una comunicación eficiente y coherente con las metas organizacionales. (Red Iberoamericana de Pedagogía, 2020).

Conceptos Fundamentales Relacionados con el Diseño.

Diseño. Disciplina proyectual que articula procesos creativos, técnicos y comunicacionales para concebir soluciones funcionales y estéticas a problemas específicos de la vida cotidiana, empresarial o cultural. El diseño se manifiesta en múltiples campos, como el gráfico, industrial, arquitectónico o digital, y su práctica requiere una combinación de pensamiento estratégico, sensibilidad visual y dominio tecnológico. Además de su componente visual, el diseño implica investigación, planificación y análisis contextual, con el fin de generar productos o experiencias que respondan a las necesidades del usuario y a los objetivos de un

entorno determinado. En la actualidad, cumple un rol clave en la innovación, el posicionamiento de marcas y la construcción de significados simbólicos en los procesos comunicativos (Escuela de Diseño de Altos de Chavón, 2022).

Principales Autores del Diseño.

Dieter Rams. Es un referente del diseño industrial moderno, conocido por sus principios de diseño funcionalista y su trabajo con la empresa Braun. Su filosofía se basa en la idea de que el buen diseño debe ser innovador, útil, estético y comprensible, principios que siguen influyendo en diseñadores contemporáneos. Entre sus mayores aportes se encuentran los “Diez principios del buen diseño”, una guía ética y técnica que promueve la sostenibilidad, la honestidad formal y la simplicidad como valores esenciales del proceso proyectual (Vitsoe, s.f.).

Paul Rand. Fue un pionero del diseño gráfico estadounidense, reconocido por crear identidades visuales icónicas para marcas como IBM, UPS y ABC. Su enfoque integró el arte moderno con la funcionalidad del diseño corporativo, estableciendo las bases del diseño gráfico como disciplina profesional. Rand defendía que el diseño es un medio de comunicación visual con propósito, y que su éxito depende de la síntesis entre forma, función y mensaje. Su legado ha dejado una profunda huella en la educación y práctica del diseño visual (AIGA, 2021).

Diseño Gráfico. Disciplina proyectual orientada a la comunicación visual mediante el uso estratégico de tipografía, imagen, color y composición para transmitir mensajes con claridad y eficacia. Integra principios estéticos y funcionales para solucionar problemas de comunicación en medios impresos, digitales y audiovisuales. El diseño gráfico no solo busca el impacto visual, sino también la optimización del mensaje, adaptándose al contexto cultural, al público objetivo y al canal de difusión. Se emplea en identidad corporativa, publicidad, diseño editorial y medios

interactivos, siendo una herramienta clave en la construcción de la imagen de marca y la percepción pública (González & Fernández, 2021).

Elementos del Diseño.

Línea Gráfica. Conjunto de elementos visuales que unifican la comunicación de una marca, proyecto o campaña, garantizando coherencia estética y reconocimiento. Incluye pautas sobre tipografía, paleta cromática, disposición de elementos, estilos de imagen e íconos, configurando una identidad visual homogénea en todos los soportes. Esta herramienta estratégica asegura que el mensaje visual mantenga uniformidad en diferentes plataformas, facilitando la recordación y posicionamiento ante el público. Su adecuada implementación permite transmitir valores, personalidad y objetivos comunicacionales de forma efectiva y profesional (Landa, 2016).

Logotipo. Signo visual compuesto por tipografía que identifica de manera única a una marca, organización o producto. Se basa exclusivamente en el uso de letras o palabras estilizadas, sin acompañamiento de símbolos gráficos, y su función principal es ofrecer una representación legible, distintiva y coherente de la entidad que representa. Dentro del sistema de identidad visual, el logotipo es un componente fundamental que transmite valores, posicionamiento y profesionalismo. Su correcta aplicación asegura la consistencia de la marca en los distintos medios de comunicación y fortalece su reconocimiento ante el público objetivo (Gómez-Palacio & Vit, 2009).

Paleta Cromática. Colores seleccionados estratégicamente para representar visualmente una marca o proyecto. Esta selección responde a criterios psicológicos, culturales y funcionales, buscando generar coherencia estética y facilitar el reconocimiento visual. Los colores elegidos

comunican sensaciones, refuerzan valores de marca y diferencian a la organización frente a su competencia. Una paleta cromática bien definida permite la aplicación consistente en piezas gráficas, tanto impresas como digitales (González, 2017).

Tipografía. Diseño y uso de estilos de letra para transmitir mensajes escritos de manera visualmente eficaz. En el contexto gráfico, cumple una función estética y comunicativa, contribuyendo a la personalidad y legibilidad del contenido. Una elección tipográfica acertada refuerza la identidad visual y armoniza con otros elementos del diseño. Puede incluir familias tipográficas principales y secundarias que guían el tono y jerarquía del mensaje (Costa, 2004).

Imágenes. Representaciones visuales que complementan el discurso gráfico, ya sea en forma de ilustraciones, gráficos o composiciones digitales. Su uso estratégico busca captar la atención y facilitar la comprensión del mensaje. En una línea gráfica, las imágenes deben ser coherentes con la estética y narrativa de la marca, ajustándose a criterios de resolución, estilo visual y licenciamiento adecuado (Samara, 2008).

Fotografías. Capturas visuales que documentan, expresan o refuerzan un mensaje visual. En diseño gráfico, deben seleccionarse bajo criterios técnicos y semióticos que garanticen coherencia con la identidad visual y objetivos comunicativos. Se emplean tanto con fines descriptivos como emocionales, y su edición debe respetar un estilo fotográfico definido por iluminación, encuadre y saturación, asegurando una apariencia uniforme (Rowland, 2017).

Plantillas Gráficas. Estructuras prediseñadas que estandarizan el formato y disposición de los elementos visuales en piezas recurrentes. Facilitan la producción de contenidos consistentes y agilizan los procesos de diseño. Su uso es común en publicaciones digitales, redes

sociales y documentos corporativos. Aseguran la correcta aplicación de la identidad visual y permiten mantener una comunicación visual clara y homogénea (Landa, 2010).

Elementos gráficos Complementarios. Los elementos gráficos complementarios incluyen íconos, líneas, texturas, formas o patrones que apoyan y enriquecen la composición visual. Estos detalles ayudan a reforzar el estilo de la marca sin saturar la pieza gráfica. Deben usarse con moderación y coherencia, respetando la jerarquía visual y el equilibrio del diseño. Su función es fortalecer el mensaje y dotar de personalidad al sistema gráfico (Gómez-Palacio & Vit, 2009).

Composición. Organización visual de los elementos dentro de un espacio determinado, buscando equilibrio, armonía y jerarquía. Un diseño bien compuesto dirige la atención del espectador y mejora la comprensión del mensaje. La disposición efectiva de textos, imágenes y formas debe responder a principios como alineación, proximidad, contraste y repetición. Es uno de los pilares fundamentales del diseño gráfico (Lupton, 2014).

Retícula. Estructura base compuesta por líneas guías horizontales y verticales que facilitan la alineación y distribución de los elementos gráficos en un diseño. Actúa como herramienta de orden y consistencia visual. Existen diversos tipos de retículas (modular, jerárquica, de columna, entre otras) y su uso permite desarrollar composiciones claras, funcionales y equilibradas en distintos formatos (Ambrose & Harris, 2011).

Tono y Estilo de Contenido. Manera en que se comunica un mensaje a nivel verbal y visual. El tono puede ser formal, informal, técnico, emocional, entre otros, y debe alinearse con el público objetivo y valores de marca. El estilo abarca aspectos como vocabulario, ritmo del texto, uso de imágenes y recursos gráficos. Juntos conforman una guía esencial para mantener la

coherencia narrativa y visual en todos los puntos de contacto de la comunicación (Mayhew, 2012).

Digitalización. Entendida como el proceso de convertir información analógica en formatos digitales, la digitalización permite almacenar, procesar y transmitir datos de forma eficiente a través de tecnologías electrónicas. Este procedimiento implica la codificación de contenidos físicos como textos, imágenes y sonidos en bits, lo que facilita su gestión, reproducción y conservación en entornos virtuales. Actualmente, la digitalización es un componente esencial de la transformación tecnológica en sectores como la educación, el diseño, la salud y la industria cultural. Gracias a ella, se optimizan procesos, se amplía el acceso a la información y se promueve la interoperabilidad entre sistemas (Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado, 2017).

Diagramación. Hace referencia a la organización visual y estructural de contenidos gráficos y textuales dentro de un soporte determinado, con el fin de garantizar claridad, jerarquía informativa y estética. La diagramación se apoya en principios de composición, retícula y equilibrio visual para dirigir la lectura y mejorar la comprensión del mensaje. Esta técnica resulta clave en disciplinas como el diseño editorial, gráfico y publicitario, ya que define la experiencia de usuario y la efectividad comunicativa. Su aplicación estratégica contribuye al impacto visual del contenido, facilitando la transmisión coherente y atractiva de la información (Landa, 2010).

Ciencias Auxiliares.

Psicología. Disciplina científica que estudia el comportamiento humano y los procesos mentales mediante métodos empíricos y terapéuticos. Su objetivo es comprender, explicar y predecir la cognición, emoción y conducta de individuos y grupos en diversos contextos. La

aplicación de sus hallazgos abarca ámbitos como salud mental, educación, trabajo y sociedad. Su práctica involucra tanto la investigación experimental como la intervención clínica, siendo esencial para mejorar el bienestar humano (American Psychological Association, 2020).

Psicología de la Comunicación. Se concibe como la rama que analiza cómo los individuos perciben, interpretan y responden a los mensajes comunicativos. Estudia los procesos cognitivos y afectivos implicados en la recepción y emisión de información verbal y no verbal. Su aplicación es vital en campos como publicidad, relaciones públicas y medios de comunicación, donde optimizar la efectividad del mensaje requiere profundizar en la influencia psicológica de los estímulos comunicacionales (Moreno & Vázquez, 2018).

Psicología del Consumidor. Disciplina que investiga los factores mentales y emocionales que influyen en las decisiones de compra y consumo. Esta área busca comprender motivaciones, percepciones y procesos de valor que determinan la conducta del consumidor. Su importancia radica en el desarrollo de estrategias de marketing y diseño de productos que satisfagan necesidades reales y generan lealtad. Se basa en modelos teóricos y empíricos de comportamiento para optimizar la experiencia del cliente (Solomon, 2017).

Psicología del Color. Estudio de los efectos psicológicos y fisiológicos que producen los colores sobre el estado de ánimo, percepción y comportamiento de las personas. Examina cómo la elección cromática influye en emociones y decisiones. En el diseño, el marketing y el branding, esta disciplina guía la selección de paletas para reforzar mensajes y provocar respuestas específicas en el público. Colores cálidos pueden estimular actividad, mientras que fríos inducen tranquilidad (Elliot & Maier, 2014).

Psicología Audiovisual. Se centra en el análisis de cómo los elementos visuales y sonoros en medios (cine, video, animación) influyen en la atención, emoción y memoria del espectador. Estudia la sinergia entre imagen, sonido y narrativa para generar efectos psicológicos específicos. Esta área es esencial en la producción de contenidos publicitarios, cinematográficos y multimedia, ya que permite diseñar experiencias impactantes y persuasivas. Aplica teorías de percepción, emoción y cognición audiovisual (Smith, 2019).

Redes Sociales. Se describen como plataformas digitales que facilitan la creación, intercambio y consumo de contenido generado por los usuarios y las interacciones sociales derivadas. Funcionan como espacios de comunicación interpersonal y masiva. Su estudio psicológico incluye cómo influyen en la identidad, las emociones y el comportamiento social. En marketing y comunicación, se aprovechan para construir comunidades, generar engagement y difundir mensajes con mayor alcance (Kaplan & Haenlein, 2010).

Sociología. Esta disciplina se define por el estudio científico de la sociedad, las estructuras sociales y los comportamientos colectivos. Analiza instituciones, grupos y procesos sociales para entender cómo se organizan y cambian las sociedades. Su relevancia en comunicación radica en comprender los contextos culturales, los roles sociales y los mecanismos de control simbólico. Permite analizar cómo los medios y la cultura influyen en la construcción de identidades y valores colectivos (Giddens, 2013).

Artes.

Música. Manifestación acústico estética estructurada mediante parámetros como ritmo, melodía, armonía y timbre, la música se configura como un sistema simbólico de comunicación sonora. Su ejecución implica la organización temporal de sonidos y silencios, orientada a provocar respuestas cognitivas, emocionales y sensoriales en el oyente (Sánchez, 2016).

Fotografía. Disciplina técnico-artística basada en la captura de imágenes mediante la acción de la luz sobre superficies fotosensibles o sensores digitales. Este proceso óptico-químico o electrónico permite registrar y reproducir escenas del entorno con un alto nivel de verosimilitud visual (Fontcuberta, 2011).

Teorías.

Teoría del Color. Sistema conceptual que estudia la percepción, interacción y organización de los colores según sus propiedades físicas y sus efectos psicológicos. Esta teoría establece principios cromáticos fundamentales como el círculo cromático, los esquemas armónicos y el contraste simultáneo, utilizados en disciplinas visuales para generar equilibrio y legibilidad. En contextos comunicativos, el color funciona como un componente semiótico capaz de evocar emociones, simbolismos culturales y jerarquías visuales, siendo esencial en el diseño gráfico, la publicidad y el branding estratégico (Itten, 1997).

Teoría del Recorrido Visual. Postulado perceptual que describe la manera en que el ojo humano explora y jerarquiza los elementos dentro de una composición visual. Se basa en principios de la Gestalt, como la proximidad, continuidad y figura-fondo, los cuales determinan el flujo de atención dentro del campo visual. Esta teoría es crucial para la diagramación y diseño

gráfico, ya que permite estructurar layouts que guíen la lectura del espectador de forma eficiente, priorizando la información más relevante y fomentando la retención del mensaje (Lupton, 2008).

Tecnologías.

Software de Diseño.

Adobe Photoshop. Software de edición y manipulación de imágenes rasterizadas desarrollado por Adobe Inc., ampliamente utilizado en entornos profesionales del diseño gráfico, la fotografía digital y la producción visual. Su funcionalidad se basa en el tratamiento por capas, el uso de máscaras, herramientas de retoque y procesamiento de color de alta precisión. Constituye un estándar en la industria creativa por su capacidad para intervenir visualmente en fotografías, ilustraciones y materiales gráficos destinados tanto a medios impresos como digitales (Adobe, 2024).

Adobe Illustrator. Aplicativo vectorial profesional que permite la creación de gráficos escalables mediante coordenadas matemáticas, ideal para logotipos, ilustraciones digitales y diseño editorial. A través de trazados, nodos y herramientas de dibujo avanzado, facilita la producción de contenido gráfico con alta precisión geométrica. Su integración con otros programas del ecosistema Adobe lo posiciona como un pilar esencial en el desarrollo de identidades visuales, piezas promocionales y recursos de comunicación institucional (Adobe, 2024).

Adobe Premiere Pro. Herramienta de edición audiovisual no lineal dirigida a profesionales del cine, la televisión y el contenido digital. Opera bajo una interfaz de línea de tiempo que permite la manipulación secuencial de clips de video, audio, efectos visuales y transiciones de forma precisa y flexible. Gracias a su compatibilidad con formatos de alta

resolución, su integración con Adobe After Effects y su soporte para flujos de trabajo colaborativos, Premiere Pro es una referencia en la postproducción audiovisual contemporánea (Adobe, 2024).

Adobe Lightroom Classic. Plataforma especializada en el procesamiento y revelado digital de imágenes en formato RAW, desarrollada por Adobe Inc. Está dirigida principalmente a fotógrafos profesionales, ofreciendo un flujo de trabajo optimizado para la organización, edición no destructiva y exportación de fotografías de alta calidad. A través de su motor de revelado avanzado, Lightroom Classic permite ajustes precisos de exposición, balance de blancos, curvas de tono, corrección de lente y aplicación de presets. Su integración con Adobe Photoshop y su sistema de catálogos lo convierten en una herramienta indispensable en la postproducción fotográfica contemporánea (Adobe, 2024).

Canva. Plataforma de diseño gráfico basada en la nube, orientada a usuarios no especializados que requieren generar contenido visual para redes sociales, presentaciones, materiales educativos o promocionales. Funciona mediante plantillas predefinidas y una interfaz intuitiva de tipo drag-and-drop. Canva democratiza el acceso al diseño, facilitando la creación visual sin conocimientos técnicos avanzados, siendo ampliamente utilizada en educación, emprendimiento y comunicación digital (Canva, 2024).

Herramientas de Comunicación y Colaboración.

Google Workspace. Suite de productividad en la nube desarrollada por Google, compuesta por herramientas colaborativas como Gmail, Drive, Docs, Sheets, Slides, Calendar y Meet. Su arquitectura SaaS (Software as a Service) permite el trabajo en tiempo real, la sincronización multiplataforma y la gestión de archivos con control de permisos. Está diseñada

para entornos corporativos, educativos y organizacionales, integrando funciones de seguridad, administración de usuarios y flujos de trabajo colaborativos eficientes (Google, 2024).

Google Meet. Aplicación de videoconferencia basada en la web que forma parte de Google Workspace. Facilita reuniones virtuales mediante enlaces seguros, integración con calendarios y funciones como subtítulos automáticos, grabación y control de participantes. Está optimizada para entornos profesionales y educativos, siendo una herramienta clave para la comunicación sincrónica remota en contextos laborales híbridos y colaborativos (Google, 2024).

Tendencias.

Minimalismo. Corriente estética y filosófica que surgió en la segunda mitad del siglo XX, caracterizada por la reducción formal al mínimo indispensable. En el diseño y las artes visuales, prioriza la funcionalidad, el uso restringido del color y la eliminación de elementos ornamentales. Su principio rector es "menos es más", lo que implica una economía visual que busca claridad, pureza estructural y equilibrio compositivo (MoMA, s.f.).

Arte Conceptual. Tendencia artística donde la idea o concepto subyacente prima sobre el objeto material. Este enfoque, desarrollado en los años sesenta, redefine el proceso creativo al privilegiar la reflexión crítica, el lenguaje y la documentación como medios expresivos. El arte conceptual cuestiona los límites tradicionales del arte, proponiendo que la experiencia intelectual del espectador es tan relevante como la experiencia visual (Tate, s.f.).

Ejemplo de Tablero de Tendencias

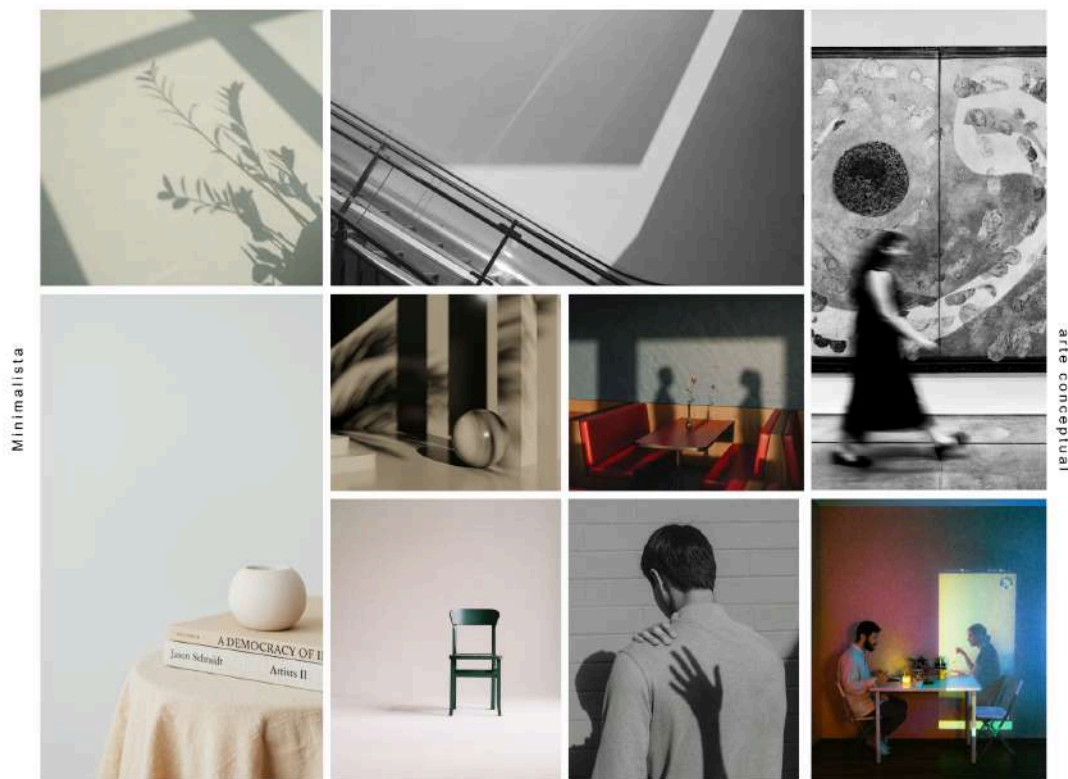


Figura 6. Realizada por Ashanti Gómez. Tablero de tendencias que desglosa la tendencia del minimalismo y arte conceptual. Elaborado a partir de la investigación en Anexo III.

CAPÍTULO VII

PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar

Aplicación de la Información Obtenida en el Marco Teórico

Comunicación

En el proyecto se incluirán fundamentos de la comunicación para transmitir mensajes claros y efectivos al público objetivo. Se aplicarán códigos visuales que fortalezcan la identidad del DJ. Esta integración permitirá una interacción fluida entre contenido y audiencia. Además, se optimizará la percepción del mensaje en plataformas digitales. La coherencia comunicativa será clave en todos los formatos.

Diseño

En el proyecto se aplicarán principios del diseño para construir una línea visual coherente, funcional y estética. Se priorizará la estructuración por retículas, balance y jerarquía visual. Cada elemento gráfico responderá a los objetivos del proyecto. El sistema visual asegura reconocimiento de marca. La composición reforzará el mensaje que se quiere transmitir.

Psicología

En este proyecto se aplicarán elementos psicológicos para interpretar el comportamiento del público al que se dirige. Se utilizarán estímulos visuales que generen una respuesta emocional positiva. La percepción, atención y motivación son claves en la experiencia visual. Se alinea la narrativa con los intereses del usuario. Esto permite mayor impacto en la audiencia.

Psicología del Color

En el proyecto se seleccionará una base en fundamentos de la psicología del color. Se busca provocar sensaciones específicas que acompañen la identidad musical del artista. Cada tono comunica valores, estilo y emociones. La armonía cromática refuerza la estética general. El color funcionará como recurso comunicacional estratégico.

Redes Sociales

En el desarrollo del proyecto se consideran las redes sociales como canales estratégicos de difusión y posicionamiento del DJ. Se aplicarán criterios de segmentación, engagement y frecuencia de publicación. Cada pieza visual será adaptada al formato y lógica de cada plataforma. Se prioriza la interacción directa con la audiencia. Las redes serán el núcleo del ecosistema comunicativo.

Fotografía

En el proyecto las imágenes responderán a criterios técnicos y simbólicos definidos por el proyecto. Se seleccionarán fotografías que reflejen el estilo artístico del DJ y generen conexión con el público. La composición y edición mantienen una estética homogénea. Su función es narrativa y emocional. Son clave para consolidar la identidad visual.

Teoría de Recorrido Visual

El proyecto se apoya con la teoría del recorrido visual para guiar la atención del espectador. Se aplican principios como jerarquía, proximidad y contraste visual. Esto asegura una lectura fluida y ordenada del contenido. La información prioritaria será destacada estratégicamente. Mejorará la retención del mensaje.

Adobe Photoshop

Dentro del proyecto se emplea Adobe Photoshop para la edición precisa de imágenes utilizadas en redes. Se aplican ajustes de luz, color, enfoque y montaje visual. Su uso asegura coherencia gráfica en todo el contenido visual. Se cuida el acabado profesional. Photoshop contribuye al impacto visual general.

Adobe Illustrator

Dentro del proyecto se emplea Adobe Illustrator para generar elementos gráficos e íconos con precisión vectorial. Illustrator permite escalabilidad y uniformidad en las piezas gráficas. Se construye una identidad sólida y versátil para el DJ. La técnica garantiza limpieza y legibilidad. Cada elemento refuerza el sistema visual del proyecto.

Arte Conceptual

El proyecto toma referencias del arte conceptual al priorizar el mensaje detrás de cada pieza gráfica. Las decisiones visuales parten de una intención reflexiva. Se valora el contenido más allá de lo decorativo. La forma sigue al concepto como principio rector. Esto potencia el valor simbólico del diseño.

Conceptualización

Método

El método creativo “El arte de preguntar” fue desarrollado por Alex Osborn, y se emplea principalmente para estimular el pensamiento crítico y generar nuevas ideas mediante la formulación estratégica de preguntas. Esta técnica se utiliza en procesos creativos que requieren análisis profundo, exploración de alternativas y definición clara de problemas, siendo muy útil en disciplinas como el diseño, la comunicación y la resolución de conflictos conceptuales. (Neuronilla, 2021).

El método técnico de creatividad utilizada, funciona de la siguiente forma: se parte de un objeto, situación o problema, al cual se le aplican preguntas claves como “¿Qué?”, “¿Por qué?”, “¿Para qué?”, “¿Dónde?”, “¿Cuándo?” y “¿Cómo?”. Estas interrogantes permiten descomponer el problema desde diferentes ángulos, ampliando la perspectiva y generando nuevas posibilidades de solución. De esta forma se debe llevar el siguiente esquema:

- **Paso 1:** Identificación del tema central del proyecto (en este caso, la construcción de la línea gráfica del DJ y su estilo musical).
- **Paso 2:** Planteamiento de preguntas abiertas con base en los ejes: función, forma, mensaje, público, entorno y medios.
- **Paso 3:** Registro y análisis de las respuestas generadas para detectar patrones, necesidades, oportunidades o conflictos conceptuales.

- **Paso 4:** Síntesis de ideas clave obtenidas a partir de las respuestas, clasificándolas según su aplicabilidad al diseño gráfico y la estrategia comunicativa.
- **Paso 5:** Toma de decisiones fundamentadas sobre el estilo visual, línea gráfica, recursos de diseño y tono del contenido, guiado por la información obtenida.

Con estos pasos, se completa la solución del problema planteado, ya que la técnica permite estructurar con claridad la base conceptual del diseño, garantizando coherencia entre la identidad gráfica, la música del DJ y la percepción del público objetivo.

Definición del Concepto

Para el proyecto “Diseño de línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM” se aplicó la técnica de creatividad titulada “El arte de preguntar”. Se desarrollaron los siguientes pasos:

Paso 1: Definición del enfoque central del proyecto, representar visualmente el género musical y personalidad del DJ mediante una línea gráfica original.

Paso 2: Planteamiento de preguntas como ¿Qué sensaciones debe transmitir la identidad visual?, ¿Por qué este estilo es relevante para el público objetivo?, ¿Cómo se diferencia esta propuesta de otras similares?, ¿Dónde se comunicará?, ¿Cuándo y con qué frecuencia se usará?

Paso 3: Análisis y registro de respuestas, lo cual permitió establecer parámetros visuales como color, tipografía, recursos gráficos y tono comunicativo.

Paso 4: Interpretación de los hallazgos para traducirlos en propuestas de diseño que reflejan los valores y esencia del DJ.

Paso 5: Aplicación de las decisiones creativas a la línea gráfica general, garantizando coherencia visual y comunicacional en redes sociales, piezas promocionales y contenido audiovisual.

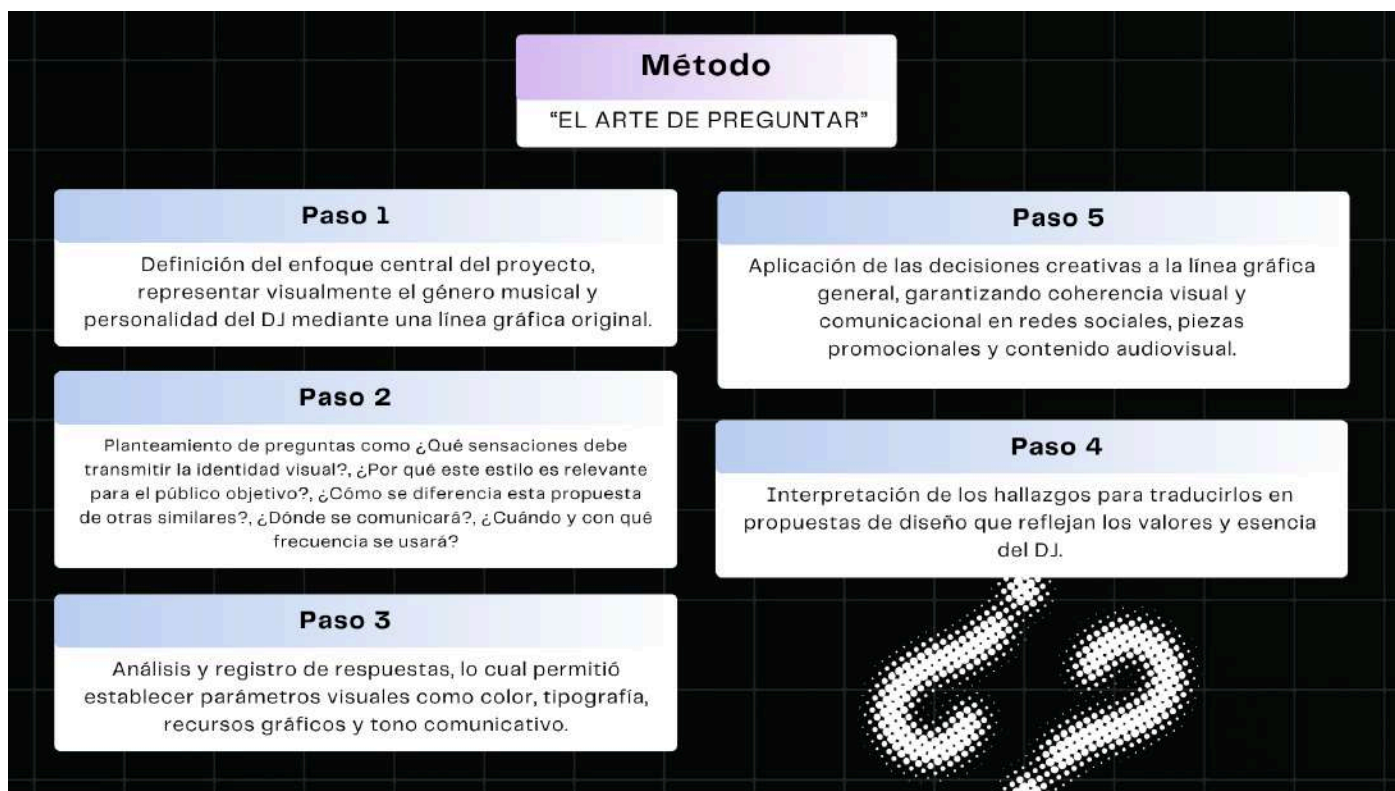


Figura 7. Realizada por Ashanti Gómez. Gráfica del método "El arte de preguntar".

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase “**Make it real**”. El slogan que se traduce al español como “Hazlo real”, representa una postura conceptual y metodológica frente a la producción de música electrónica. Tradicionalmente, este género musical se caracteriza por la creación de sonidos de manera completamente digital, utilizando programas y librerías de sonidos predefinidos. Sin embargo, este trabajo propone una alternativa experimental, donde la organicidad y la creatividad personal cobran protagonismo. Make it Real” trasciende la simple consigna motivacional para convertirse en el eje filosófico y práctico de la propuesta: se trata de revalorizar la autenticidad, favoreciendo la experimentación y la identidad personal por sobre el uso de recursos genéricos y prefabricados. Esta perspectiva busca no solo enriquecer la producción musical con matices personales y orgánicos, sino también problematizar las prácticas comunes en la música electrónica actual, incentivando una reflexión sobre la autoría y la creatividad en el arte sonoro.

De igual forma la frase funcionará como eslogan y se incluirá en el material presentado. Sin embargo, como la compañía ya cuenta con un eslogan, esta frase se usará únicamente como fuente de inspiración para el proyecto.

Bocetaje

Con base en la frase “Make it real” se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: *Tabla de requisitos, bocetaje de diagramación o bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.*

Tabla de Requisitos

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Evocar emociones profundas y marcar el tono emocional del mensaje.	Usar paletas oscuras (negros, rojos, azules saturados). Ajustar tonos y contrastes con curvas y capas de ajuste en Photoshop. Crear degradados dramáticos.	Nostalgia electrónica, intensidad, melancolía futurista, desahogo emocional.
Tipografía	Reforzar el mensaje emocional con fuerza visual.	En Illustrator: tipografías sans serif, bold, condensadas. Manipulación de interletraje (kerning) y tamaño. En Photoshop: agregar desenfoques o distorsión suave para dramatismo.	Impacto sonoro, energía contenida, mensaje directo.
Fotografías	Transmitir mensajes simbólicos y reforzar el tono emocional del diseño.	En Photoshop: edición con luz dura o tamizada, aplicar filtros de color, grano, desenfoque o glitch. Uso de elementos simbólicos (flores, manos, sombras, cuerpos).	Soledad estética, simbolismo emocional, conexión humana distante y melancolía.

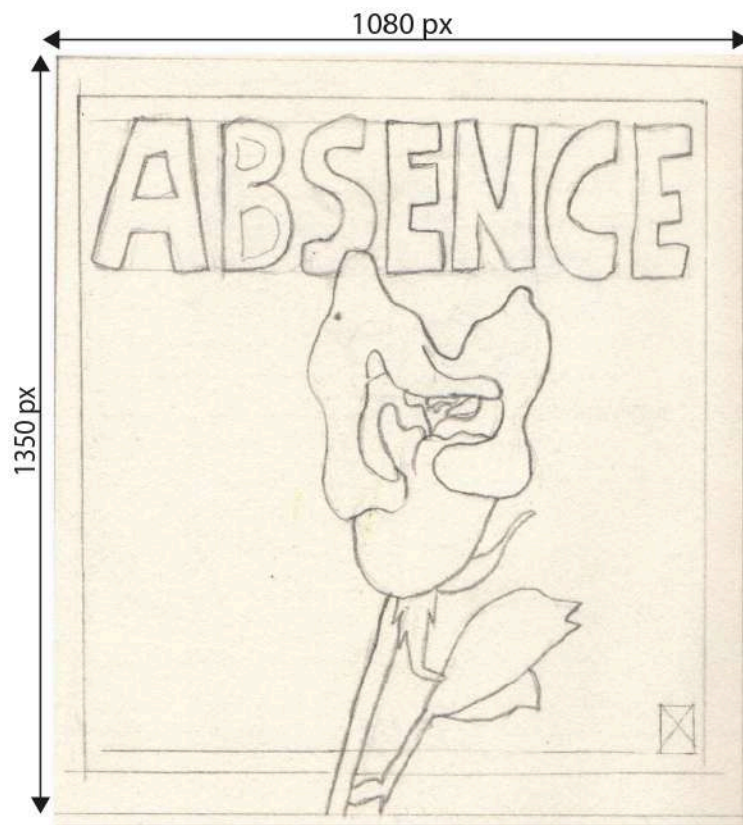
Diagramación	Resaltar el mensaje central sin sobrecargar. usando las dimensiones de la red social de instagram	En Illustrator: diseño minimalista, centrado o justificado con mucho espacio negativo. En Photoshop: uso de sombras y enfoque selectivo.	Minimalismo emocional, pausa visual, sensación de espacio sonoro.
Textura	Profundizar el ambiente visual y dar realismo dramático.	Aplicar en Photoshop grano cinematográfico, texturas de papel o ruido. Usar modos de fusión para integrarlas con suavidad.	Atmósfera envolvente, vibra lo-fi, crudeza suave, reverberación emocional.
Líneas	Enmarcar elementos o separar zonas visuales sutilmente.	Líneas finas, suaves o con desenfoque. Trazos limpios en Illustrator o efectos de sombra/luz en Photoshop.	Fluidez, eco visual, ritmo contenido.

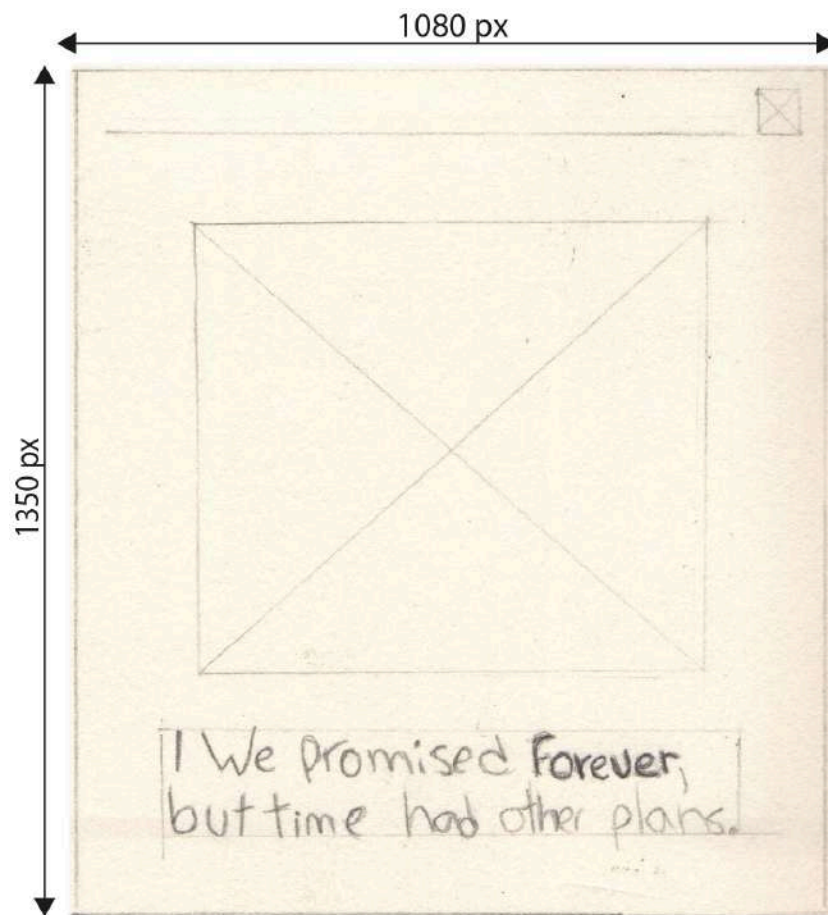
Figura 8. Tabla realizada por Ashanti Gómez. Tabla de Requisitos.

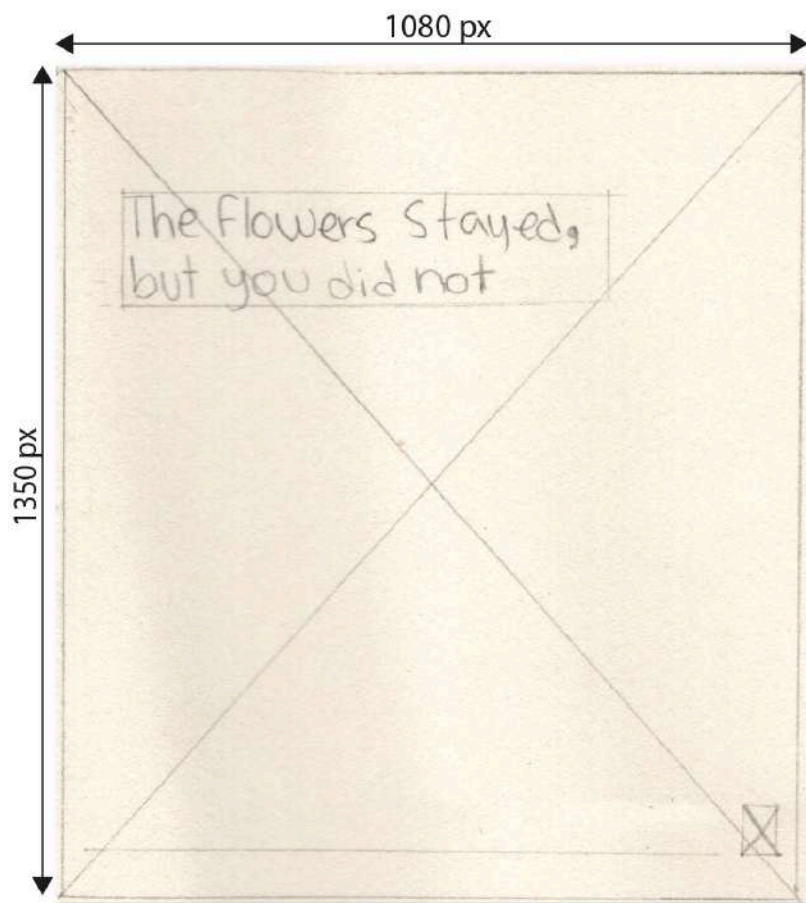
Proceso de Bocetaje

Bocetaje Inicial

Boceto 1. Publicación 1

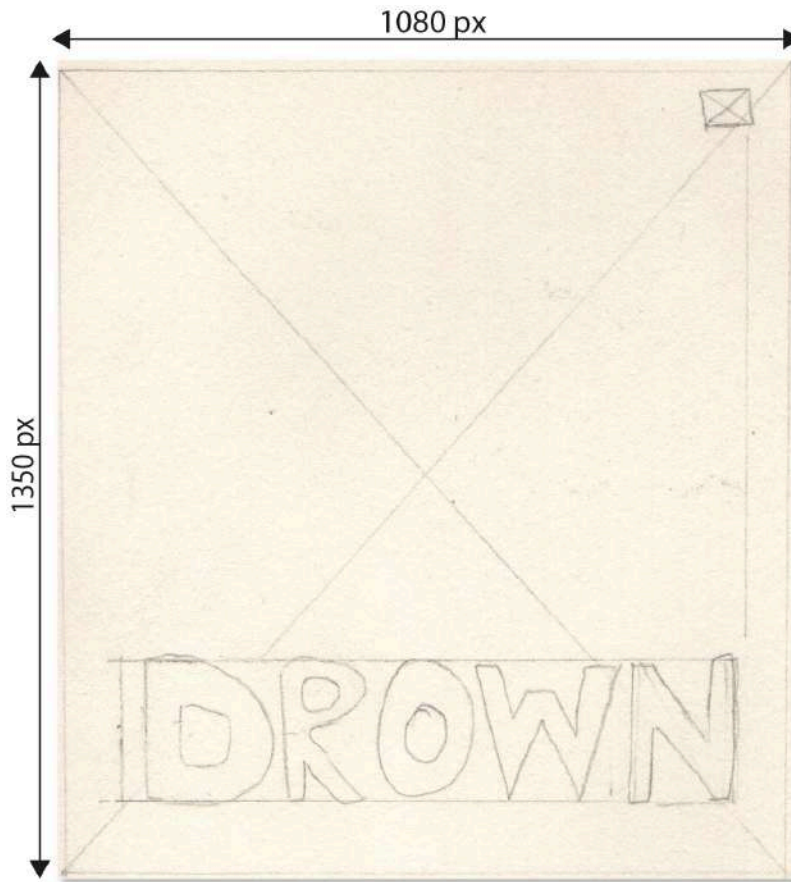


*Bocetaje Inicial***Boceto 2. Publicación 2**

*Bocetaje Inicial***Boceto 3. Publicación 3**

Bocetaje Inicial

Boceto 4. Publicación 4



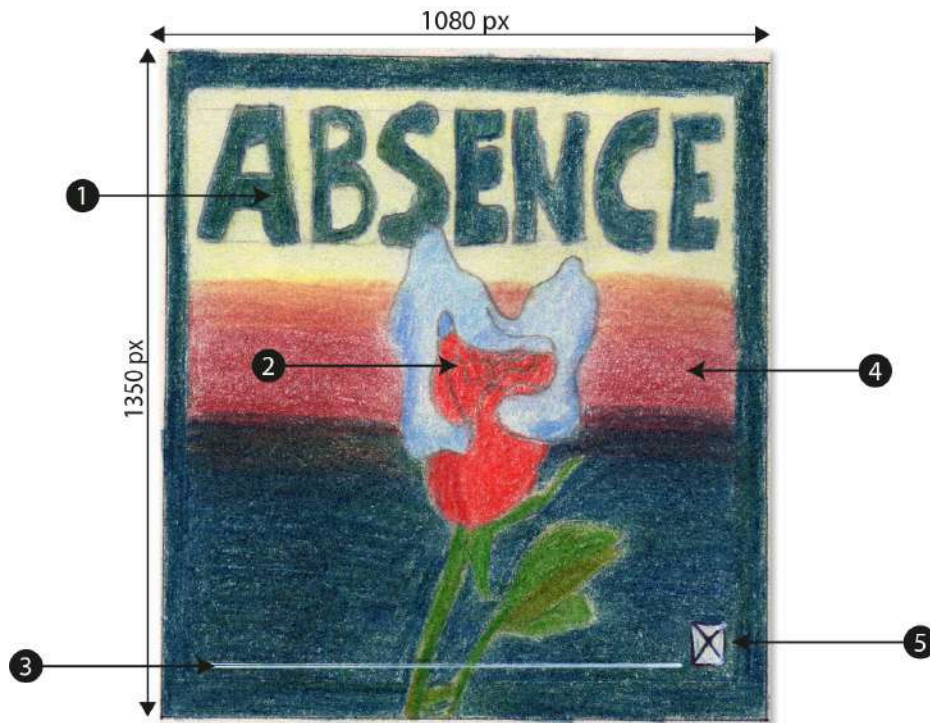
Bocetaje Inicial

Boceto 5. Publicación 5



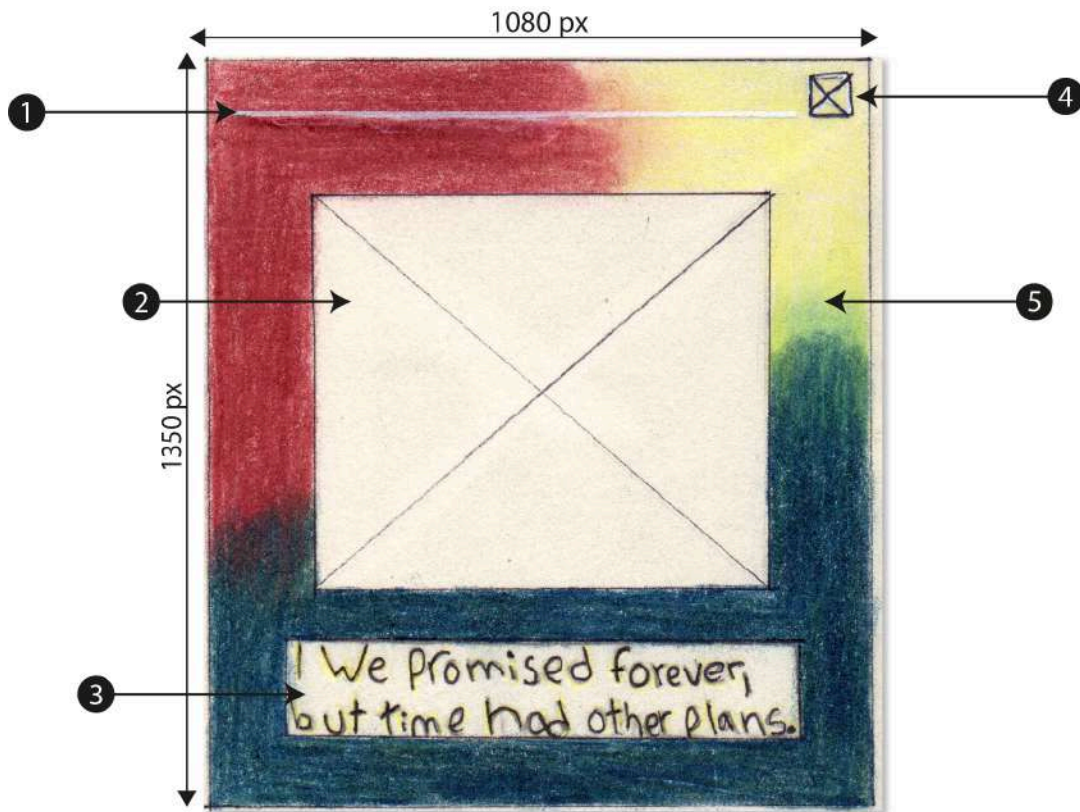
Bocetaje Formal

Pieza 1



Identificación de Elementos:

1. Título
2. Fotografía de rosa quemada
3. Línea Blanca
4. Degradado lineal de colores
5. Logotipo del DJ AUR3OM

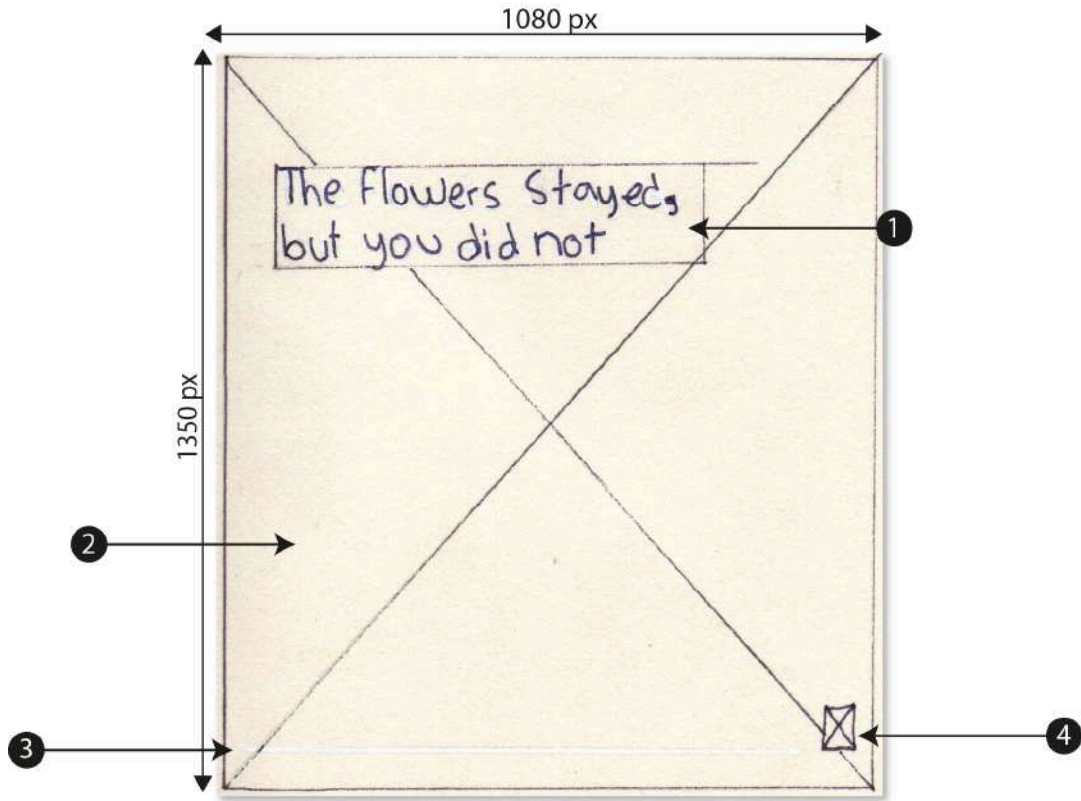
*Bocetaje Formal***Pieza 2**

Identificación de Elementos:

1. Línea Blanca
2. Fotografía editada
3. Título
4. Logotipo del DJ AUR3OM
5. Degradado libre de colores

Bocetaje Formal

Pieza 3

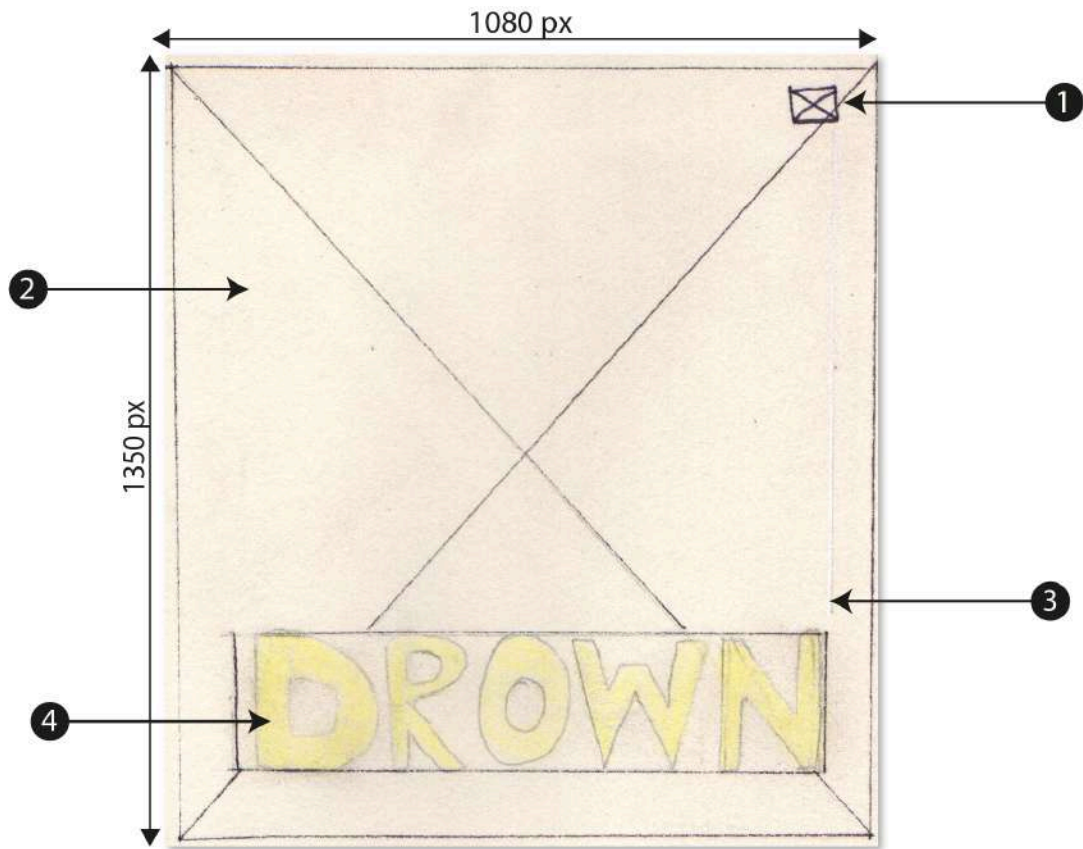


Identificación de Elementos:

1. Título
2. Fotografía editada
3. Línea blanca
4. Logotipo del DJ AUR3OM

Bocetaje Formal

Pieza 4



Identificación de los Elementos:

1. Logotipo del DJ AUR3OM
2. Fotografía editada
3. Línea Blanca
4. Título

Bocetaje Formal

Pieza 4



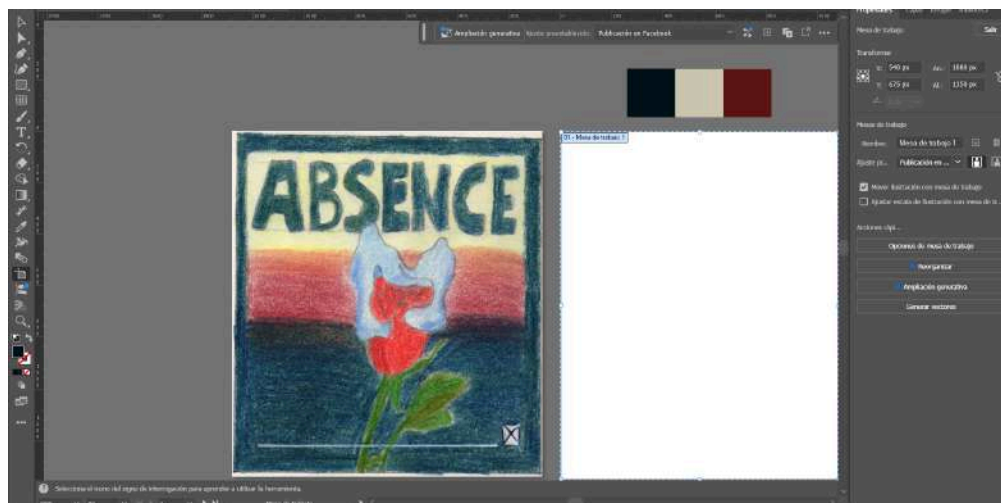
Identificación de Elementos:

1. Textura
2. Degradado libre de colores
3. Logotipo del DJ AUR3OM
4. Repetición de texto
5. Línea blanca

Proceso de Digitalización de los Bocetos

Pieza 1. Publicación 1

Paso 1. En Illustrator se configuró una mesa de trabajo de 1080x1350 px, se incrustó el boceto guía y se seleccionó la paleta cromática para degradados y edición fotográfica.



Paso 2. Con la herramienta *Rectángulo*, se creó la base de color y un segundo rectángulo con degradado lineal, aplicando efectos como el granulado.

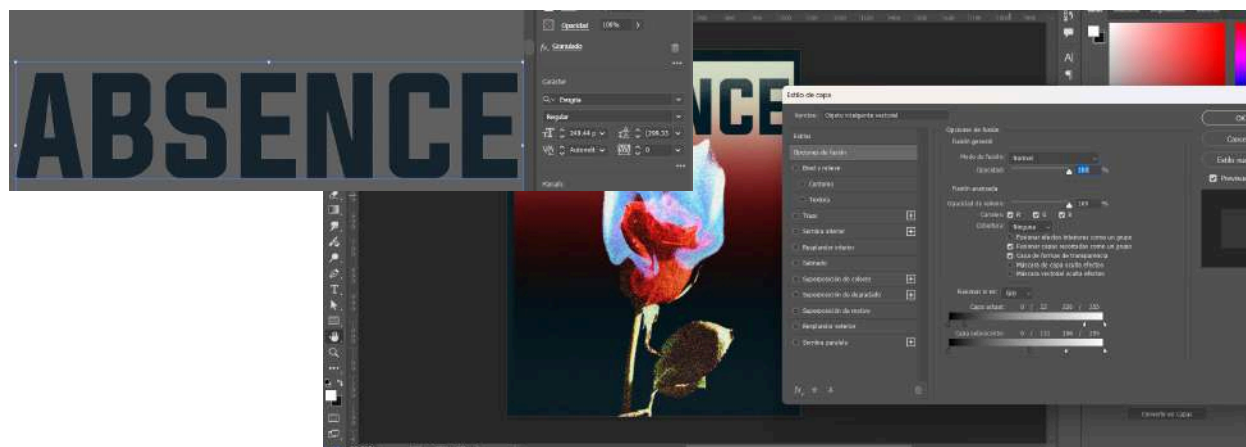


Proceso de Digitalización de los Bocetos

Paso 3. En Photoshop, se recortó la fotografía con *Varita mágica* y *Aplicar máscara*, perfeccionando contornos y añadiendo un efecto de granulado.

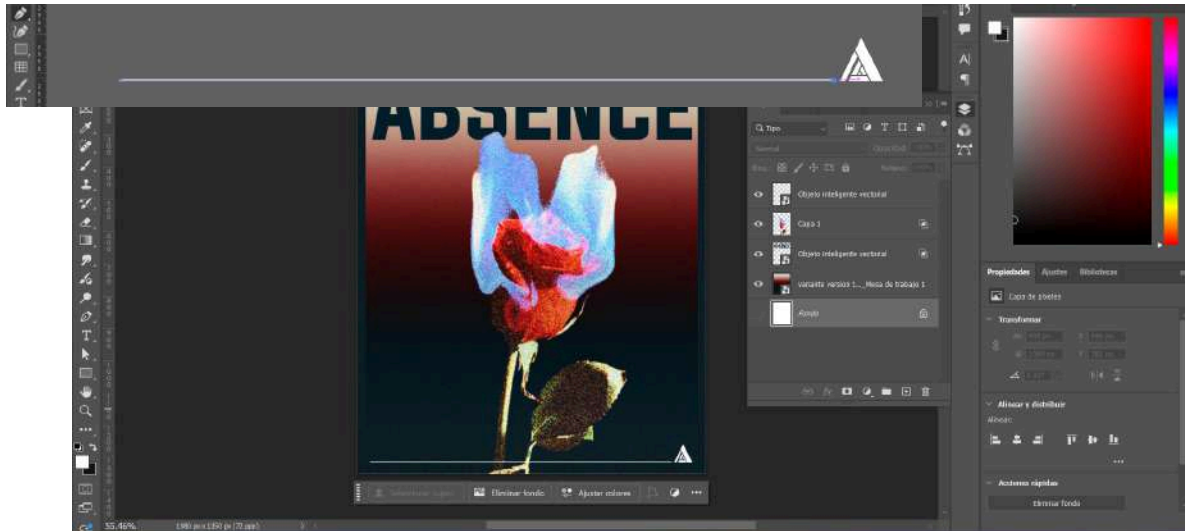


Paso 4. La fotografía procesada fue integrada al fondo de degradados previamente creado. Se diseñó el título “Absence” en Illustrator con tipografía *Evogria*, color oscuro y granulado, integrándolo en Photoshop mediante opciones de fusión en la parte de arriba.



Proceso de Digitalización de los Bocetos

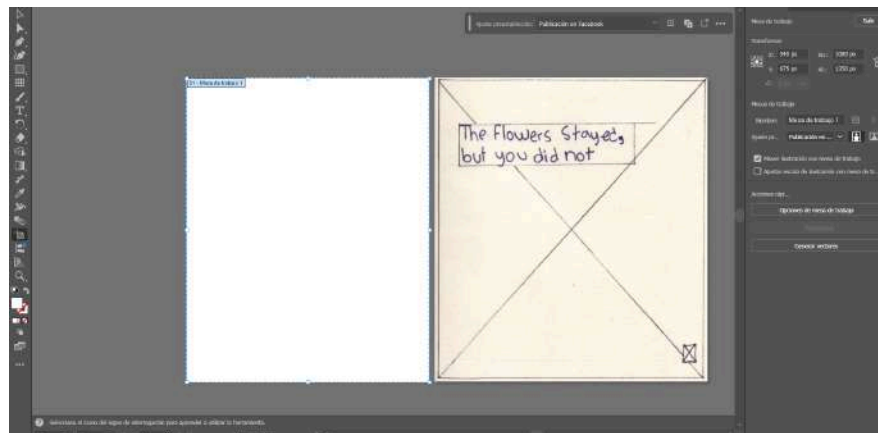
Paso 5. Por último en Illustrator con la herramienta pluma se trazó una línea recta blanca en la parte de abajo y se añadió el logotipo de AUR3OM, ajustando la diagramación final en Photoshop para completar el primer post.



Proceso de Digitalización de los Bocetos

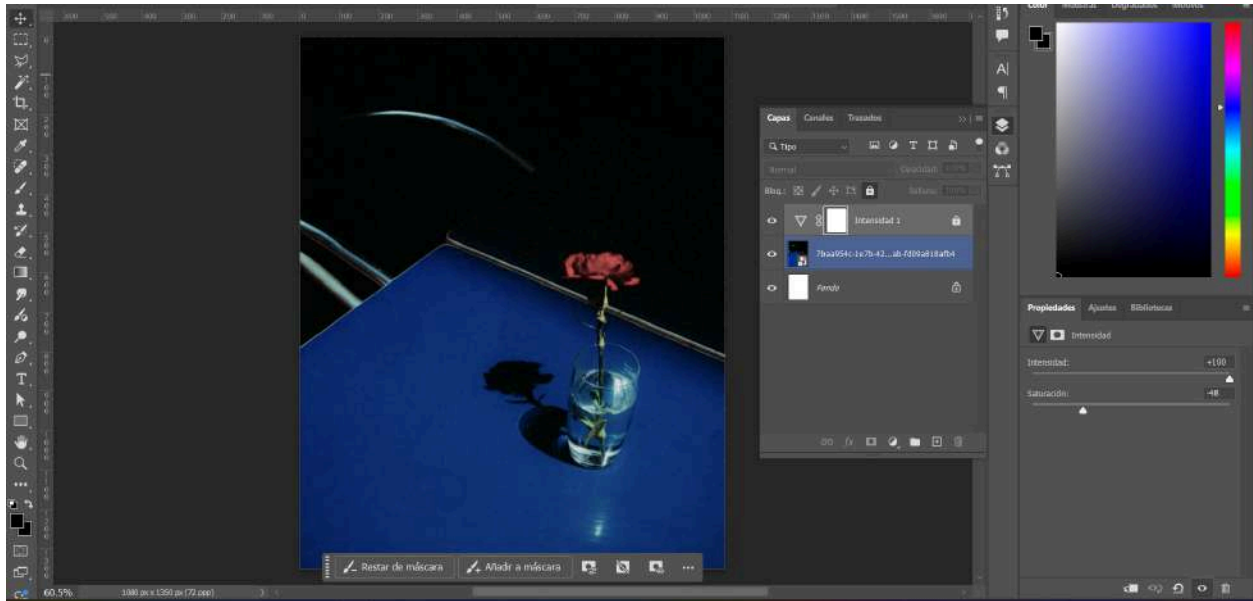
Pieza 2. Publicación 2

Paso 1. En Adobe Illustrator se creó una mesa de trabajo con las dimensiones 1080 x 1350 px, estableciendo así el formato para redes sociales. Se incrustó el boceto de referencia para servir como guía en la ubicación de los elementos.

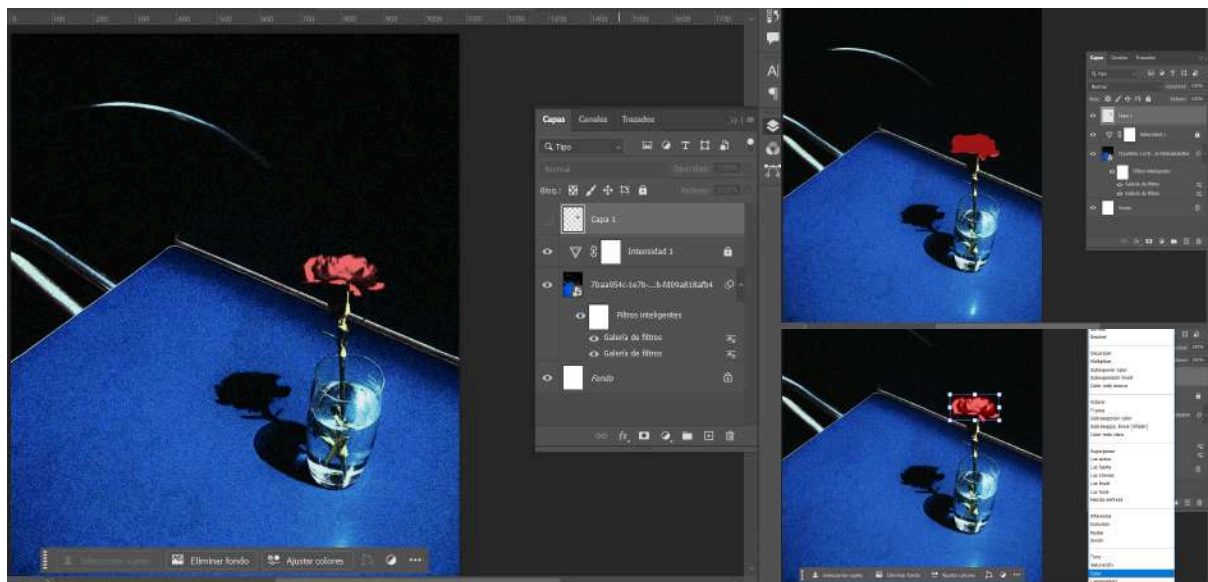


Proceso de digitalización de los bocetos

Paso 2. En Photoshop se insertó la fotografía, ajustándose a la mesa de trabajo y aplicando una capa de Intensidad para optimizar el contraste.

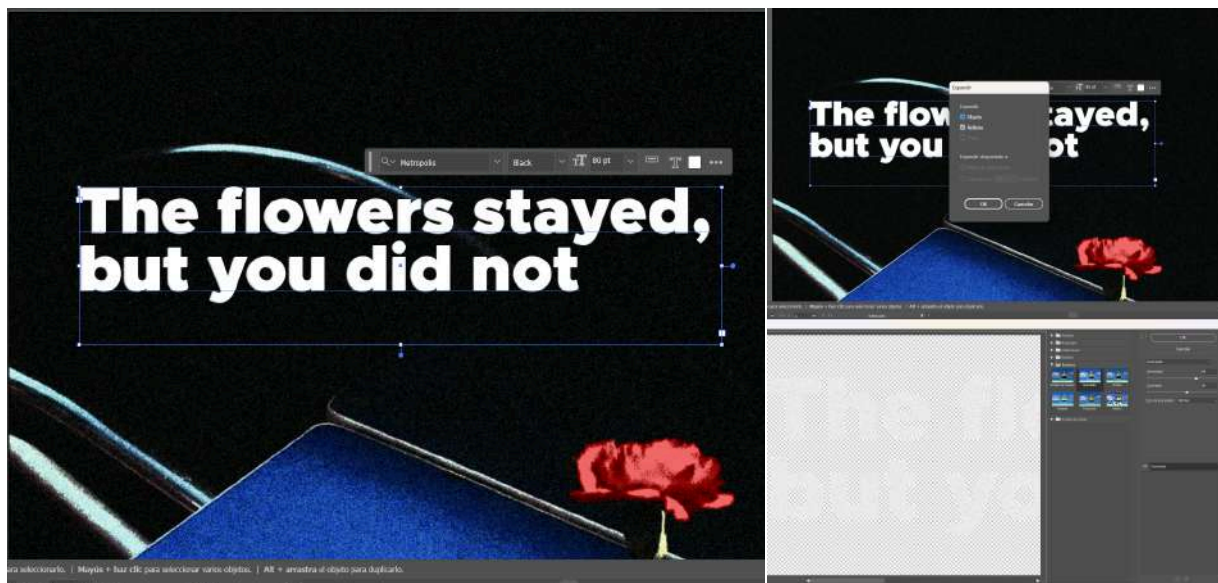


Paso 3. Se añadieron los filtros Película granulada y Granulado para intensificar la textura, recortando la flor y aplicando un color sólido rojo con modo de fusión Color.



Proceso de Digitalización de los Bocetos

Paso 4. En Illustrator se incorporó la fotografía editada y, con la herramienta Texto, se colocó una frase en tipografía *Metropolis Black* color blanco, expandiéndola y aplicando granulado en la parte de arriba.



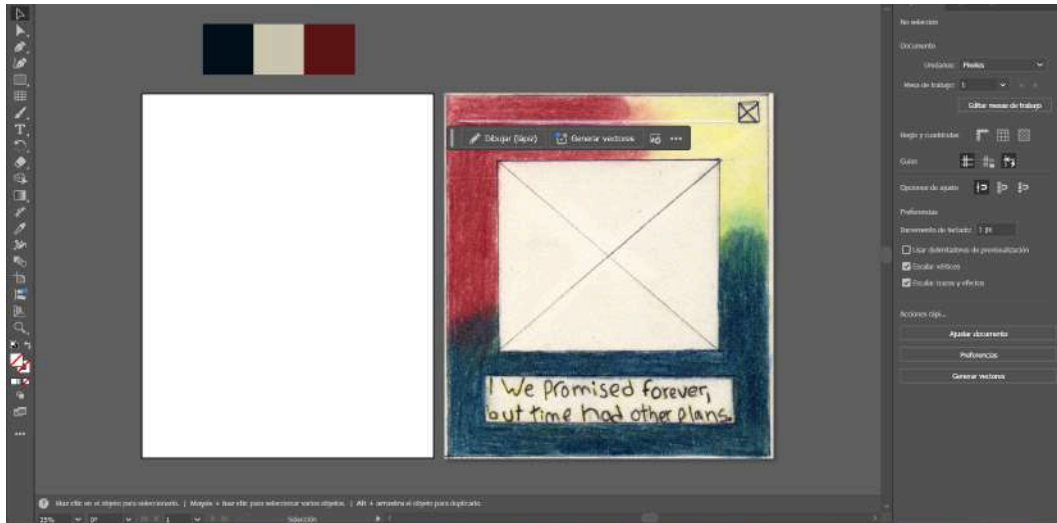
Paso 5. Con la herramienta Pluma en Illustrator se trazó una línea recta blanca en la parte de abajo y se integró el logotipo de AUR3OM, ajustando la diagramación final del diseño.



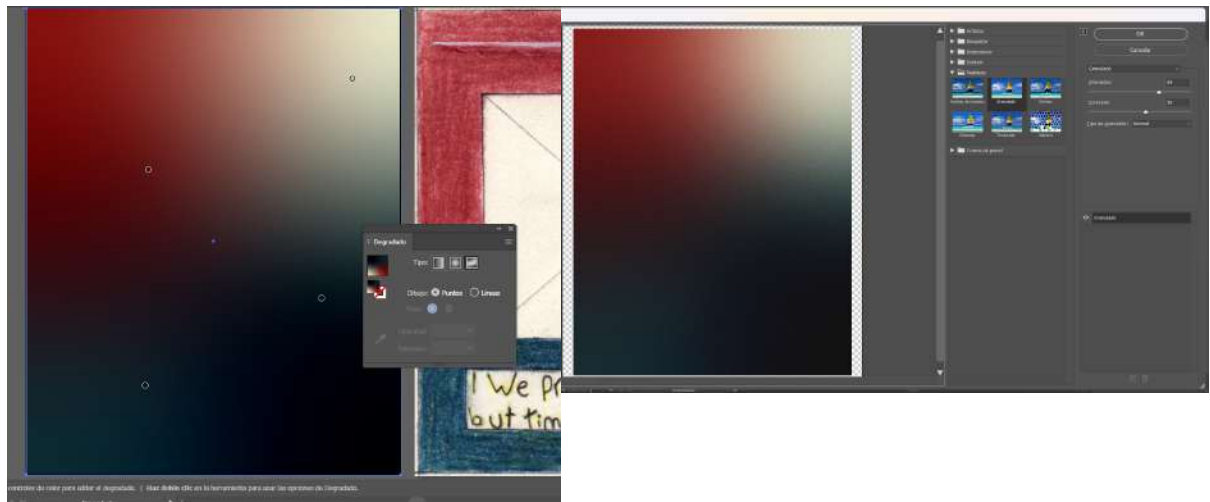
Proceso de Digitalización de los Bocetos

Pieza 3. Publicación 3

Paso 1. En Illustrator se creó una mesa de trabajo de 1080x1350 px para redes sociales, incrustando el boceto de referencia como guía para la disposición de elementos.

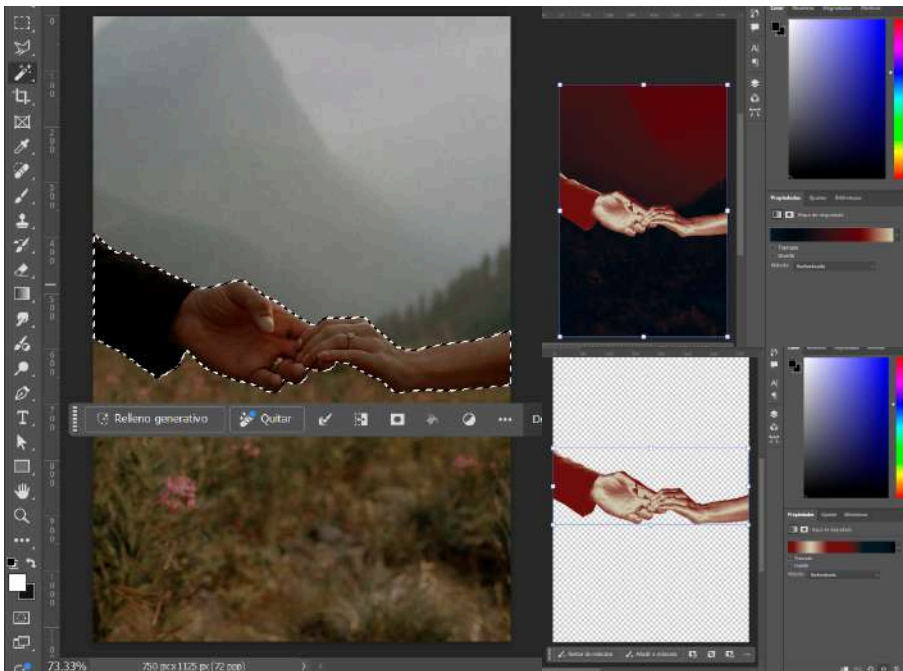


Paso 2. Con la herramienta Rectángulo en Illustrator se creó una base a medida de la mesa de trabajo, aplicando un degradado libre de puntos con los colores seleccionados y un efecto de granulado.



Proceso de Digitalización de los Bocetos

Paso 3. En Photoshop se editó la fotografía recortando únicamente las manos con la Varita mágica, aplicando un degradado en los colores elegidos y otro degradado de fondo sin afectar el resto de elementos.

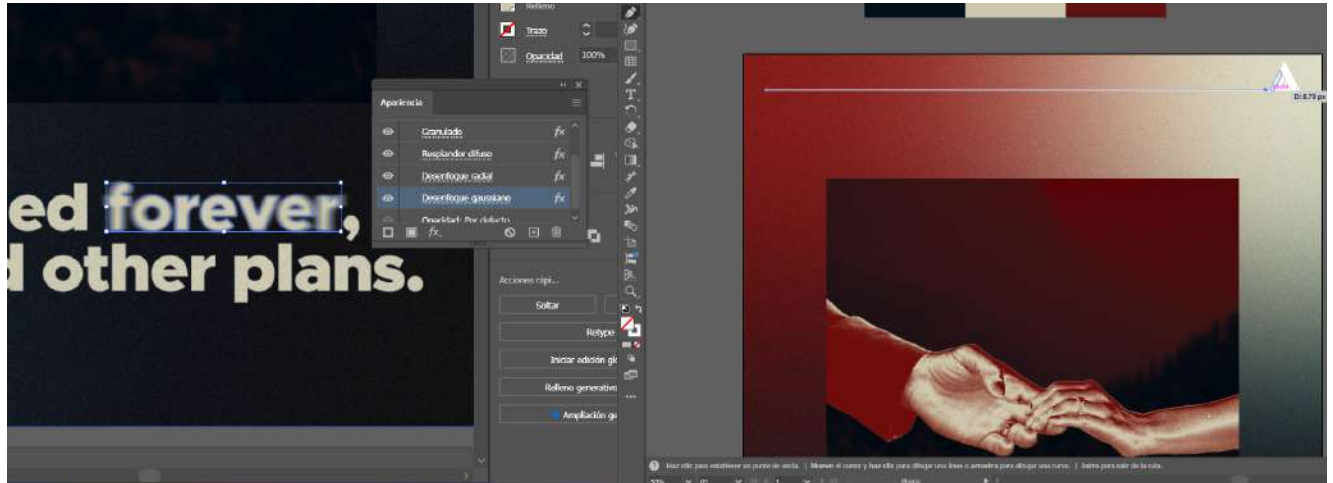


Paso 4. En Illustrator se insertó la imagen editada y, con la herramienta Rectángulo, se creó una máscara de recorte; posteriormente se añadió una frase en la parte de abajo con tipografía *Metropolis Black* en el color más claro, expandiéndola y aplicando granulado.



Proceso de Digitalización de los Bocetos

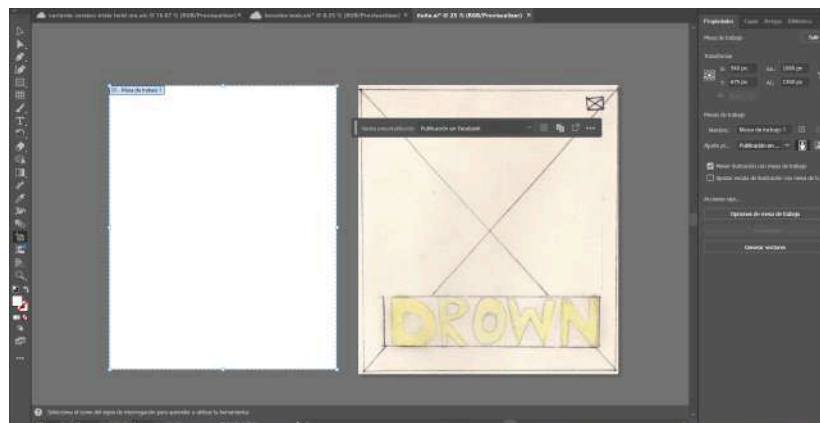
Paso 5. Tras expandir el texto, a la palabra Forever se aplicaron los efectos Resplandor difuso, Desenfoque radial y Desenfoque gaussiano; finalmente, con la Pluma se trazó una línea recta en la parte de arriba y se incorporó el logotipo de AUR3OM.



Proceso de Digitalización de los Bocetos

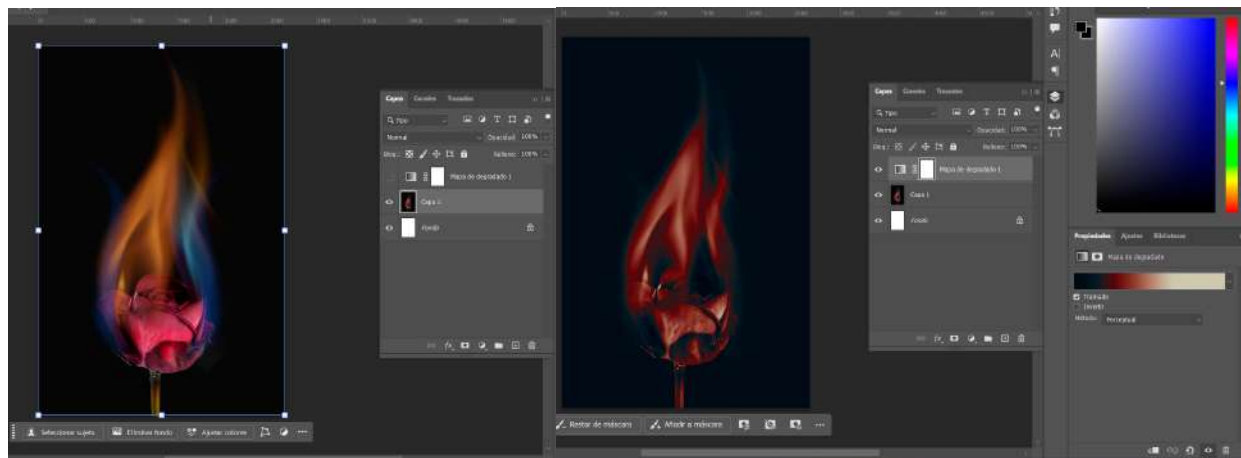
Pieza 4. Publicación 4

Paso 1. En Illustrator se creó una mesa de trabajo de 1080x1350 px para redes sociales, incrustando el boceto como guía para la disposición de los elementos.

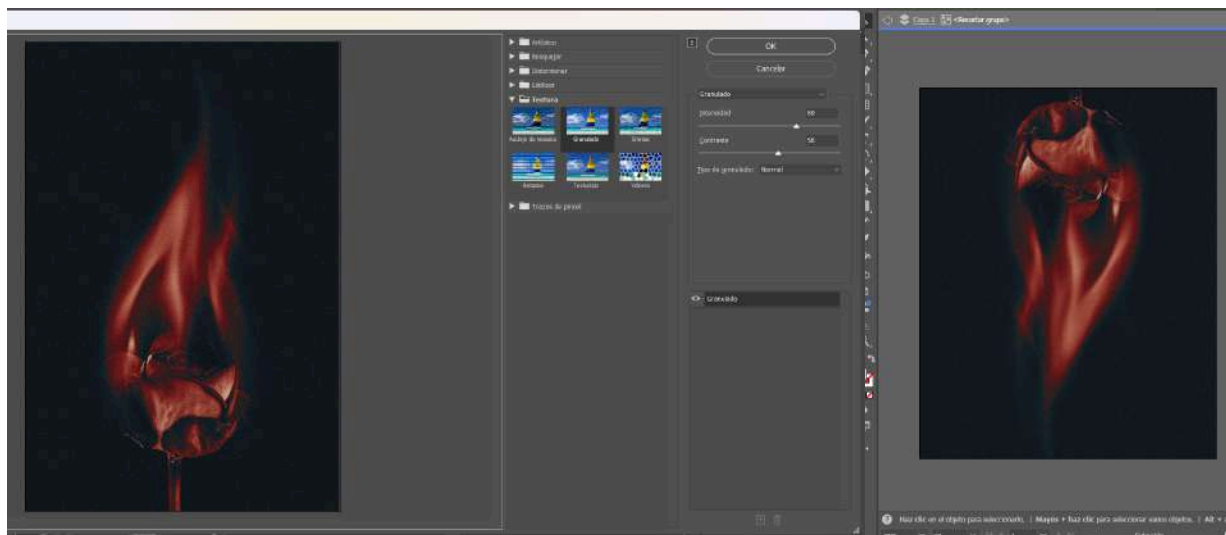


Proceso de Digitalización de los Bocetos

Paso 2. En Photoshop se insertó la fotografía, ajustándose al tamaño correspondiente y aplicando un Mapa de degradado con los colores seleccionados.



Paso 3. La fotografía editada se incorporó a Illustrator, se aplicó el efecto de granulado y máscara de recorte con la herramienta Rectángulo para ajustarla a la mesa de trabajo.



Proceso de Digitalización de los Bocetos

Paso 4. Se añadió un título con tipografía *Metropolis Black* en un tono claro, expandiéndose y aplicando los efectos Desenfoque gaussiano y Desenfoque radial.



Paso 5. Con la Pluma en Illustrator se trazó una línea recta blanca en el lado derecho, incorporando el logotipo del DJ AUR3OM.



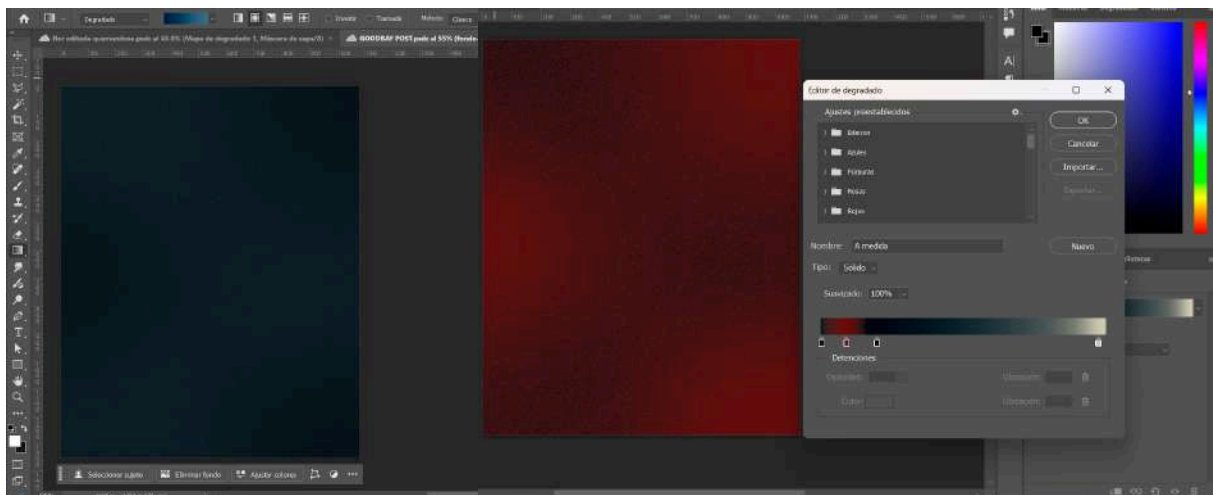
Proceso de Digitalización de los Bocetos

Pieza 4. Publicación 4

Paso 1. En Photoshop se creó una mesa de trabajo de 1080x1350 px para publicaciones, insertando el boceto como referencia de diagramación.



Paso 2. Se generó un fondo con Degradado libre en el color más oscuro elegido, añadiendo textura de granulado y un mapa de degradado para realzar el contraste.

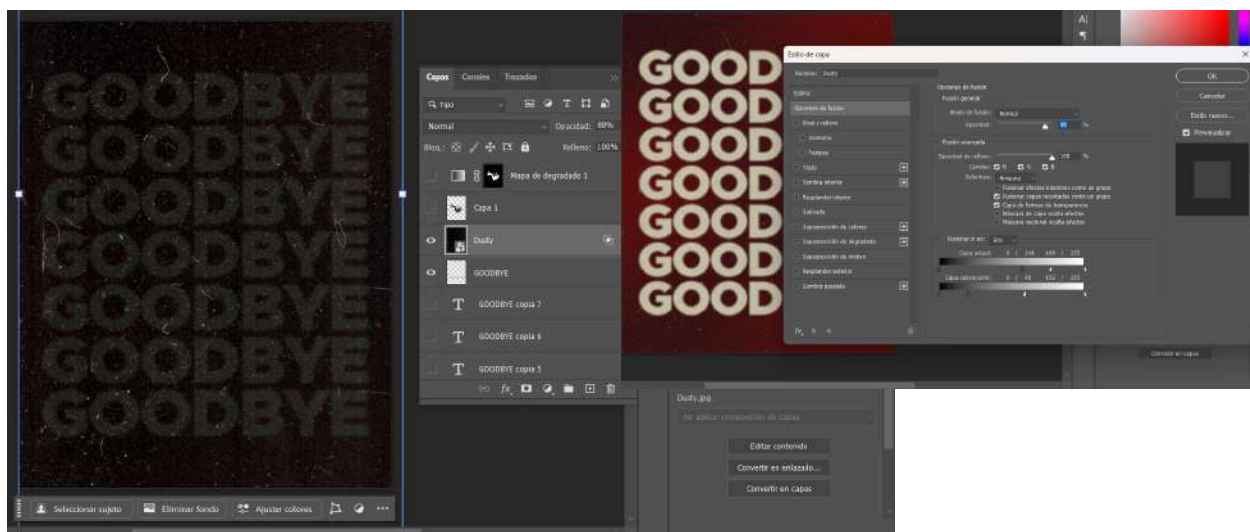


Proceso de Digitalización de los Bocetos

Paso 3. Con la herramienta Texto se escribió la frase goodbye en tipografía Metropolis Black clara, duplicándola siete veces, rasterizando y aplicando desenfoque.

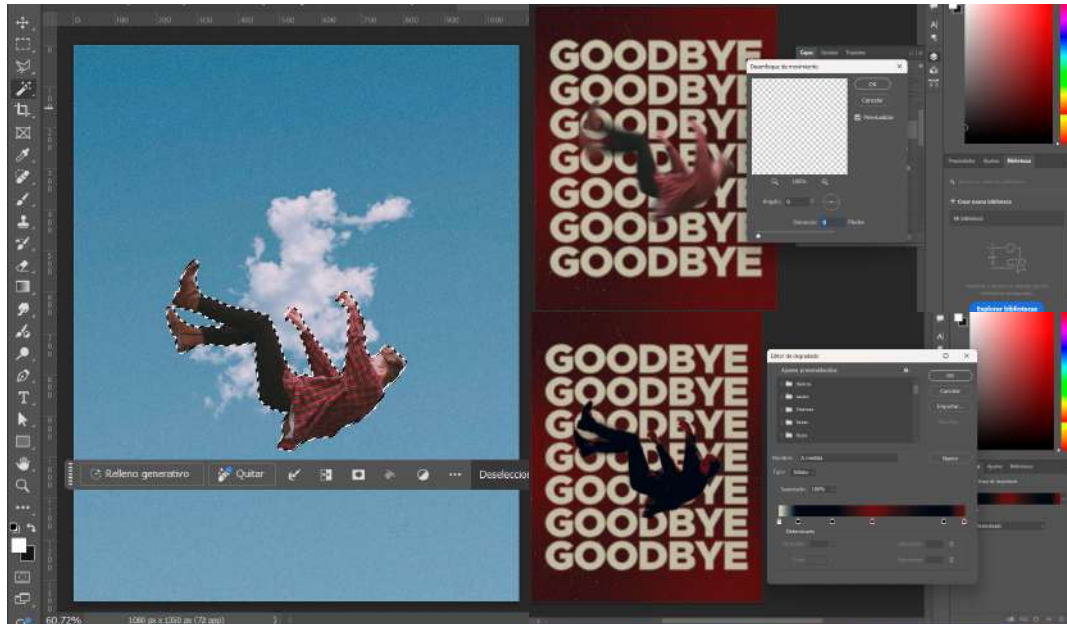


Paso 4. Se incorporó una textura adicional y se editó mediante las opciones de fusión para integrarla visualmente al diseño.



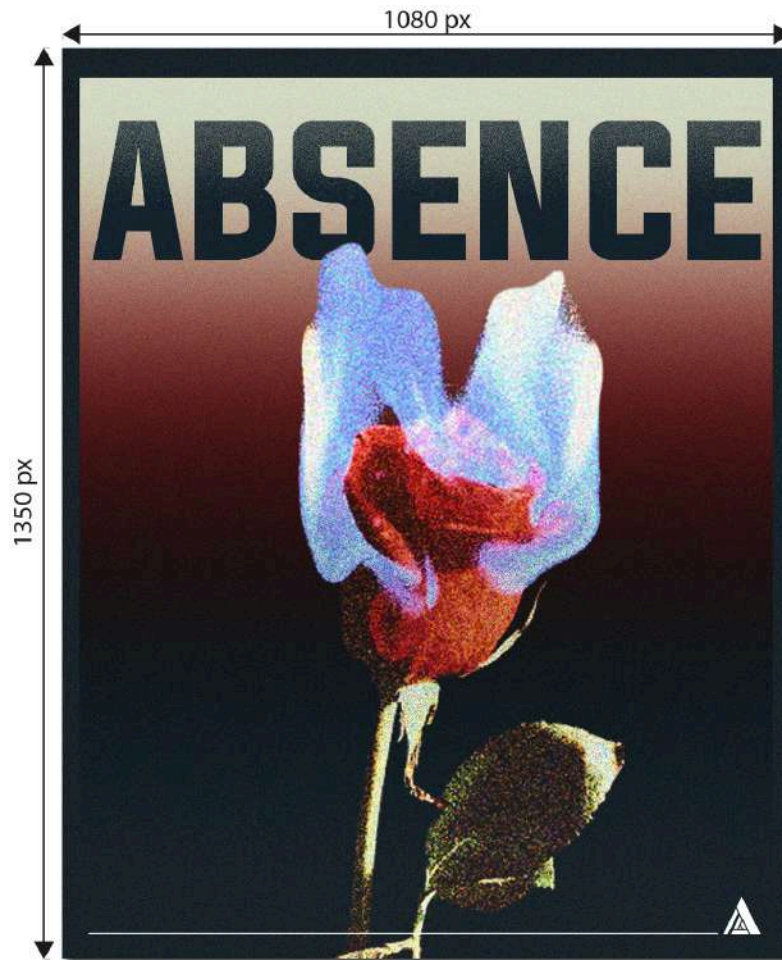
Proceso de Digitalización de los Bocetos

Paso 5. Finalmente, se insertó la imagen recortada con Varita mágica y selección de sujeto, aplicando desenfoque de movimiento, un mapa de degradado y, en Illustrator, una línea recta con el logo del DJ AUR3OM en la parte inferior.



Propuesta Preliminar

Pieza 1 Publicación 1.

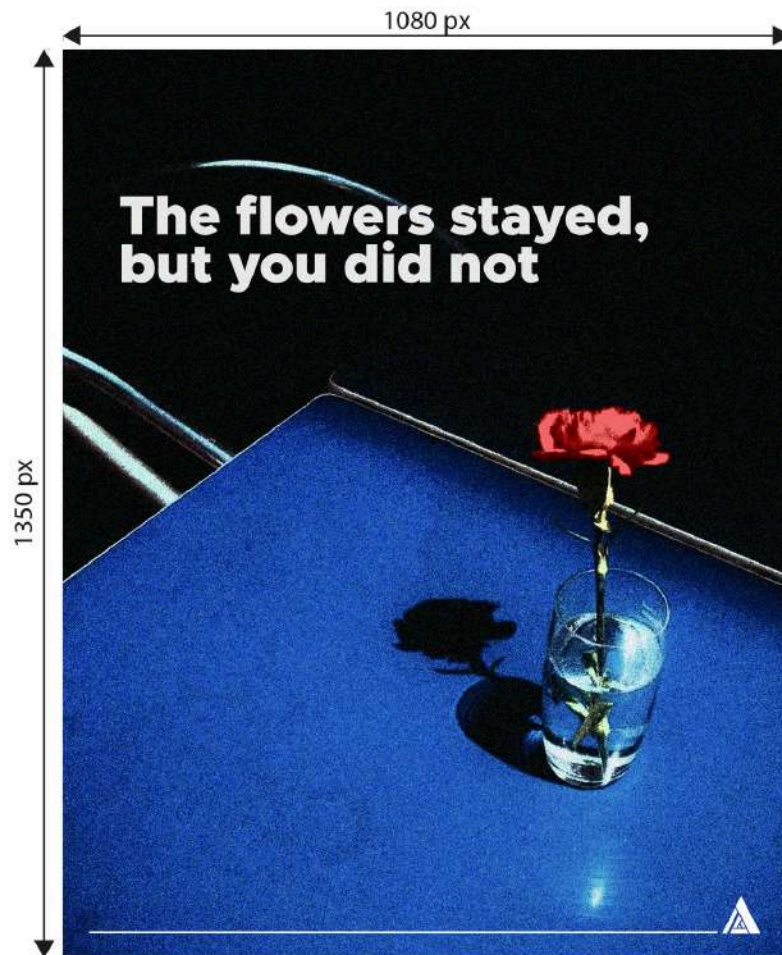


Descripción: Diseño gráfico con dimensiones de **1080 x 1350 px** (proporción 4:5).

Composición minimalista con degradados cálidos y fríos que envuelven una rosa, reforzada por tipografía *Evogria* expandida. El granulado aporta textura y un tono nostálgico.

Propuesta Preliminar

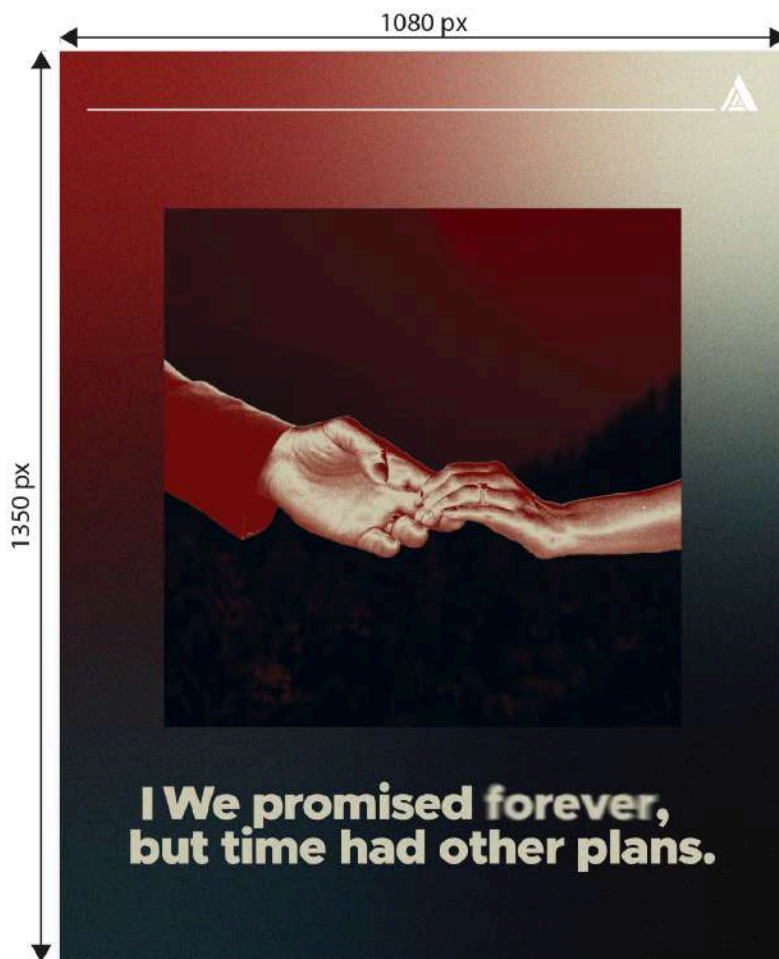
Pieza 2 Publicación 2.



Descripción: Composición visual en formato **1080 x 1350 px** (4:5) que integra fotografía de una flor en vaso con predominio cromático azul y texto en tipografía Metrópolis blanca para alto contraste y legibilidad.

Propuesta Preliminar

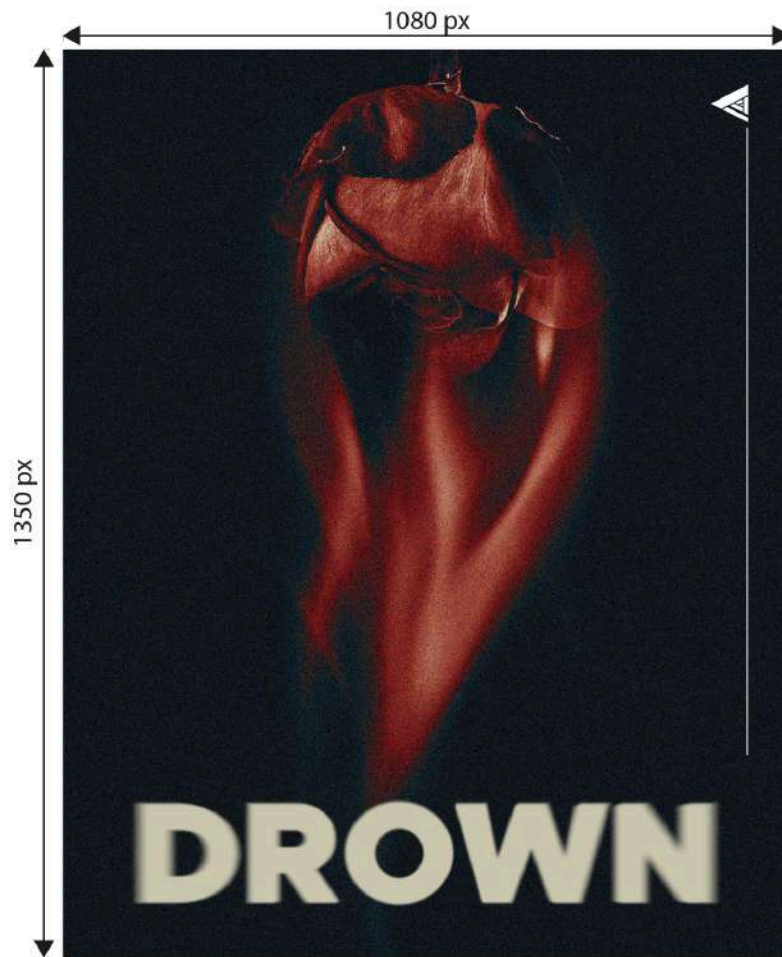
Pieza 3 Publicación 3.



Descripción: Diseño de 1080 x 1350 px (4:5) Manos entrelazadas difuminadas con degradados cálidos. Tipografía *Metropolis* clara sobre fondo oscuro para legibilidad y atmósfera íntima.

Propuesta Preliminar

Pieza 4 Publicación 4.



Descripción: Composición vertical de **1080 x 1350 px** (4:5) que utiliza fotografía de rosa marchita con efecto de movimiento, resaltada por tipografía *Metropolis Black* clara en la parte inferior para impacto visual.

Propuesta Preliminar

Pieza 5 Publicación 5.



Descripción: Diseño cuadrado vertical en **1080 x 1350 px** (4:5) con repetición tipográfica *Metropolis Black* y figura humana en caída, utilizando superposición de capas y fusión para generar profundidad y dramatismo visual.

Propuesta Preliminar

Pieza 6 Presentación de Mockups de Publicaciones.

<https://drive.google.com/file/d/1CAgeXizfmWhVi-PWwuIbb5iZdW9lQDQf/view?usp=sharing>

CAPÍTULO VIII

VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación Técnica

Al finalizar la propuesta preliminar de Diseño de línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizarán de forma virtual a través de Google Forms para clientes, para expertos y grupo objetivo.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente (5), a 12-15 número de personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco (5-7) expertos en el área de comunicación y diseño.

Población y Muestreo

Las encuestas se realizaron a una muestra de 25 personas divididas en tres grupos:

Clientes

DJ AUR3OM, Jose Andres Romero Barrientos, lic. en sonido y acústica.

Daniel Rodrigo Pérez Alvarez, editor de videos.

Expertos

Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño, la publicidad y el área del diseño que aplica.

Lic. Antonio Gutierrez, Magíster en docencia universitaria.

Lic. Lissette Pérez, licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Lic. Christian Rossell, Ingeniero en sistemas.

Lic. Andrea Aguilar, licenciada en comunicación y diseño.

Lic. Arnulfo Guzman, Licenciado en comunicación.

Grupo Objetivo

18 personas conformadas por hombres y mujeres, entre 16 a 30 años, con un nivel socioeconomico C2- C1, que disfruta del género musical Future bass/progressive house.

Método e Instrumentos

La herramienta que se usará es la encuesta. Que consiste en un procedimiento a través del que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Dentro de la encuesta se usará el método de la escala tipo Likert. Esta escala consiste en una forma psicométrica usada comúnmente en cuestionarios. Se colocan distintos grados o niveles en los que el encuestado estará de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos.

Asimismo, se hará uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado responderá “sí” o “no”, según considere.

Modelo de la Encuesta

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Género F	<input type="checkbox"/>	Experto	<input type="checkbox"/>	Nombre	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente	<input type="checkbox"/>	Profesión	<input type="text"/>
Edad	<input type="text"/>	Grupo Objetivo	<input type="checkbox"/>	Puesto	<input type="text"/>

Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM

Antecedentes:

La empresa fue creada el año 2020 por el DJ AUR3OM, y actualmente se dedica principalmente a la creación de música del género FutureBass/Progressive House.

Al visitar la empresa se pudo observar que no cuenta con una línea gráfica definida para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram, a pesar de utilizarla como canal principal de difusión de su música y filosofía creativa, dirigida al público del género FutureBass/Progressive House.

Por lo que se ha planteado el objetivo de Diseñar una línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM.

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta de Diseño de línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, seleccionando la respuesta que usted considere correcta.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar una línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM?

SI ___

NO __

2. ¿Considera importante recopilar información de la identidad visual del DJ AUR3OM. A través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief para que sea integrada al diseño de la línea gráfica?

SI ___

NO ___

3. ¿Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño gráfico a través de fuentes bibliográficas y recursos digitales que respalden científicamente la propuesta del diseño de la línea gráfica?

SI ____ NO ____

4. ¿Considera adecuado diseñar guías de plantillas para publicaciones en Instagram, mediante el uso de herramientas digitales de diseño para aplicar de forma coherente la línea gráfica en el contenido de la red social de Instagram?

SI ____ NO ____

Parte Semiológica:

5. ¿Considera que la paleta de colores oscuros y degradados utilizada transmite las emociones de nostalgia, intensidad y melancolía que se buscan en el diseño es?

Muy adecuada ____ Poco adecuada ____ Nada adecuada ____

6. ¿Cree que la tipografía sans serif bold que se utilizó en el mensaje visual del proyecto es?

Clara y contundente ____ Poco Clara y contundente ____ Nada Clara y contundente ____

7. ¿Las fotografías editadas con filtros, grano y elementos simbólicos logran transmitir melancolía?

Melancolía ____ Poca melancolía ____ Nada de melancolía ____

8. ¿La diagramación minimalista y centrada resalta el mensaje central sin sobrecargar visualmente las composiciones gráficas, lo cual es ?

Muy comprensibles ____ Poco comprensibles ____ Nada comprensibles ____

9. ¿La aplicación de texturas cinematográficas, ruido y grano aporta al diseño una atmósfera envolvente y emocionalmente coherente con el concepto del proyecto son?

Muy comprensibles ____ Poco comprensibles ____ Nada comprensibles ____

10. ¿Las líneas finas y sutiles empleadas logran enmarcar los elementos visuales sin distraer del mensaje principal del diseño son?

Muy comprensibles ____ Poco comprensibles ____ Nada comprensibles ____

Parte Operativa:

11. ¿Las dimensiones de las piezas gráficas (1080x1350 px, formato Instagram) para su visualización y legibilidad en redes sociales son?

Muy adecuadas ____ Poco adecuadas ____ Nada adecuadas ____

12. ¿La diagramación general de los diseños facilita la lectura y comprensión del mensaje principal sin sobrecargar el contenido visual es?

Clara y ordenada ____ Poco clara ____ Confusa ____

13. ¿El tamaño de la tipografía utilizada (Metropolis Black, sans serif, bold) para una lectura en dispositivos móviles es ?

Fácil de leer ____ Legibilidad intermedia ____ Difícil de leer ____

14. ¿El slogan “Make it Real” transmite de forma clara y atractiva el mensaje del proyecto hacia el público objetivo?

SI ____ NO ____

15. ¿Considera que la aplicación de la tendencia artística “arte conceptual” aporta innovación y coherencia estética al estilo visual de las piezas?

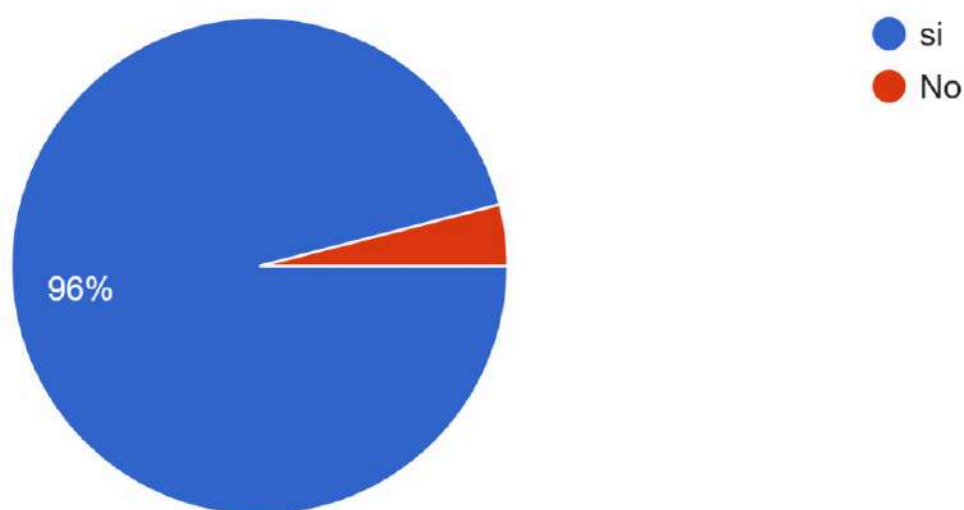
SI ____ NO ____

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

Resultados e Interpretación de Resultados

Parte Objetiva

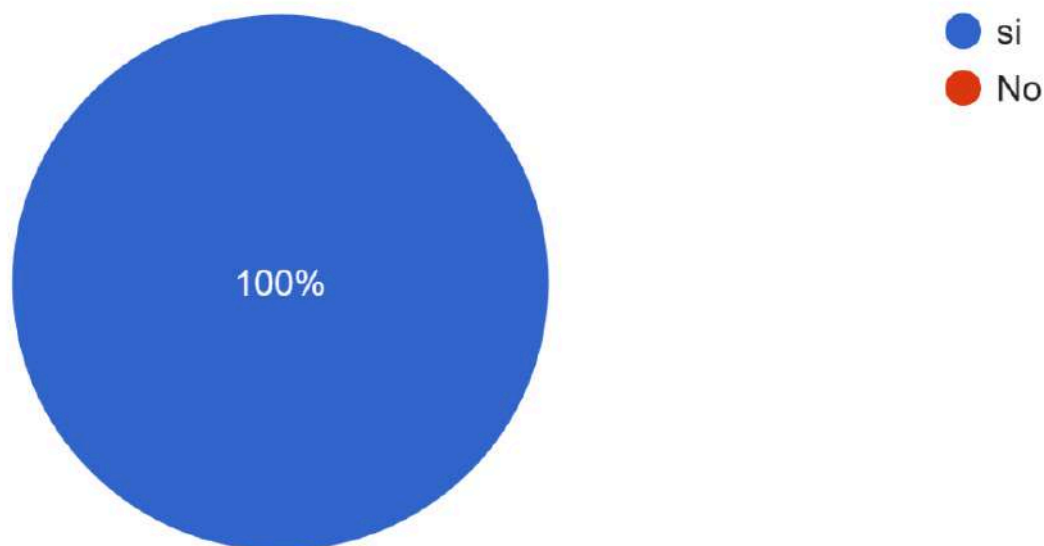
1. ¿Considera usted necesario diseñar una línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM?



Interpretación

El 96% de los encuestados indicó que es necesario diseñar una línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM. En contraste, únicamente el 4% no considera necesario el diseño de dicha línea gráfica. Por lo tanto, se cumple el objetivo general del proyecto.

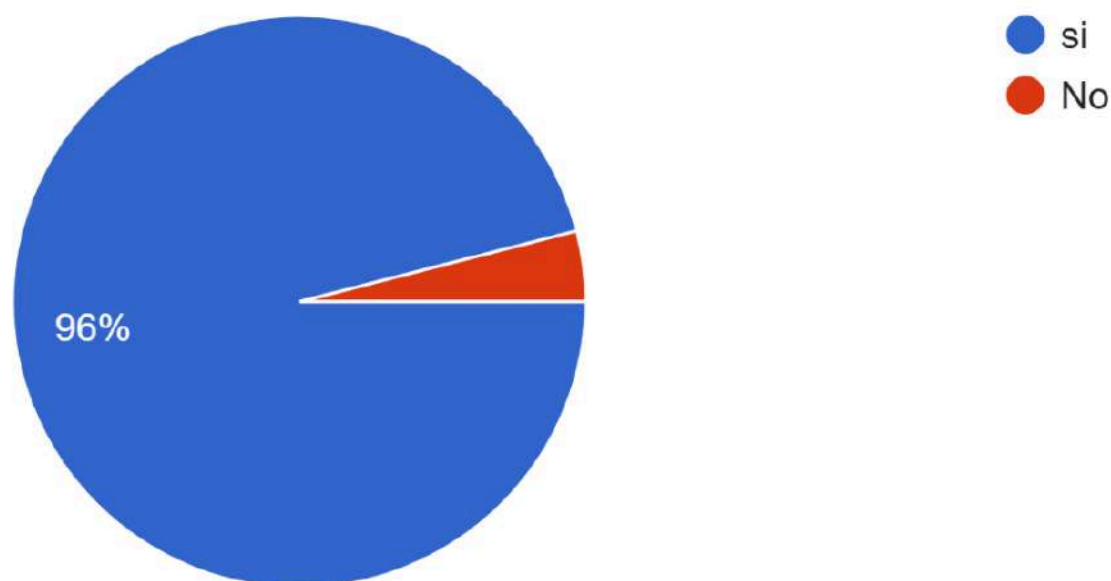
2.¿Considera importante recopilar información de la identidad visual del DJ AUR3OM. ¿A través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief para que sea integrada al diseño de la línea gráfica?



Interpretación

El 100% de los encuestados indicó que es importante recopilar información de la identidad visual del DJ AUR3OM, a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief para que sea integrada al diseño de la línea gráfica. Por lo tanto, se cumple el primer objetivo específico del proyecto.

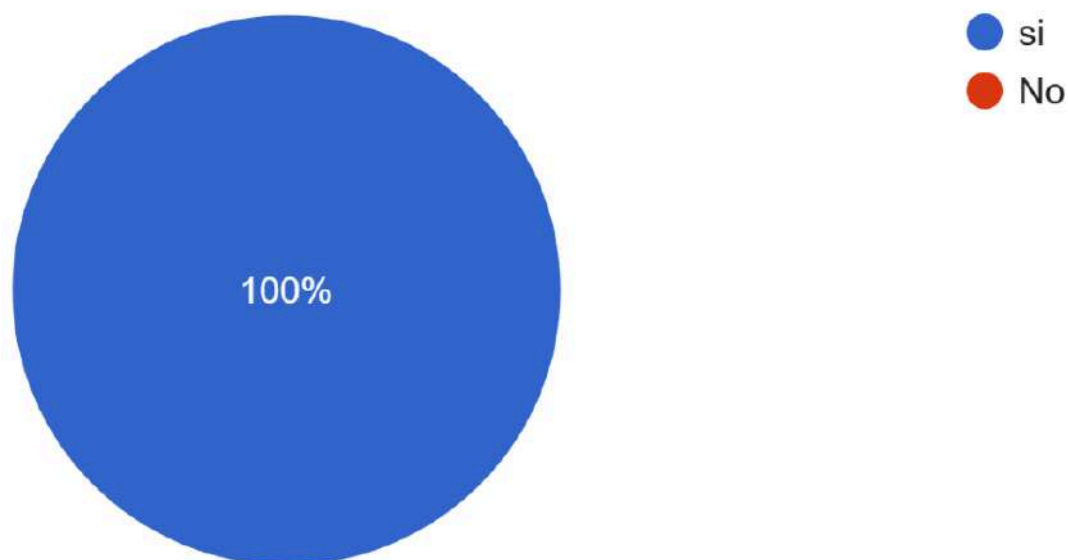
3.¿Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño gráfico a través de fuentes bibliográficas y recursos digitales que respalden científicamente la propuesta del diseño de la línea gráfica?



Interpretación

El 96% de los encuestados indicó que es adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño gráfico a través de fuentes bibliográficas y recursos digitales que respalden científicamente la propuesta del diseño de la línea gráfica. Por otro lado, un 4% considera que no es necesario realizar dicha investigación. Por lo tanto, se cumple con el segundo objetivo específico del proyecto.

4.¿Considera adecuado diseñar guías de plantillas para publicaciones en Instagram, mediante el uso de herramientas digitales de diseño para aplicar de forma coherente la línea gráfica en el contenido de la red social de Instagram?

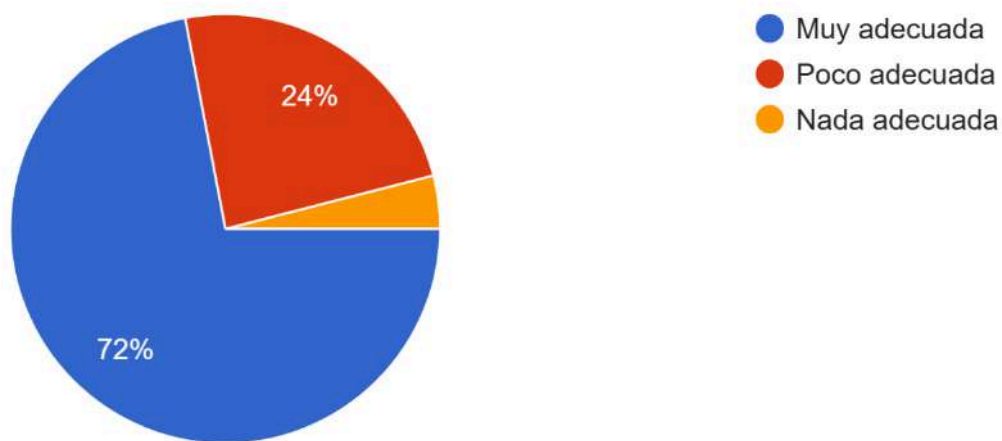


Interpretación

El 100% de los encuestados indicó que es necesario diseñar guías de plantillas para publicaciones en Instagram, mediante el uso de herramientas digitales de diseño para aplicar de forma coherente la línea gráfica en el contenido de la red social de Instagram. Por lo tanto, se cumple el tercer objetivo específico del proyecto.

Parte Semiológica

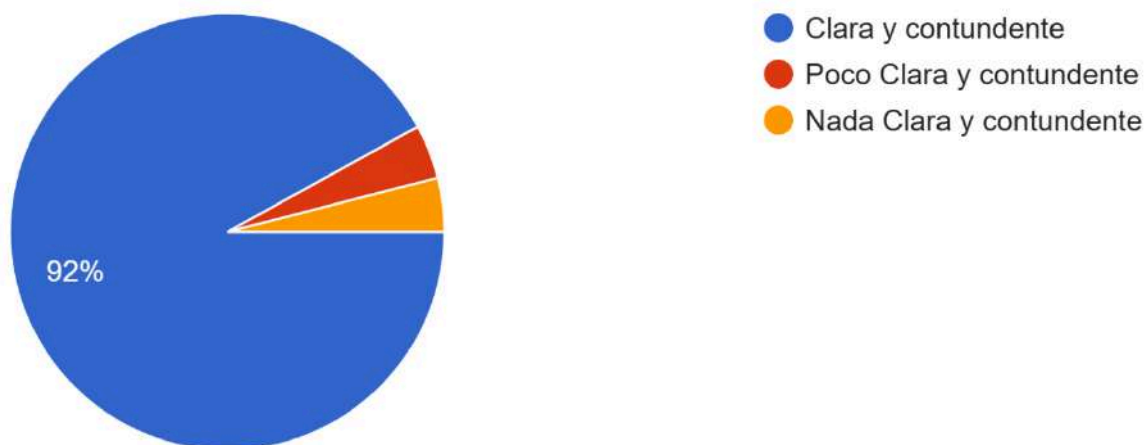
1. ¿Considera que la paleta de colores oscuros y degradados utilizada transmite las emociones de nostalgia, intensidad y melancolía que se buscan en el diseño es?



Interpretación

El 72% de los encuestados considera que la paleta de colores oscuros y degradados utilizada en el diseño es muy adecuada para transmitir las emociones de nostalgia, intensidad y melancolía que se buscan reflejar. Un 24% la percibe como poco adecuada y únicamente un 4% como nada adecuada. Por lo tanto, se evidencia que la elección cromática cumple satisfactoriamente con el propósito emocional planteado en el proyecto.

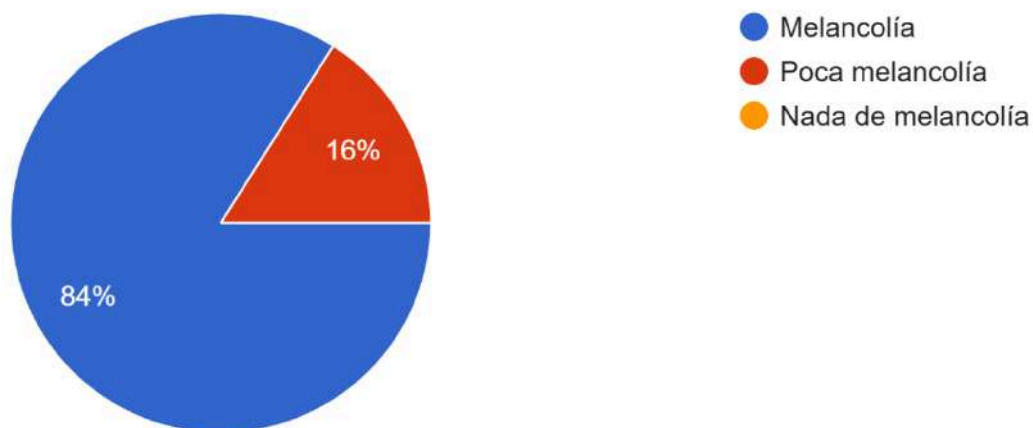
2.¿Cree que la tipografía sans serif bold que se utilizó en el mensaje visual del proyecto es?



Interpretación

El 92% de los participantes cree que la tipografía sans serif bold empleada en el mensaje visual del proyecto es clara y contundente, mientras que un 4% la percibe poco clara y contundente y otro 4% nada clara y contundente. Esto demuestra que la selección tipográfica logra comunicar con efectividad y solidez el mensaje visual propuesto.

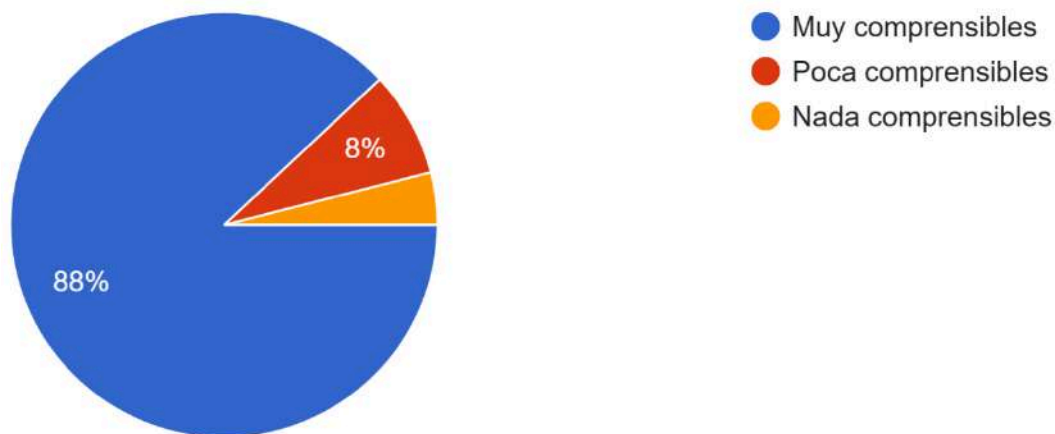
3.¿Las fotografías editadas con filtros, grano y elementos simbólicos logran transmitir melancolía?



Interpretación

El 84% de los encuestados afirma que las fotografías editadas con filtros, grano y elementos simbólicos logran transmitir adecuadamente la melancolía que se pretende reflejar, frente a un 16% que considera que solo generan poca melancolía. En consecuencia, se confirma que el tratamiento visual de las imágenes contribuye al impacto emocional buscado en la propuesta.

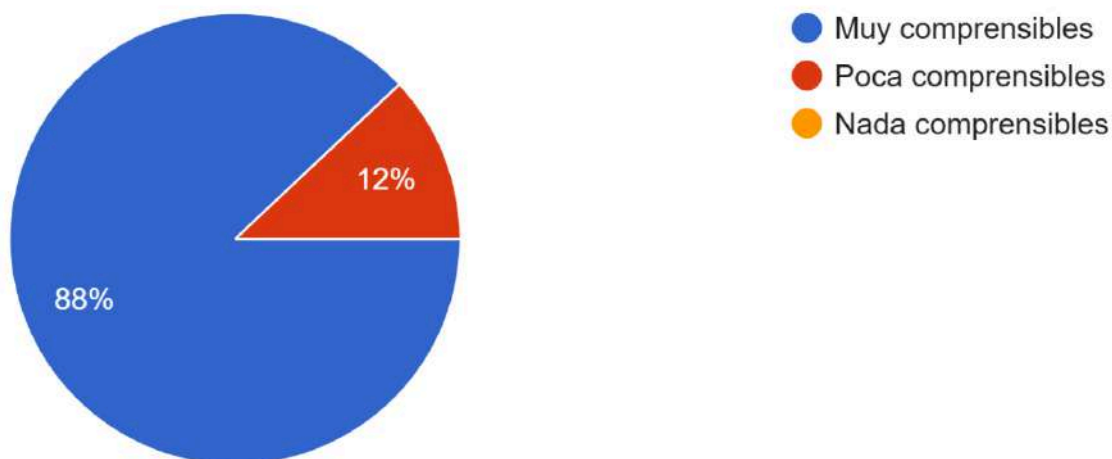
4.¿La diagramación minimalista y centrada resalta el mensaje central sin sobrecargar visualmente las composiciones gráficas, lo cual es?



Interpretación

El 88% de los encuestados considera que la diagramación minimalista y centrada utilizada en las composiciones gráficas resulta muy comprensible, al resaltar el mensaje central sin sobrecargar visualmente el diseño. En contraste, el 8% la percibe poco comprensible y el 4% nada comprensible. Por tanto, se concluye que la composición visual favorece la claridad y legibilidad del mensaje.

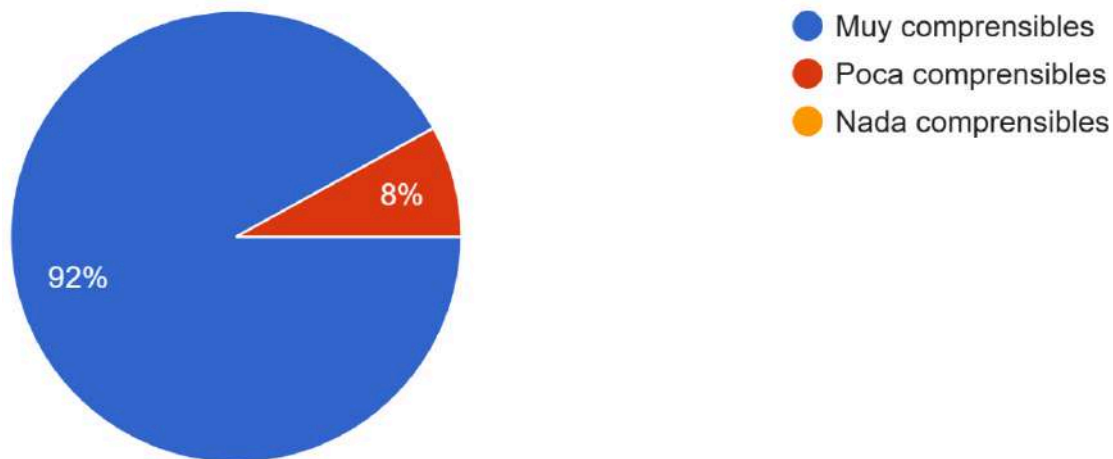
5.¿La aplicación de texturas cinematográficas, ruido y grano aporta al diseño una atmósfera envolvente y emocionalmente coherente con el concepto del proyecto son?



Interpretación

Según los resultados, el 88% de los participantes considera que la aplicación de texturas cinematográficas, ruido y grano aporta una atmósfera envolvente y emocionalmente coherente con el concepto del proyecto, mientras que el 12% la percibe poco comprensible. Esto indica que los recursos visuales aplicados enriquecen la propuesta gráfica y fortalecen su coherencia conceptual.

6.¿Las líneas finas y sutiles empleadas logran enmarcar los elementos visuales sin distraer del mensaje principal del diseño son?

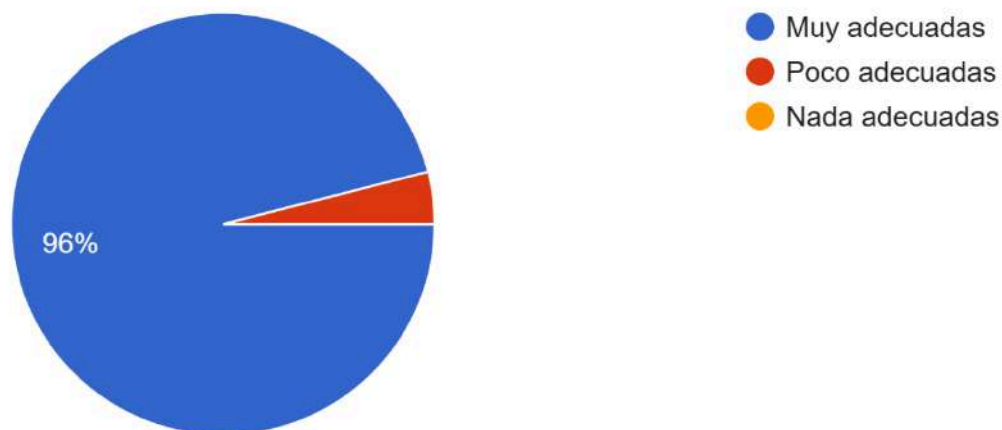


Interpretación

El 92% de los encuestados manifiesta que las líneas finas y sutiles empleadas en el diseño son muy comprensibles, ya que enmarcan adecuadamente los elementos visuales sin distraer del mensaje principal. El 8% restante las considera poco comprensibles. De este modo, se confirma que la aplicación de dichas líneas aporta equilibrio y refuerzo visual al conjunto del diseño.

Parte Operativa

1. ¿Las dimensiones de las piezas gráficas (1080x1350 px, formato Instagram) para su visualización y legibilidad en redes sociales son?



Interpretación

El 96% de los encuestados considera que las dimensiones de las piezas gráficas son muy adecuadas para su correcta visualización y legibilidad en redes sociales, mientras que un 4% las percibe poco adecuadas. En consecuencia, se confirma que el formato seleccionado resulta apropiado para garantizar una óptima presentación del contenido en plataformas digitales.

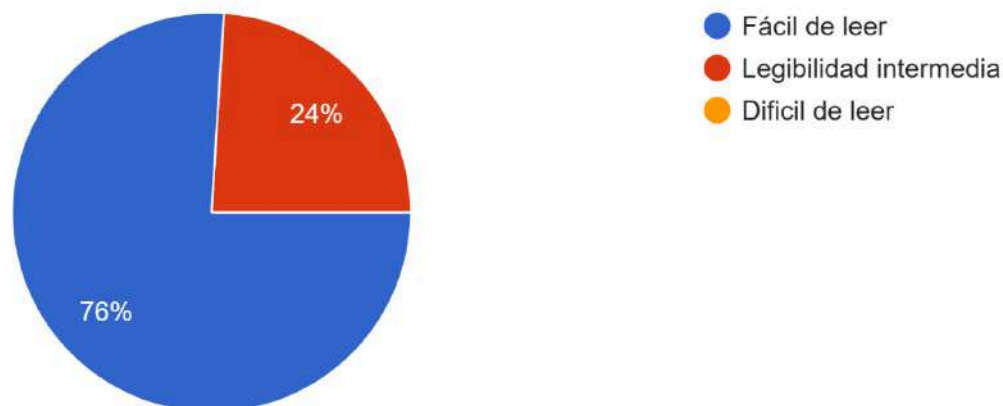
2.¿La diagramación general de los diseños facilita la lectura y comprensión del mensaje principal sin sobrecargar el contenido visual es?



Interpretación

El 100% considera que la diagramación general de los diseños facilita la lectura y comprensión del mensaje principal sin sobrecargar visualmente las composiciones, calificándola como clara y ordenada. Esto evidencia que la estructura visual empleada contribuye significativamente a la efectividad comunicativa del diseño.

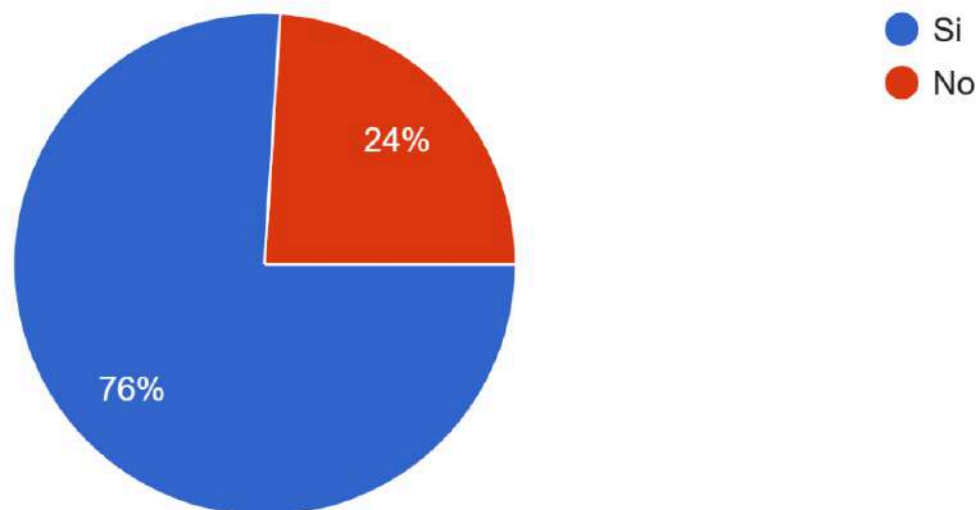
3.¿El tamaño de la tipografía utilizada (Metropolis Black, sans serif, bold) para una lectura en dispositivos móviles es ?



Interpretación

El 76% de los participantes indica que el tamaño de la tipografía utilizada (Metropolis Black, sans serif, bold) es fácil de leer en dispositivos móviles, mientras que el 24% la considera de legibilidad intermedia. En virtud de estos resultados, se tomará en cuenta la necesidad de realizar ajustes en el tamaño tipográfico para optimizar la lectura en diferentes formatos de pantalla.

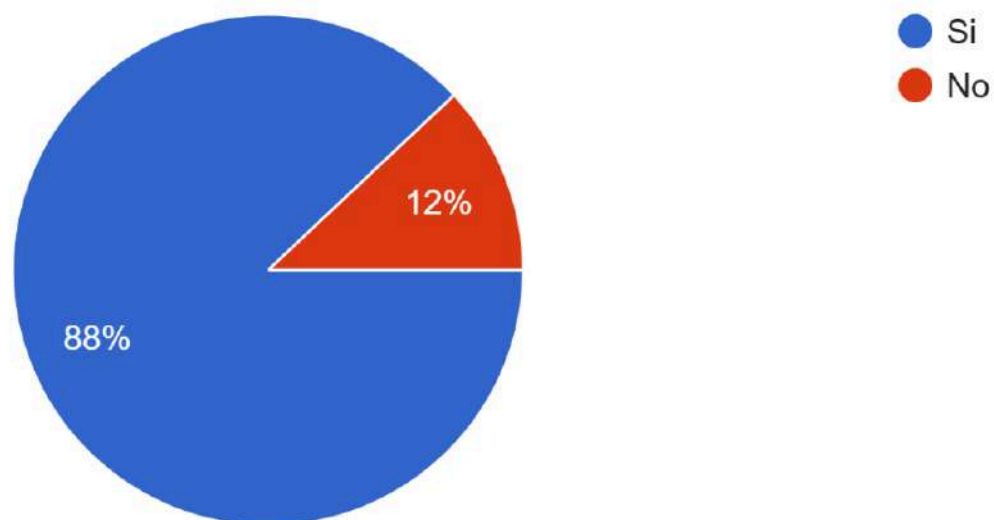
4.¿El slogan “Make it Real” transmite de forma clara y atractiva el mensaje del proyecto hacia el público objetivo?



Interpretación

El 76% de los encuestados considera que el slogan “Make it Real” transmite de forma clara y atractiva el mensaje del proyecto hacia el público objetivo, mientras que el 24% opina lo contrario. Por lo tanto, se infiere que la frase empleada logra comunicar de manera efectiva la esencia del proyecto.

5.¿Considera que la aplicación de la tendencia artística “arte conceptual” aporta innovación y coherencia estética al estilo visual de las piezas?



Interpretación

De acuerdo con los resultados, el 88% de los participantes considera que la aplicación de la tendencia artística “arte conceptual” aporta innovación y coherencia estética al estilo visual de las piezas, frente al 12% que opina lo contrario. En consecuencia, se confirma que dicha corriente artística enriquece la propuesta visual y refuerza su coherencia con el enfoque conceptual del proyecto.

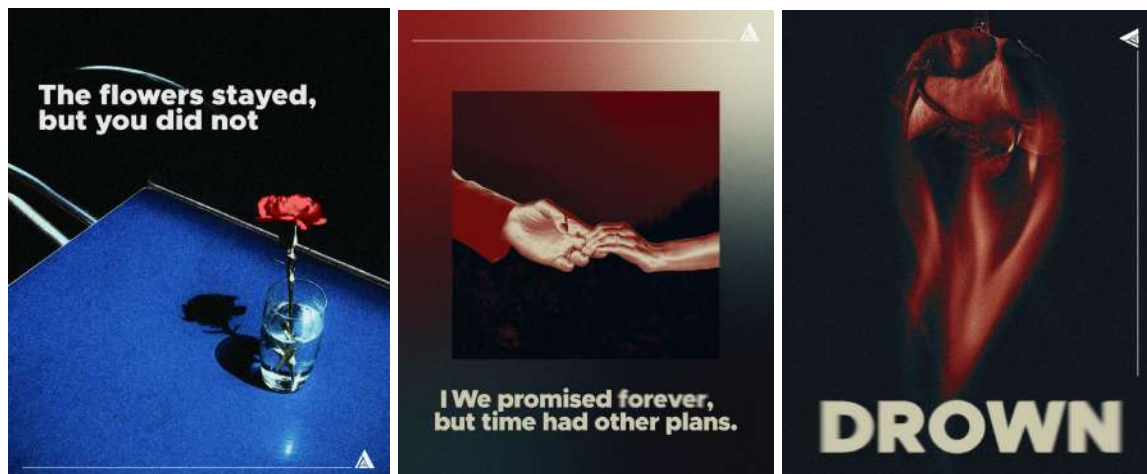
Cambios en Base a los Resultados

Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

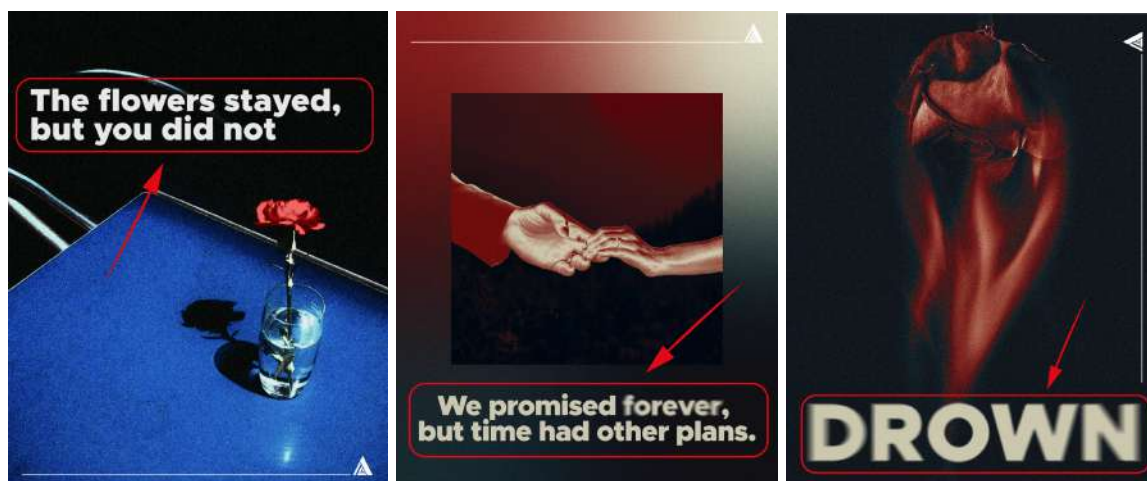
- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Es necesario cambiar el ajuste en el tamaño de la tipografía para mejorar la legibilidad en algunas publicaciones.
- Se incorporarán las siete piezas faltantes correspondientes a la línea gráfica.
- Se incluirán algunos reels a la línea gráfica.

Cambios a Base de Resultados

Antes



Después

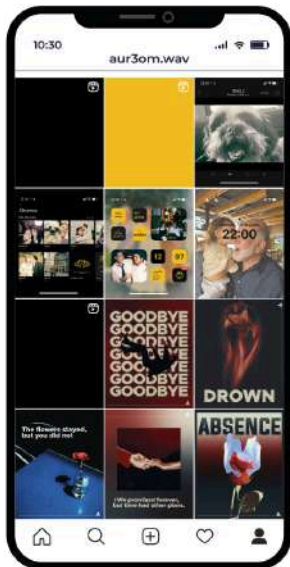


Justificación

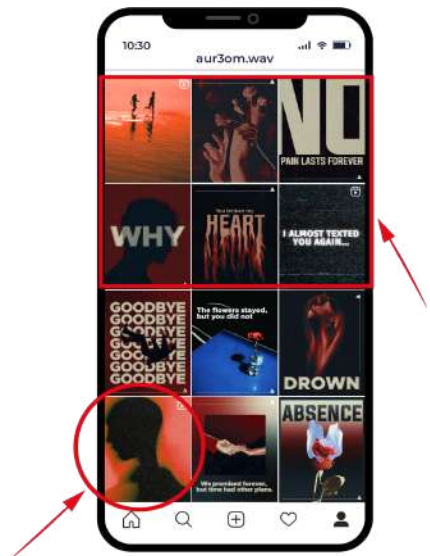
Con base en los resultados obtenidos sobre la legibilidad del tamaño tipográfico en dispositivos móviles, se realizaron ajustes en tres publicaciones donde la tipografía no se visualizaba adecuadamente. Se aumentó su tamaño para mejorar la comprensión y asegurar una correcta lectura en distintos formatos de pantalla.

Cambios a Base de Resultados

Antes



Después



Justificación

Se añadieron las siete piezas faltantes a la línea gráfica, entre posts estáticos y reels, reorganizando su disposición para mantener la coherencia visual, el equilibrio estético y una representación más fiel del concepto general del proyecto.

CAPÍTULO IX

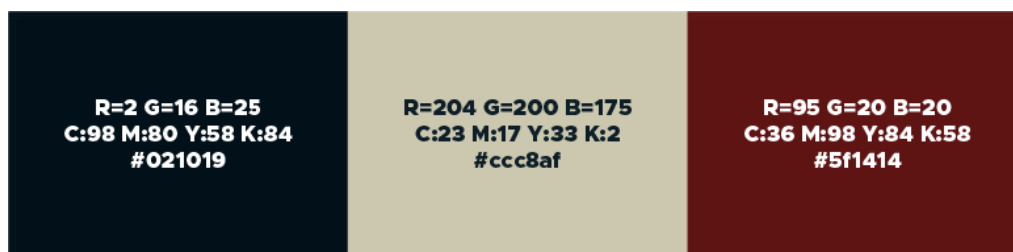
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

Posterior a realizar los cambios recomendados por los expertos, se obtuvo la propuesta gráfica final del diseño de línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM. En la propuesta gráfica final en el diseño de la línea gráfica se definió un tamaño de 1080 x 1350 pixeles. Dentro del diseño del proyecto se puede observar la paleta de colores compuesta por azul, Beige y vino. El logotipo y líneas blancas como elementos gráficos y a su vez las fuentes Metropolis y Evogria utilizadas en los títulos y subtítulos.

Datos Generales

Paleta de Colores. Se emplearon los siguientes colores para mantener la coherencia visual en cada publicación dentro de la línea gráfica.



Familia Tipográfica. Para los títulos y subtítulos de la línea gráfica se utilizaron las tipografías Metropolis en su variante Black y Evogria en su variante Regular.

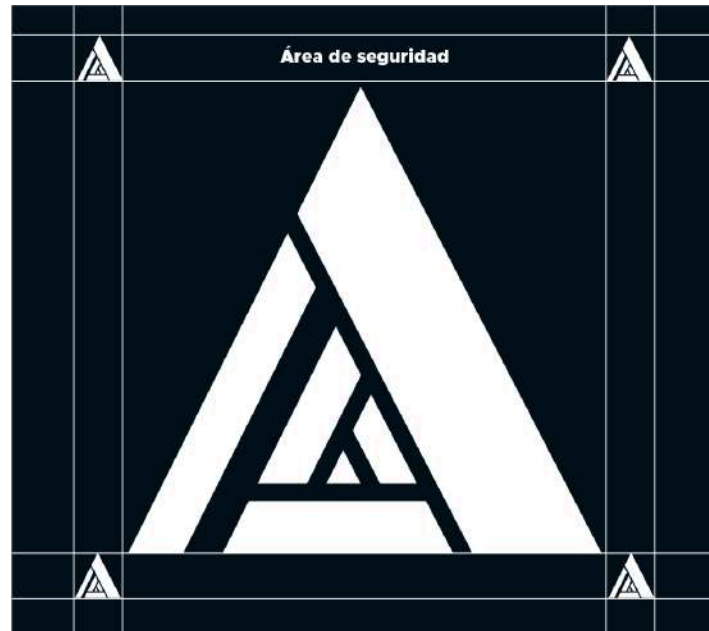
Metropolis Black

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
123456789!'"#\$%&/()=?;_`*`

METROPOLIS REGULAR

AA BB CC DD EE FF GG HH
II JJ KK LL MM NN OO PP QQ
RR SS TT UU VV WW XX YY ZZ
123456789!'"#\$%&/()=?;_`*`

Elementos Gráficos. Dentro de los gráficos que se utilizaron encontramos el logotipo en su versión blanco.

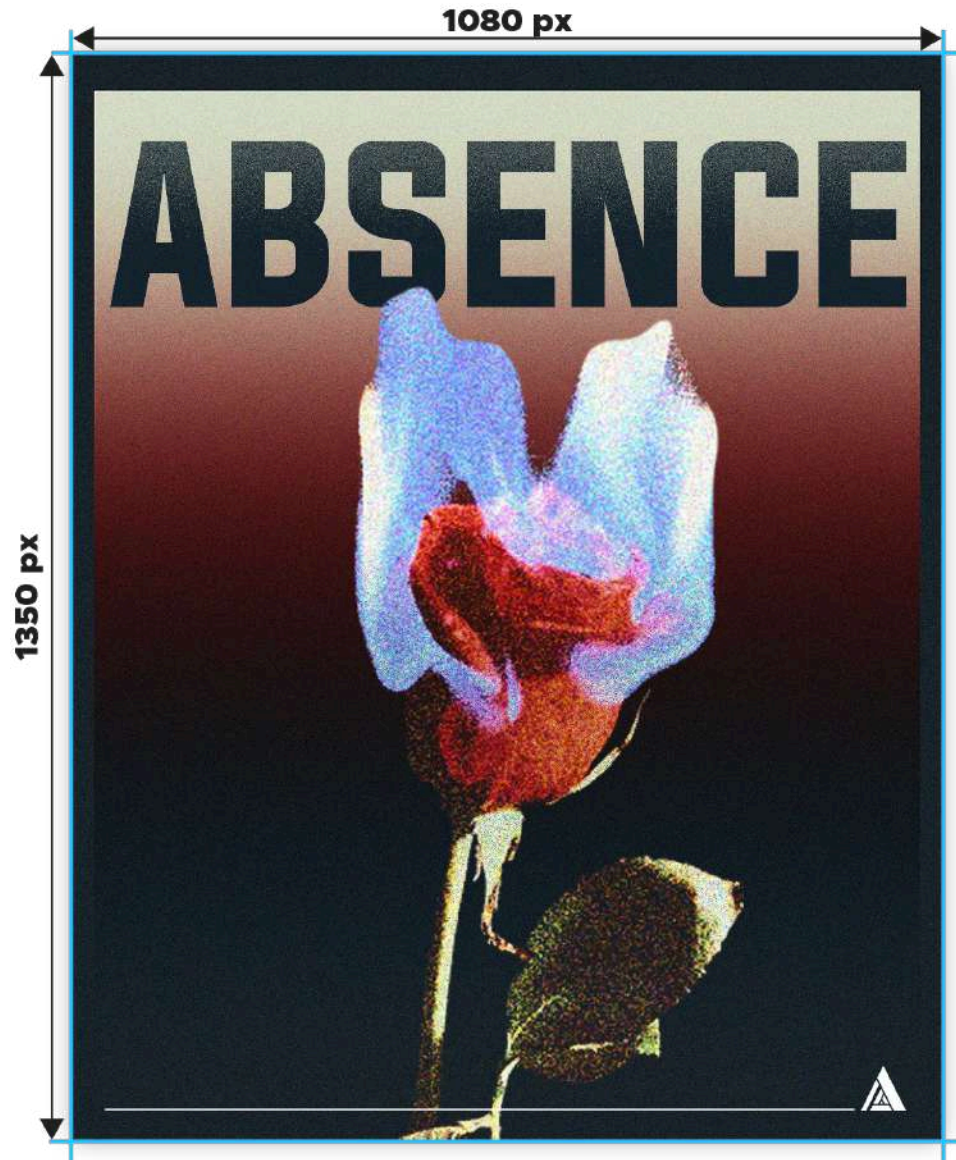


Link de Red Social del DJ Aur3om

<https://www.instagram.com/aur3om.wav?igsh=MXZueWhsNWFyaTVnZQ==>

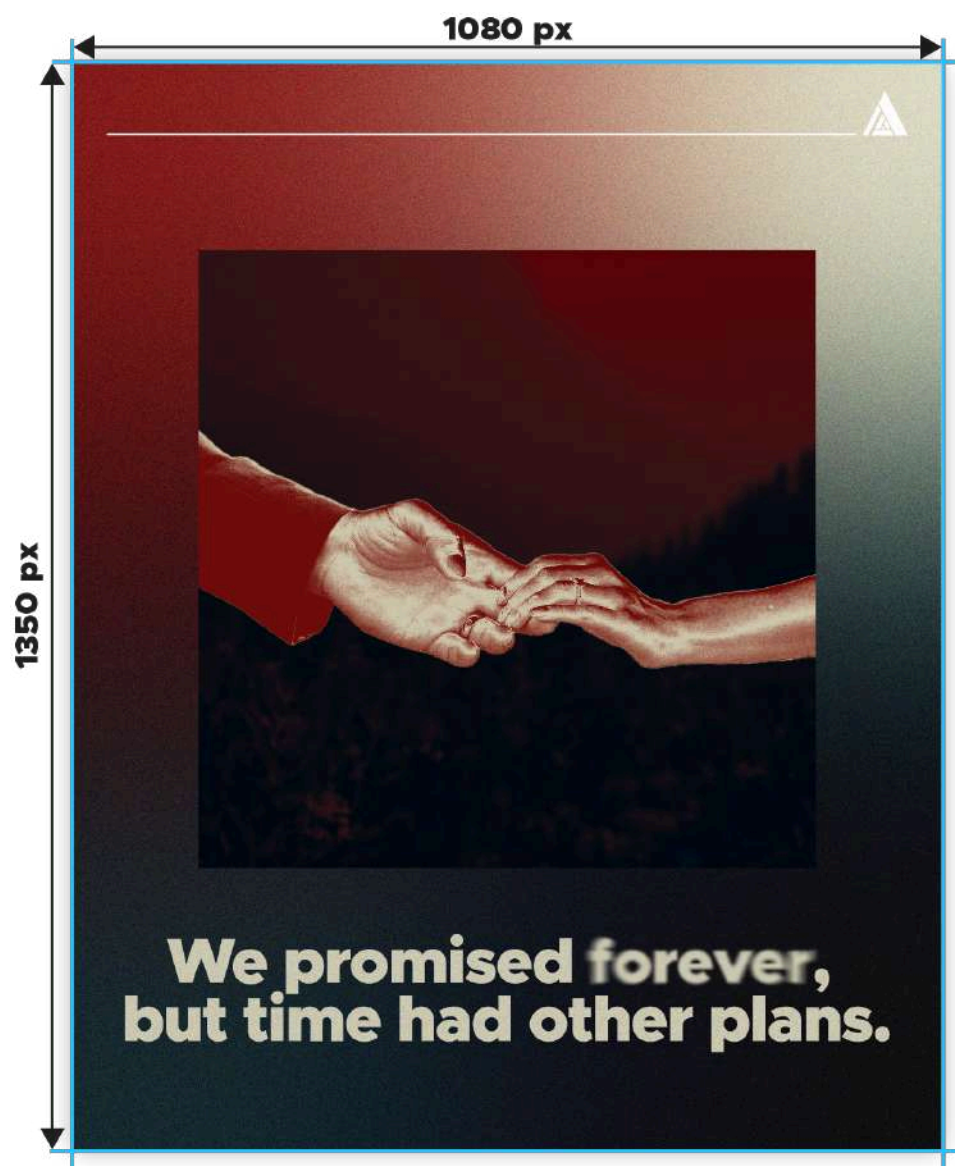
Propuesta Gráfica Final

Pieza 1. Publicación 1 Post



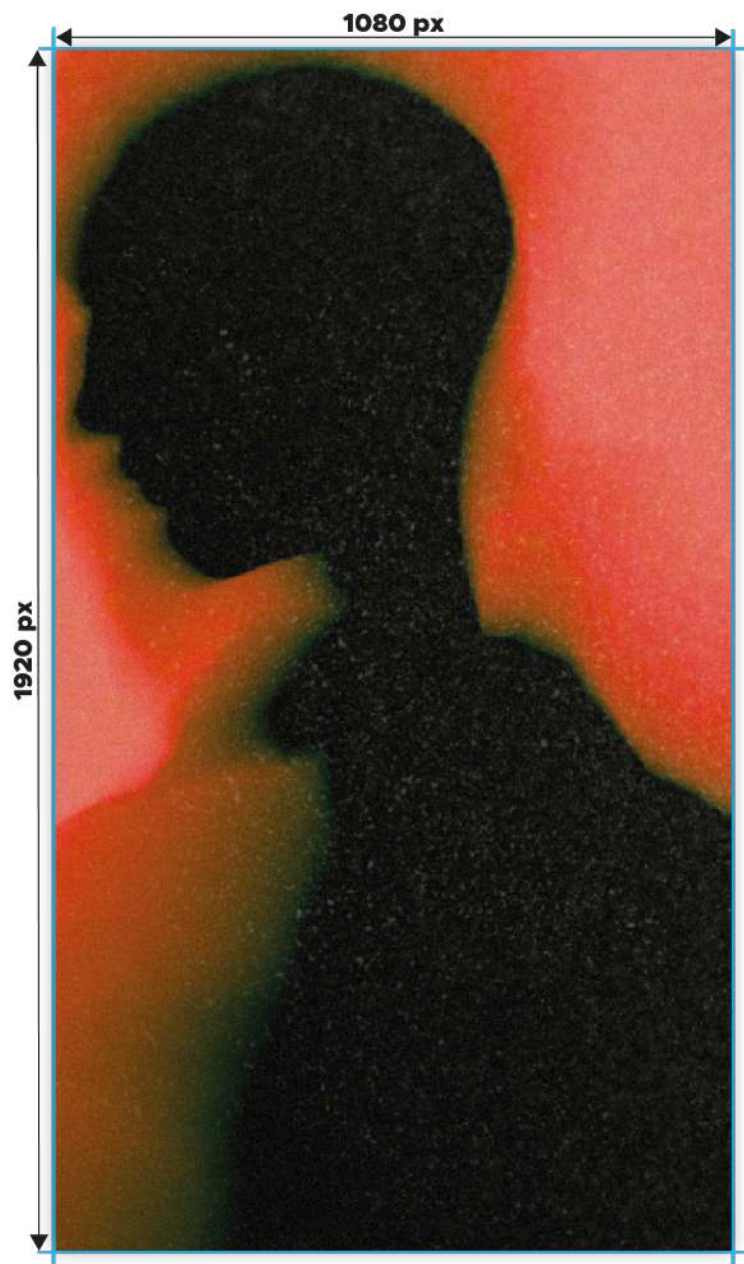
Propuesta Gráfica Final

Pieza 2. Publicación 2 post



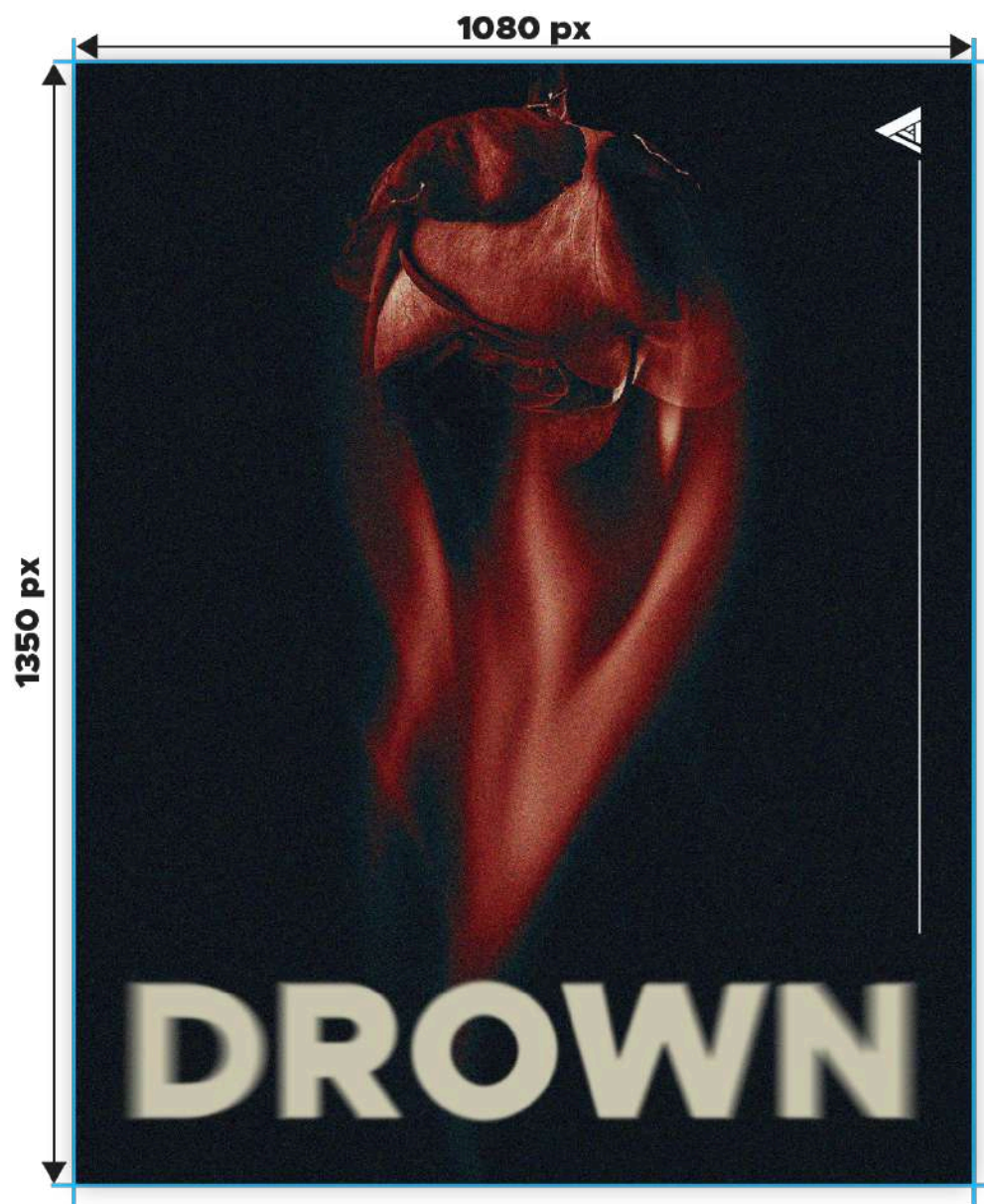
Propuesta Gráfica Final

Pieza 3. Publicación 3 reel



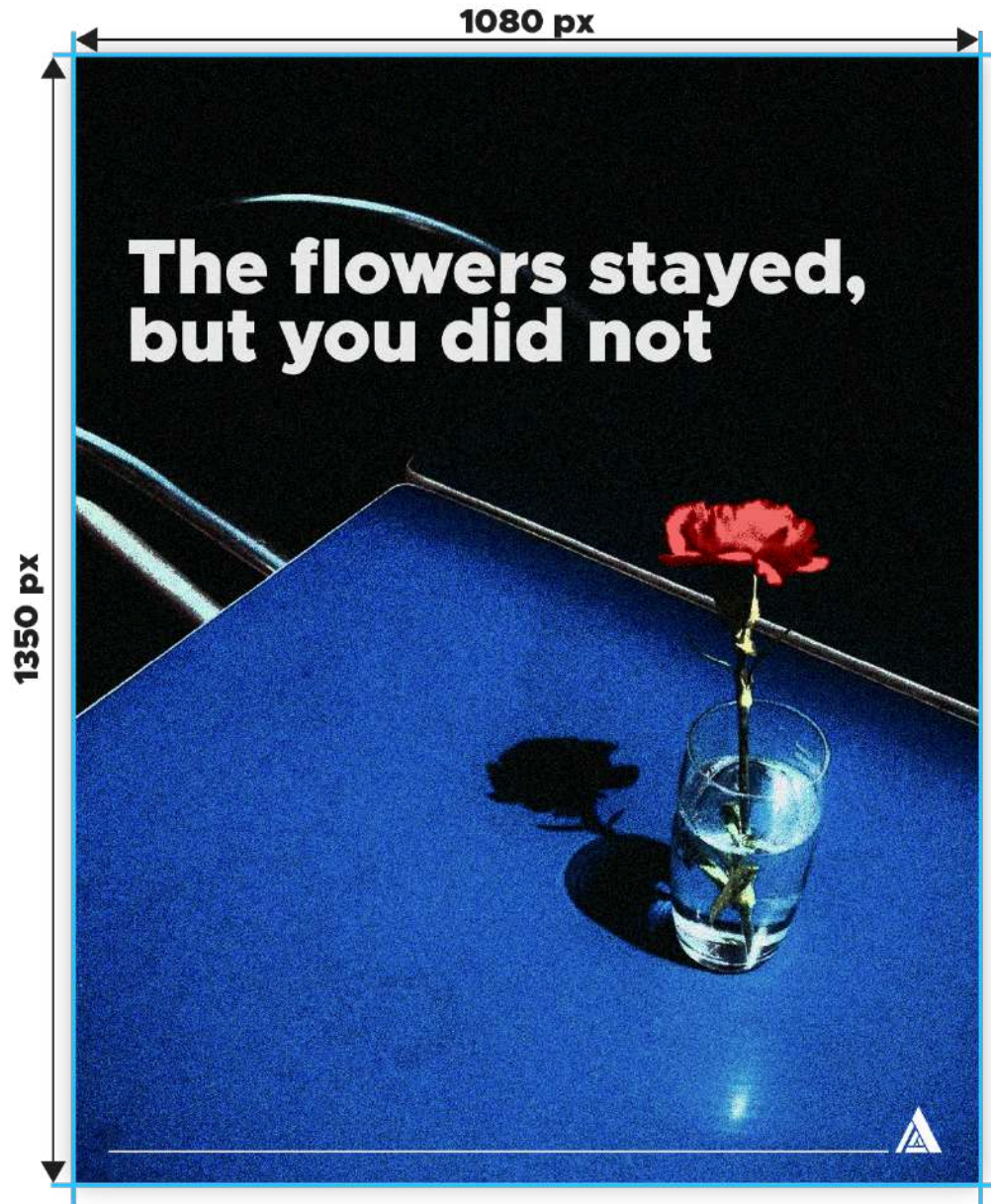
Propuesta Gráfica Final

Pieza 4. Publicación 4 post



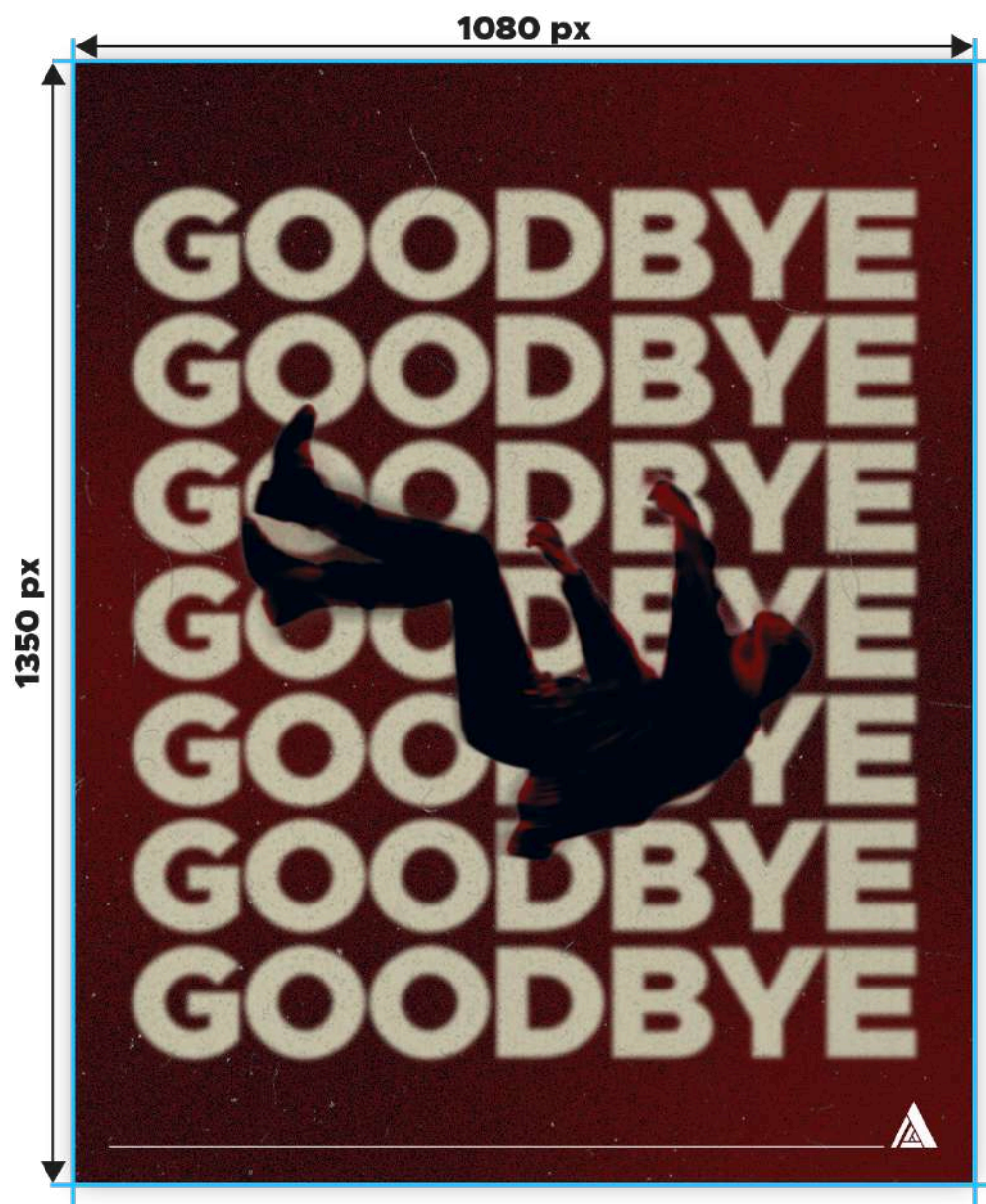
Propuesta Gráfica Final

Pieza 5. Publicación 5 post



Propuesta Gráfica Final

Pieza 6. Publicación 6 post



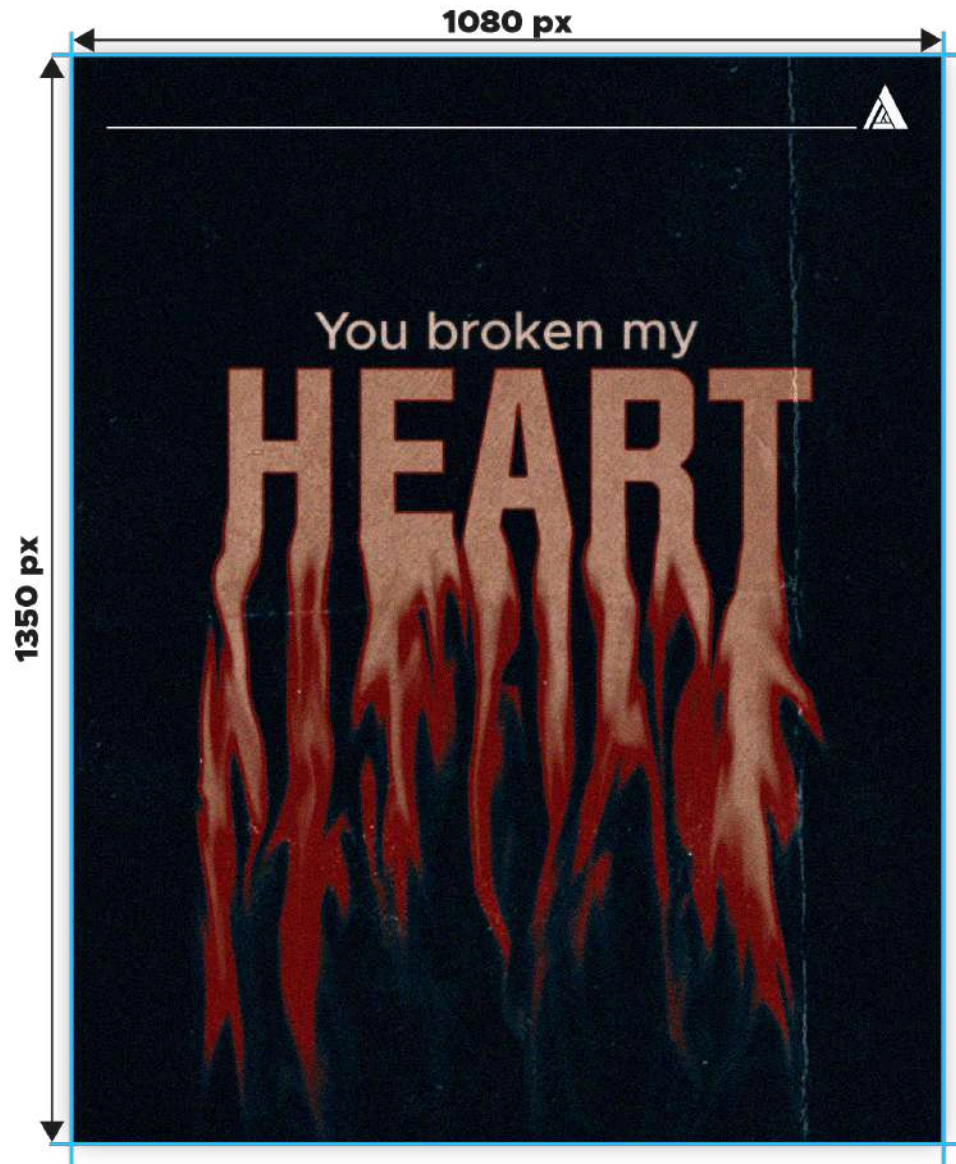
Propuesta Gráfica Final

Pieza 7. Publicación 7 reel



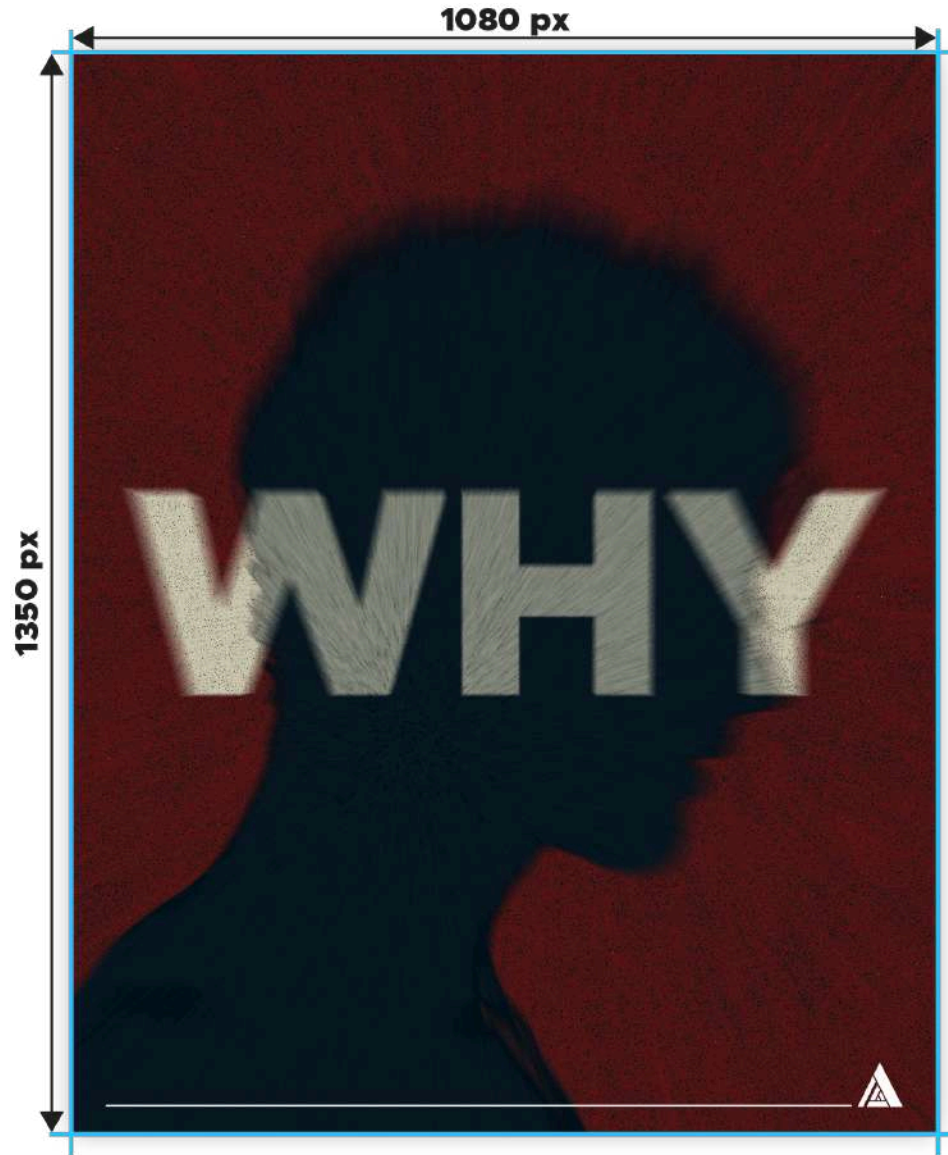
Propuesta Gráfica Final

Pieza 8. Publicación 8 post



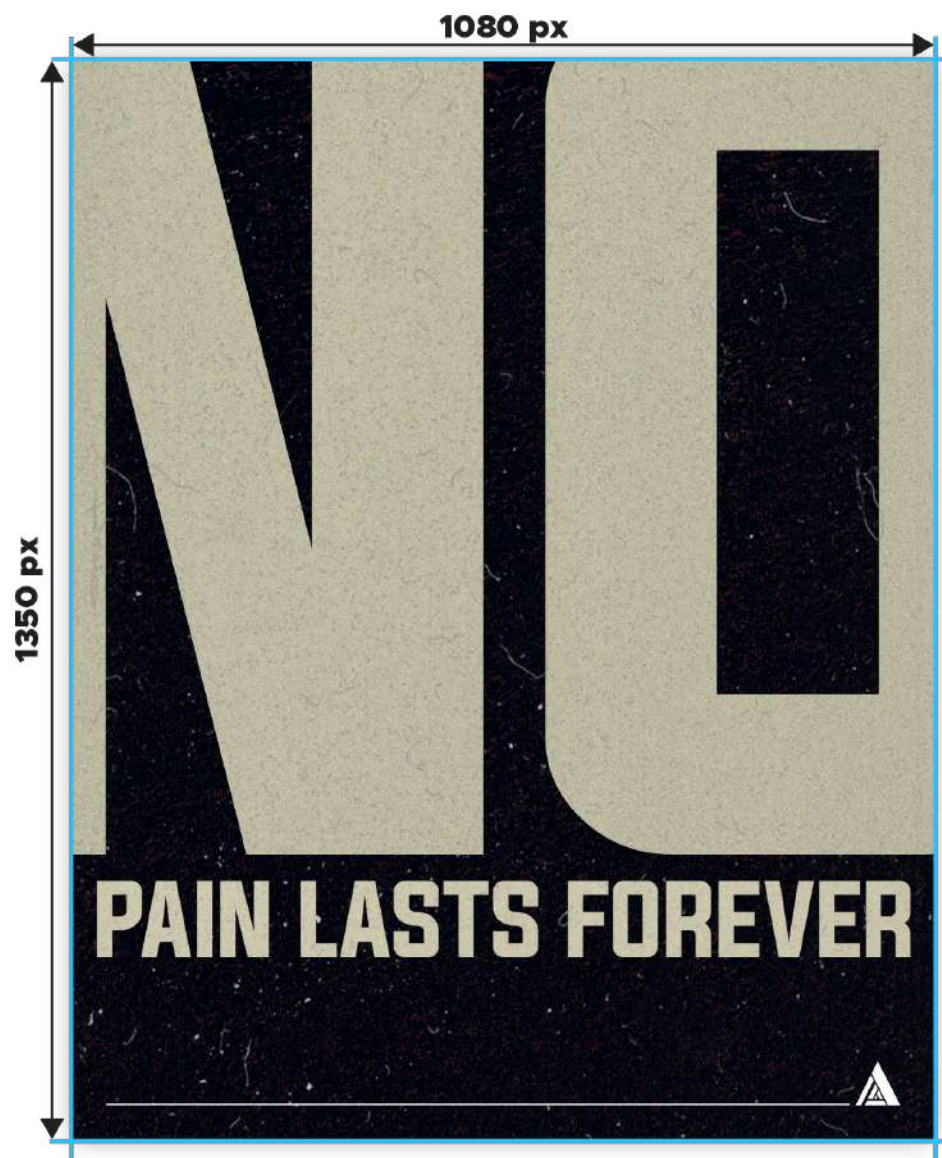
Propuesta Gráfica Final

Pieza 9. Publicación 9 post



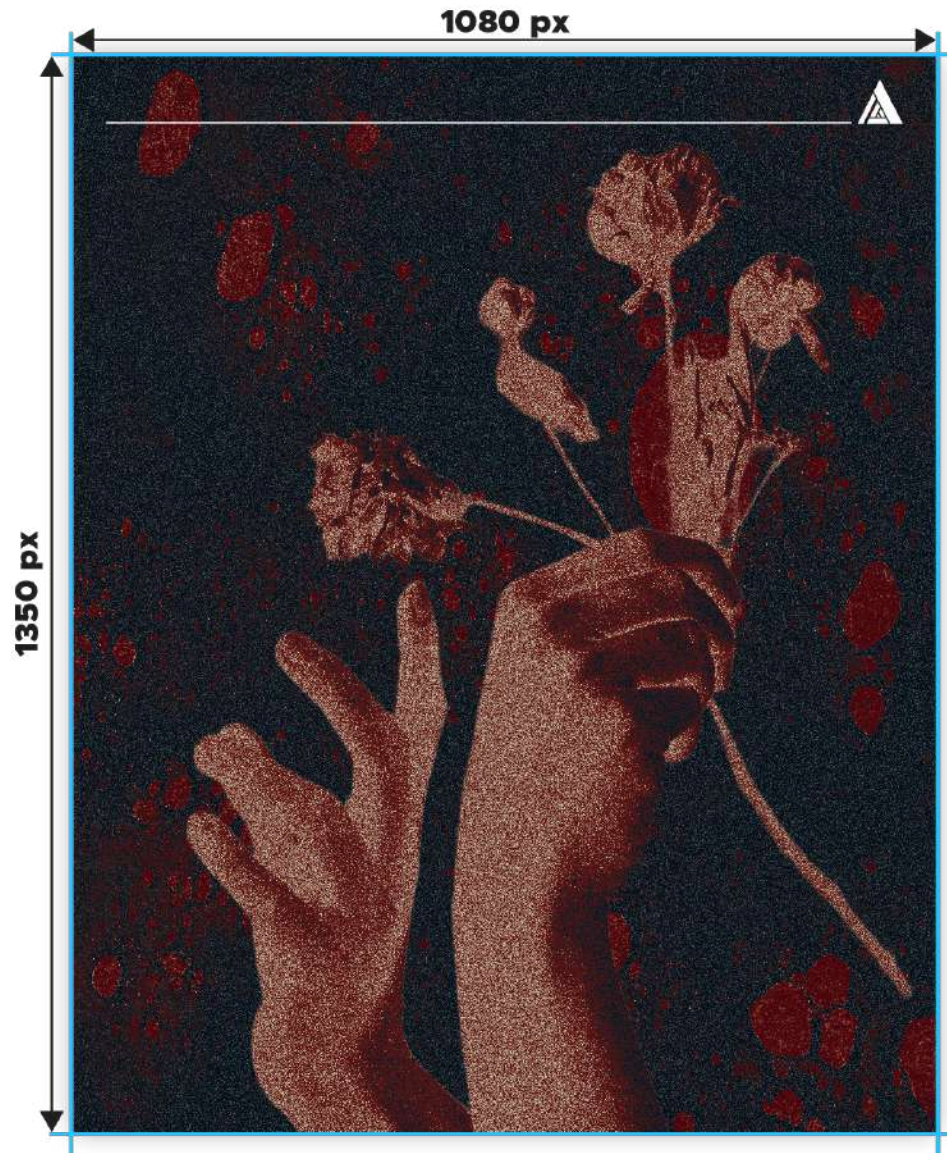
Propuesta Gráfica Final

Pieza 10. Publicación 10 post



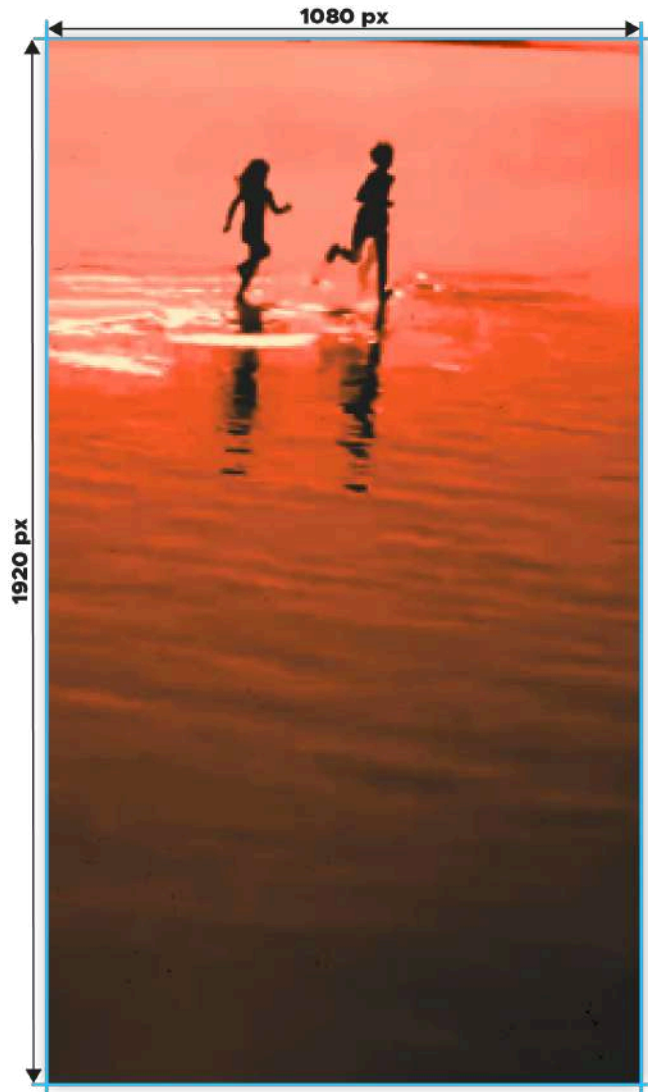
Propuesta Gráfica Final

Pieza 11. Publicación 11 post



Propuesta Gráfica Final

Pieza 12. Publicación 12 reel



Click al Enlace Para Ver la Propuesta Gráfica Final

https://www.canva.com/design/DAG2idAGc7Q/oCaBiyt3Z1TKGoOb9EvAAw/view?utm_content=DAG2idAGc7Q&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utm_id=hdb0adb9a6b

CAPÍTULO X

PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X Producción, Reproducción y Distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del Diseño de línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM, es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

- Plan de costos de elaboración
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

Plan de Costos de Elaboración

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00 el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q. 25.00.

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	1	2	Q50.00
Recopilación de información	1	3	Q75.00
Bocetaje	2	18	Q775.00
Total de costos de elaboración			Q900.00

Plan de Costos de Producción

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica	3	35	Q875.00
Costos variables de operación (luz, internet)			Q500.00
Artes finales de la línea gráfica	1	12	Q300.00
Total de costos de elaboración			Q1,675.00

Plan de Costos de Reproducción

El presente proyecto no requiere un costo de reproducción, ya que será distribuido de forma digital al cliente.

Plan de Costos de Distribución

El presente proyecto tendrá un costo de distribución de Q1,500.00 (equivalente a \$190.00) por conceptos de pauta en la red social Instagram, con una duración de 2 semanas.

Margen de Utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 20% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q4,075.00

Utilidad 20% = Q815.00

Cuadro con resumen general de costos

Detalle	Total de costo
Plan de costos de elaboración	Q900.00
Plan de costos de producción	Q1,675.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q1,500.00
Subtotal I	Q4,075.00
Margen de utilidad 20%	Q815.00
Subtotal II	Q4,890.00
IVA 12%	Q107.00
TOTAL	Q4,997.00

CAPITULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI: Conclusiones Y Recomendaciones

Conclusiones

Se diseñó una línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House, para el DJ AUR3OM.

Además, se considera que toda la información recopilada a través del brief y las entrevistas con el cliente, fue fundamental para definir los elementos visuales y comunicativos que consolidaron la identidad y coherencia estética de la línea gráfica.

Por otro lado, la investigación que se hizo a través del marco teórico relacionada a las tendencias, teorías, técnicas y conceptos de comunicación y diseño fue esencial para sustentar las decisiones estéticas y conceptuales aplicadas.

Asimismo, se validó el proyecto mediante una encuesta dirigida a clientes, expertos y al grupo objetivo, cuyos resultados respaldaron la efectividad visual y comunicativa de la propuesta, concluyendo así satisfactoriamente el desarrollo del proyecto.

Finalmente, se concluye que la línea gráfica diseñada cumple con los objetivos establecidos, logrando comunicar la estética del género FutureBass/Progressive House de forma auténtica y atractiva. Además, proporciona una base sólida para la continuidad visual del proyecto del DJ AUR3OM, fortaleciendo su posicionamiento y conexión emocional con su audiencia digital.

Recomendaciones

Se recomienda al DJ AUR3OM preservar la esencia estética y conceptual de la línea gráfica en futuras piezas, asegurando que cada elemento visual continúe reflejando la identidad del género FutureBass/Progressive House y la personalidad artística.

Se sugiere al DJ AUR3OM mantener actualizados los recursos gráficos y plantillas originales en formatos editables, garantizando su correcta adaptación a nuevos formatos o tendencias visuales emergentes.

Se recomienda al DJ AUR3OM extender la línea gráfica a otros soportes de comunicación, como merchandising, visuales de escenario o portadas musicales, consolidando así una identidad visual integral y reconocible.

Finalmente, se recomienda al DJ AUR3OM pautar estratégicamente las publicaciones en redes sociales, priorizando los horarios y formatos de mayor interacción del público objetivo. Esto permitirá ampliar mayormente el alcance de la línea gráfica al fortalecer la visibilidad en redes sociales.

CAPITULO XII

CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII Conocimiento General

Demostración de Conocimientos

MARISSA ASHANTI GÓMEZ GÓMEZ

CONOCIMIENTO GENERAL

Comunicación (I, II, III, IV)

Estos cursos fueron fundamentales para comprender los procesos comunicativos desde una perspectiva teórica y aplicada, permitiendo estructurar mensajes visuales coherentes y persuasivos dentro de la línea gráfica. A través del estudio de los modelos de comunicación y las funciones del mensaje, se fortaleció la capacidad para diseñar piezas que transmitieran con claridad la identidad y el concepto musical del DJ AUR3OM.

Software (I, II, III, IV)

Estos cursos resultaron esenciales para el dominio técnico de herramientas digitales como Adobe Photoshop e Illustrator, utilizadas en la creación de los elementos gráficos de la línea. La adquisición de habilidades en edición, ilustración y composición visual facilitó la producción profesional de las piezas gráficas, garantizando calidad, precisión y coherencia estética en la propuesta final.

Semiología

Este curso permitió analizar los signos visuales y su función dentro del proceso comunicativo, aportando bases teóricas para la construcción simbólica del mensaje gráfico. Gracias a estos conocimientos, fue posible utilizar adecuadamente colores, formas y tipografías como portadores de significado dentro del contexto del género FutureBass/Progressive House.

Psicología de la comunicación

Este curso brindó las herramientas necesarias para comprender cómo los individuos perciben y responden a los estímulos visuales y auditivos. Esta comprensión fue clave para diseñar una línea gráfica que evocara emociones específicas como la melancolía, la energía y la conexión humana, alineadas con la identidad sonora del DJ AUR3OM.

Diseño Gráfico (I, II, III, IV)

Estos cursos aportaron los conocimientos técnicos y conceptuales para la estructuración de piezas visuales efectivas. Se aplicaron principios de composición, tipografía, color y retícula, asegurando una correcta jerarquía visual y armonía entre los elementos. La formación en estos cursos permitió consolidar la identidad visual del proyecto y adaptarla a los formatos digitales de Instagram.

Estrategias innovadoras en redes sociales

Este curso fue determinante para comprender la dinámica de las plataformas digitales y la importancia de la planificación visual en entornos interactivos. Los conocimientos adquiridos facilitaron la implementación de estrategias de publicación, coherencia de contenido y optimización visual, potenciando la presencia digital del DJ AUR3OM y la efectividad de su línea gráfica.

Resumen general del conocimiento adquirido durante los cuatro años de carrera, los cuales fueron esenciales para la conceptualización y desarrollo del proyecto.

CAPITULO XII

REFERENCIAS

Capítulo XIII: Referencias

A

Ambrose, G., & Harris, P. (2011). *Diseño gráfico: Los fundamentos*. Editorial Gustavo Gili.

C

Costa, J. (2004). *La imagen de marca: análisis, diagnóstico y gestión*. Paidós.

F

Fontcuberta, J. (2011). *La cámara de Pandora: La fotografía después de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.

G

Giddens, A. (2013). *Sociology* (7^a ed.). Polity Press.

Gómez-Palacio, B., & Vit, A. (2009). *Los logotipos: Una guía de diseño para crear identidades visuales efectivas*. Rockport Publishers.

González, L. (2017). *Manual de identidad visual corporativa*. Universidad de Palermo.

I

Itten, J. (1997). *El arte del color*. Barcelona: Gustavo Gili.

L

Landa, R. (2010). *Diseño gráfico: fundamentos y prácticas*. Cengage Learning.

Landa, R. (2010). *Graphic design solutions* (4.^a ed.). Cengage Learning

Lupton, E. (2014). *Pensar con tipos: Una guía crítica para diseñadores, escritores, editores y estudiantes*. Editorial Gustavo Gili.

Lupton, E. (2008). *Pensar con tipos: Una guía crítica para diseñadores, escritores, editores y estudiantes*. Barcelona: Gustavo Gili.

M

Mayhew, D. J. (2012). *The usability engineering lifecycle: A practitioner's handbook for user interface design*. Morgan Kaufmann.

R

Rowland, I. (2017). *Principles of Graphic Design*. Design Media Publishing.

S

Samara, T. (2008). *Diseño gráfico con énfasis en comunicación visual*. Blume.

Sánchez, A. (2016). *Introducción a la musicología*. Madrid: Alianza Editorial.

Smith, J. (2019). *Psychology for filmmakers: The power of perception in media*. Routledge.

Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12^a ed.). Pearson.

Biblio web

A

American Psychological Association. (2020). Recuperado de:

<https://www.apa.org/about>

Adobe. (2024). *Photoshop: Edición y diseño de imágenes*. Recuperado de:

<https://www.adobe.com/la/products/photoshop.html>

Adobe. (2024). *Illustrator: Diseño de gráficos vectoriales*. Recuperado de:

<https://www.adobe.com/la/products/illustrator.html>

Adobe. (2024). *Premiere Pro: Edición de video profesional*. Recuperado de:

<https://www.adobe.com/la/products/premiere.html>

Adobe. (2024). *Lightroom Classic: Software de edición fotográfica profesional*. Recuperado de:

<https://www.adobe.com/la/products/photoshop-lightroom-classic.html>

C

Concepto.de. (s.f.). *Elementos de la comunicación*. Recuperado de:

<https://concepto.de/elementos-de-la-comunicacion/>

Concepto.de. (s.f.). *Funciones de la comunicación*. Recuperado de:

<https://concepto.de/funciones-de-la-comunicacion/>

Canva. (2024). *Diseña lo que quieras, publica en cualquier lugar*. Recuperado de:

https://www.canva.com/es_419/

D

Definicion.de. (s.f.). *Empresa - Qué es, definición y concepto*. Recuperado de:

<https://definicion.de/empresa/>

Del Prado Flores, H. (2019). *Ética de la comunicación: fundamentos para una cultura del diálogo*. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Recuperado de:

<https://ri.uaem.mx/handle/20.500.12055/1013>

E

El País. (2025, 19 de enero). *Brecha de género en el estudio de grabación: el arduo camino de las productoras musicales*. Recuperado de:

<https://elpais.com/cultura/2025-01-19/brecha-de-genero-en-el-estudio-de-grabacion-el-arduo-camino-de-las-productoras-musicales.html>

Escuela de Diseño de Altos de Chavón. (2022). *¿Qué es el diseño y por qué es importante?*

Recuperado de:

<https://altosdechavon.edu.do/que-es-el-diseno-y-por-que-es-importante/>

Elliot, A. J., & Maier, M. A. (2014). Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans. *Annual Review of Psychology*, 65, 95–120.

Recuperado de:

<https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115035>

G

González Pérez, M. (2020). *El concepto de fiesta*. Omni-bus. Recuperado de:

<https://www.omni-bus.com/n21/fiesta.html>

González, C., & Fernández, M. (2021). *Fundamentos del diseño gráfico: comunicación, creatividad y estrategia visual*. Editorial UOC. Recuperado de:

https://www.editorialuoc.cat/es/libro/fundamentos-del-diseno-grafico_30704/

Google. (2024). *Google Workspace: Soluciones de productividad empresarial*. Recuperado de:

<https://workspace.google.com/intl/es/>

Google. (2024). *Meet: Videollamadas para equipos y empresas*. Recuperado de:

<https://workspace.google.com/intl/es/products/meet/>

I

Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. (2017). *La digitalización en la educación*. Recuperado de:

<https://intef.es/>

K

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. Recuperado de:

<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

L

Landa, R. (2016). *Diseño de identidad de marca: Una guía esencial para toda la marca visual*.

Cengage Learning. Recuperado de:

<https://www.cengage.com/c/designing-brand-identity-4e-landa/>

M

Moreno, P., & Vázquez, R. (2018). *Comunicación y proceso psicológico*. Editorial Síntesis.

Recuperado de:

<https://sintesis.es/comunicacion-psicologia>

Museum of Modern Art (MoMA). (s.f.). *Minimalism*. Recuperado de:

<https://www.moma.org/collection/terms/93>

N

Neuronilla. (2021). *Neuronilla – creatividad integral para empresas y organizaciones*.

Recuperado de:

<https://neuronilla.com/como-integrar-principio-biocentrico-autoliderazgo-creativo/>

Q

QuestionPro. (s.f.). *Comunicación organizacional: qué es, tipos y beneficios*. Recuperado de:

<https://www.questionpro.com/blog/es/comunicacion-organizacional/>

R

Red Iberoamericana de Pedagogía. (2020). *Estrategias de comunicación: tipos, objetivos y ejemplos*. Recuperado de:

<https://www.ripped.org/estrategias-de-comunicacion/>

T

Tate. (s.f.). *Conceptual art*. Recuperado de:

<https://www.tate.org.uk/art/art-terms/c/conceptual-art>

V

Vitsoe. (s.f.). *Dieter Rams: Ten principles for good design*. Recuperado de:

<https://www.vitsoe.com/gb/about/good-design>

W

Wikipedia. (s.f.). *Disc jockey*. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Disc_jockey

Wikipedia. (s.f.). *Música electrónica*. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%BAsica_electr%C3%B3nica

Wikipedia. (s.f.). *Future bass*. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Future_bass

Wikipedia. (s.f.). *House progresivo*. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/House_progresivo

Wikipedia. (2020). *DJ set*. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/DJ_set

Wikipedia. (s.f.). *Harold Lasswell*. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Harold_D._Lasswell

Wikipedia. (s.f.). *Marshall McLuhan*. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan

CAPITULO XI

ANEXOS

Capítulo XI: Anexos

Anexo I: Brief



BRIEF

BRIEF: Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Marissa Ashanti Gómez Gómez

No. de Carné: 22002363

Celular: 55659788

Email: marissa.gomez@galileo.edu

Proyecto: Diseño de línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social Instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR3OM.

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): AUR3OM

Dirección: 6ta Av 0-69 Jardines de San Lucas 4, Lote 90 B

Email: aur3ommusic@gmail.com

Tel:

Contacto: _____ **Celular:** 33010953 _____

Antecedentes: AUR3OM nace de una búsqueda intensa, íntima y constante: la necesidad de traducir emociones invisibles en frecuencias audibles, de convertir la experiencia humana en un lenguaje universal que trasciende las palabras. Fundado por un productor apasionado por los paisajes sonoros que ofrece la música electrónica, este proyecto comenzó como un laboratorio casero de ideas, impulsado por madrugadas solitarias frente a sintetizadores, software de producción, y una pasión inquebrantable por explorar lo intangible. AUR3OM no fue concebido para seguir tendencias, sino para crear atmósferas que conmuevan, que eleven, y que conecten a las personas en un plano sensorial puro.

Oportunidad identificada: Diseñar la línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social Instagram

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Crear experiencias sonoras inmersivas que fusionen tecnología, arte y emociones redefiniendo los límites y barreras de la música electrónica a través de una identidad única e innovadora

Visión: Convertirse en un referente global de la música electrónica, siendo Símbolo de evolución artística, innovación y autenticidad.

Delimitación geográfica: Guatemala, Departamento Guatemala (3,679,296 habitantes), San Pedro Sacatepéquez municipio del departamento de Guatemala (56,545 habitantes).

Grupo objetivo: Consumidores de future bass/progressive House

Principal beneficio al grupo objetivo: Red social en la que ellos obtengan toda la información a través de Instagram

Competencia: Productores musicales

Posicionamiento: AUR3OM se posiciona como una propuesta de música electrónica emocional, inmersiva y conceptual. Su sonido se construye sobre una base de electrónica progresiva, ambient y techno melódico, fusionando texturas etéreas con ritmos profundos y estructuras narrativas. No es solo música para bailar; es música para sentir. Cada track es una historia, cada drop es una decisión emocional. En un ecosistema saturado por lo inmediato y lo superficial, AUR3OM ofrece profundidad, autenticidad y una identidad sonora que prioriza el alma sobre la fórmula.

Factores de diferenciación: Cada pieza creada bajo el nombre de AUR3OM es el resultado de un proceso profundamente cuidado y detallista. La producción no se limita a ensamblar sonidos; es un acto casi espiritual de esculpir frecuencias que hablen directamente al corazón. Los sonidos no se eligen al azar ni se toman de librerías genéricas: se diseñan, se prueban, se ajustan durante horas hasta que reflejan exactamente lo que se quiere transmitir. Esta obsesión por el detalle le otorga a cada track una identidad única y una calidad sonora que habla del amor absoluto por la producción musical como forma de arte. Más allá de beats y estructuras, AUR3OM construye relatos. Cada canción, EP o presentación en vivo está pensada como un viaje emocional, donde el oyente no solo escucha, sino que transita por paisajes sonoros que evocan memorias, preguntas, sueños y estados del alma. La música no es lineal ni repetitiva, sino que se mueve como una historia bien contada, con sus momentos de tensión, alivio, éxtasis o contemplación. Esta capacidad narrativa convierte la experiencia AUR3OM en algo más profundo que el simple entretenimiento: es una experiencia sensorial y emocional completa.

Objetivo de mercadeo: Posicionar la marca personal del DJ AUR3OM como una propuesta innovadora y emergente dentro de los géneros FutureBass y Progressive House en el entorno digital. A través de una estrategia visual coherente en Instagram, se busca incrementar el reconocimiento de marca, fomentar el crecimiento sostenido de su comunidad de seguidores y generar oportunidades de visibilidad profesional, tales como presentaciones en vivo, colaboraciones y alianzas estratégicas con otros actores del ámbito musical.

Objetivo de comunicación: Establecer una identidad visual sólida, auténtica y alineada con el estilo musical de AUR3OM, que logre comunicar de manera efectiva su propuesta artística. La línea gráfica debe conectar emocionalmente con su audiencia objetivo, reflejar la esencia de su sonido, y consolidar una imagen profesional y distintiva en cada pieza de contenido compartida en Instagram.

Mensajes claves a comunicar: Luces, gente bailando, emociones, fiesta, adrenalina, sonidos, movimiento, escenarios, instrumentos y gritos de emoción.

Estrategia de comunicación: Se centra en el uso de redes sociales, con énfasis en la plataforma Instagram como canal principal. A través del diseño de una línea gráfica definida y adaptable a los distintos formatos de contenido de esta red (posts, stories, reels, lives), se busca consolidar una presencia visual coherente que facilite el reconocimiento inmediato del artista.

Reto del diseño y trascendencia: Consiste en desarrollar una línea gráfica única e impactante que represente fielmente la propuesta musical de AUR3OM (FutureBass/Progressive House) en Instagram. Esta identidad visual debe ser innovadora, coherente y adaptable a diversos formatos, facilitando la conexión emocional con la audiencia. Su trascendencia radica en demostrar cómo un diseño estratégico y auténtico puede posicionar al artista en un entorno competitivo, fortalecer su marca personal y fomentar una comunidad digital activa y leal.

Materiales a realizar: línea grafica digital

Presupuesto: _____

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Dark Turquoise, White y Light Black.

Tipografía: Futura _____

Forma: Triangular _____

LOGOTIPO

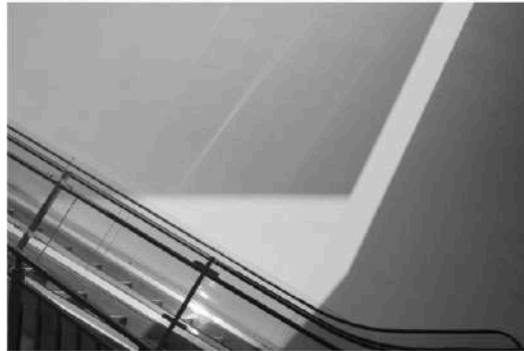


Fecha: 6/05/2025

Anexo II: Tabla de Niveles Socioeconómicos

Tabla Niveles Socio Económicos								
Actualización 2018								
	1,80%		35,40%			62,80%		
	0,70%	1,10%	5,9	11,60%	17,90%	50,70%	12,10%	Indeterminado
CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100.000,00	Q81.200,00	Q25.900,00	Q17.500,00	Q11.900,00	Q7.200,00	Q3.400,00	- de Q1.00,00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Lienciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliario, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro/electrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales.	Cine, CC, parques temáticos locales.	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Anexo III: Información técnica de las imágenes utilizadas en el tablero de tendencias dentro del marco teórico.



Título: Black and white photo of escalators.

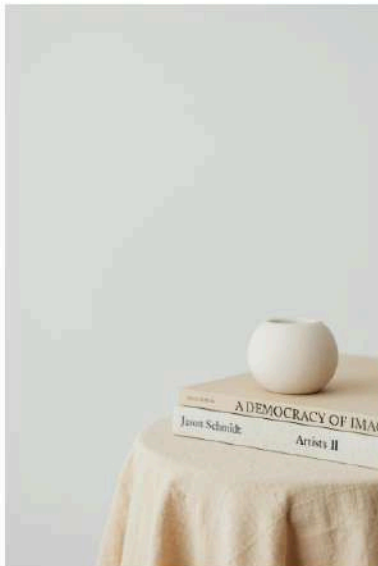
Autor: H&CO.

Año: May 20, 2018

Lugar: Linkou District, New Taipei City, Taiwan.

Técnica: fotografía minimalista.

Créditos: <https://www.pexels.com/photo/black-and-white-photo-of-escalators-1160831/>



Título: No especificado.

Autor: Karola G

Año: Feb 19, 2021

Lugar: No especificado.

Técnica: fotografía minimalista

Créditos:

<https://www.pexels.com/photo/vase-on-books-6920368/>



Título: Wooden Chair on a White Wall Studio

Autor: Paula Schmidt

Año: Mar 8, 2018.

Lugar: München, BY, Germany

Técnica: fotografía minimalista.

Créditos: <https://www.pexels.com/photo/wooden-chair-on-a-white-wall-studio-963486/>



Título: Shadow of Leaves on a Wal

Autor: Valeria Miller.

Año: No especificado.

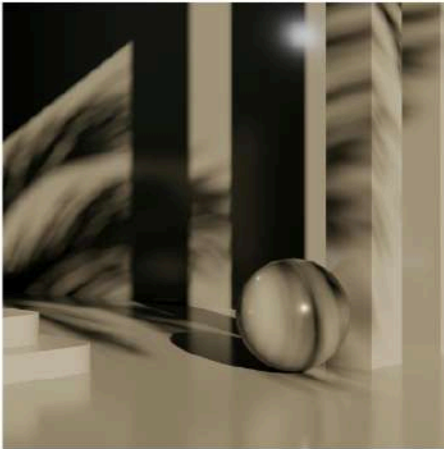
Lugar: No especificado.

Técnica: fotografía minimalista.

Créditos:

<https://www.canva.com/photos/MAEIXW5ojyc/>

=



Título: minimalistic interior.

Autor: sammescobar

Año: noviembre 14, 2021.

Lugar: Tailandia.

Técnica: fotografía minimalista.

Créditos:

<https://www.cosmos.so/e/1252969242>



Título: Abstract Painting in Art Gallery.

Autor: Soner Arkan.

Año: 28 agosto, 2023.

Lugar: No especificado.

Técnica: fotografía conceptual.

Créditos:

<https://www.pexels.com/photo/abstract-painting-in-art-gallery-18159661/>



Título: No especificado.

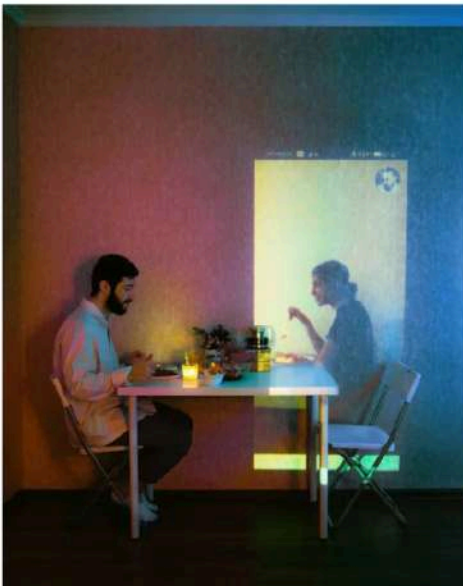
Autor: errez

Año: No especificado.

Lugar: No especificado.

Técnica: fotografía conceptual.

Créditos: <https://pin.it/1Uilpz3JE>



Título: No especificado.

Autor: Karmanverdi

Año: No especificado.

Lugar: Manhattan.

Técnica: fotografía conceptual.

Créditos:

https://www.instagram.com/p/CUp_z2StZEa/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==



Título: No especificado.

Autor: Andro Pang

Año: No especificado.

Lugar: No especificado.

Técnica: 3D.

Créditos:

https://www.instagram.com/p/CddDfGQLH3v/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Anexo IV: Información técnica de imágenes, fotografías, ilustraciones que se utilizaron

Título: No especificado.

Autor: xarshijaax.

Año: 2024.

Lugar: No especificado.

Técnica: fotografía digital.

Créditos:

<https://www.cosmos.so/e/808359787>



Título: No especificado.

Autor: samanthagamblemendoza

Año: Sep 5.2024

Lugar: No especificado.

Técnica: fotografía digital.

Créditos:

<https://www.cosmos.so/e/711789530>



Título: Aesthetic burning rose flower, realistic flame effect on dark background

Autor: rawpixel.com

Año: No especificado.

Lugar: No especificado.

Técnica: fotografía digital.

Créditos: https://www.freepik.com/free-photo/aesthetic-burning-rose-flower-realistic-flame-effect-dark-background_19001784.htm#fromView=image_search&page=1&position=0&uuid=e64a719b-914f-47fc-bde5-ebc6c506ff4e



Título: My heart and my thoughts are dark but I hope I will see a light and bloom like a flower



Autor: oliver.lier

Año: 18 de abril

Lugar: No especificado.

Técnica: fotografía.

Créditos:

https://www.instagram.com/p/DImNE-xoFO3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==



Título: What is reality? Obviously....no one can say. Because it isn't words. It isn't material, that's just

Autor: sammescobar

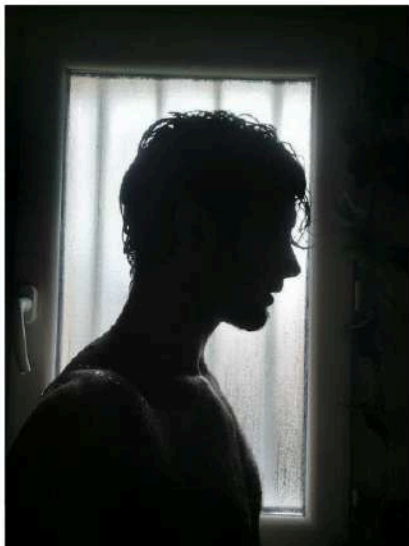
Año: julio 2, 2023.

Lugar: No especificado.

Técnica: fotografía digital.

Créditos:

<https://www.cosmos.so/e/1252969242>



Título: No especificado.

Autor: heartednote

Año: 26 septiembre, 2023.

Lugar: No especificado.

Técnica: fotografía.

Créditos:

<https://www.cosmos.so/e/1489232160>



Título: No especificado.

Autor: meeshac90

Año: 2024

Lugar: No especificado.

Técnica: fotografía.

Créditos:

<https://www.cosmos.so/e/1923938921>

Anexo V: Validación Técnica

Encuesta

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Propuesta Preliminar

Sección 1 de 5

Encuesta de Validación del proyecto de *Diseño de línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR30M*

B
I
U
🔗
✖

Antecedentes:

La empresa fue creada el año 2020 por el DJ AUR30M, y actualmente se dedica principalmente a la creación de música del género FutureBass/Progressive House

Al visitar la empresa se pudo observar que no cuenta con una línea gráfica definida para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram, a pesar de utilizarla como canal principal de difusión de su música y filosofía creativa, dirigida al público del género FutureBass/Progressive House.

Por lo que se ha planteado el objetivo de Diseñar una línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR30M.

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta de Diseño de línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR30M y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, seleccionando la respuesta que usted considere correcta.

Enlace de la propuesta de diseño de línea gráfica :
<https://drive.google.com/file/d/1CAgeXizfmWhVi-PWwulbb5iZdW9IQDQf/view?usp=sharing>

Este formulario recoge automáticamente los correos de todos los encuestados. [Cambiar configuración](#)

Después de la sección 1 ▶ Ir a la siguiente sección

Título de la sección (opcional) ✕ ⋮

Descripción (opcional)

Nombre completo: * ⋮

Texto de respuesta corta

Edad: *

Texto de respuesta corta

Profesión: *

Texto de respuesta corta

Puesto: *

Texto de respuesta corta

Genero: *

Masculino

Femenino

Otro:

¿De que grupo forma parte? *

Grupo Objetivo

Experto

Cliente

Después de la sección 2. Ir a la sección 3 (Parte Objetiva) ▼

Sección 3 de 5

Parte Objetiva ⌵ ⋮

Descripción (opcional)

¿Considera usted necesario diseñar una línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos gráficos en la red social de Instagram dirigido al público del género FutureBass/Progressive House del DJ AUR30M? *

si

No

¿Considera importante recopilar información de la identidad visual del DJ AUR30M. A través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief para que sea integrada al diseño de la línea gráfica? *

si

No

¿Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño gráfico a través de fuentes bibliográficas y recursos digitales que respalden científicamente la propuesta del diseño de la línea gráfica? *

si

No

¿Considera adecuado diseñar guías de plantillas para publicaciones en Instagram, mediante el uso de herramientas digitales de diseño para aplicar de forma coherente la línea gráfica en el contenido de la red social de Instagram? *

si

No

Después de la sección 3 [Ir a la siguiente sección](#) ▼

Sección 4 de 5

Parte Semiológica ✕ ⋮

Descripción (opcional)

¿Considera que la paleta de colores oscuros y degradados utilizada transmite las emociones de nostalgia, intensidad y melancolía que se buscan en el diseño es? *

Muy adecuada

Poco adecuada

Nada adecuada

¿Cree que la tipografía sans serif bold que se utilizó en el mensaje visual del proyecto es? *

Clara y contundente

Poco Clara y contundente

Nada Clara y contundente

¿Las fotografías editadas con filtros, grano y elementos simbólicos logran transmitir melancolía? *

Melancolía

Poca melancolía

Nada de melancolía

¿La diagramación minimalista y centrada resalta el mensaje central sin sobrecargar visualmente las composiciones gráficas, lo cual es? *

Muy comprensibles

Poca comprensibles

Nada comprensibles

¿La aplicación de texturas cinematográficas, ruido y grano aporta al diseño una atmósfera envolvente y emocionalmente coherente con el concepto del proyecto son? *

- Muy comprensibles
- Poca comprensibles
- Nada comprensibles

¿Las líneas finas y sutiles empleadas logran enmarcar los elementos visuales sin distraer del mensaje principal del diseño son? *

- Muy comprensibles
- Poca comprensibles
- Nada comprensibles

Después de la sección 4 Ir a la siguiente sección

Sección 5 de 5

Parte operativa

Descripción (opcional)

¿Las dimensiones de las piezas gráficas (1080x1350 px, formato Instagram) para su visualización y legibilidad en redes sociales son? *

- Muy adecuadas
- Poco adecuadas
- Nada adecuadas

¿La diagramación general de los diseños facilita la lectura y comprensión del mensaje principal sin sobrecargar el contenido visual es? *

- Clara y ordenada
- Poco clara
- Confusa

¿El tamaño de la tipografía utilizada (Metropolis Black, sans serif, bold) para una lectura en dispositivos móviles es ?

- Fácil de leer
- Legibilidad intermedia
- Difícil de leer

¿El slogan "Make it Real" transmite de forma clara y atractiva el mensaje del proyecto hacia el público objetivo?

- Si
- No

¿Considera que la aplicación de la tendencia artística "arte conceptual" aporta innovación y coherencia estética al estilo visual de las piezas?

- Si
- No

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

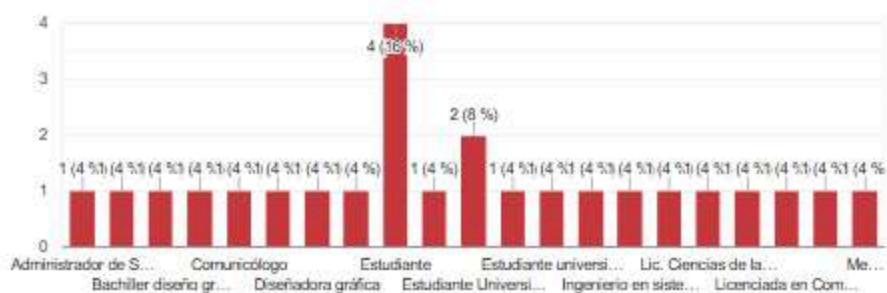
Texto de respuesta larga

Edad[Copiar gráfico](#)

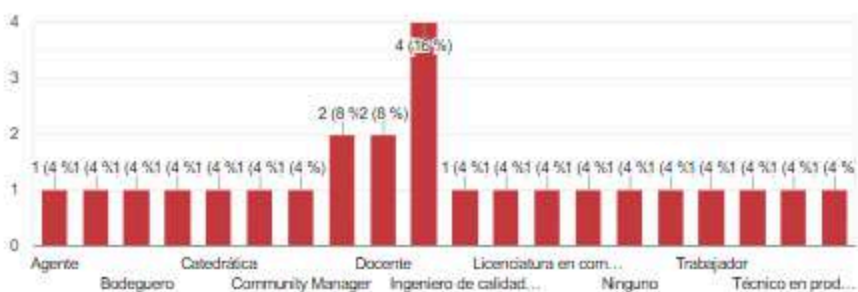
25 respuestas

**Profesión**[Copiar gráfico](#)

25 respuestas

**Puesto**[Copiar gráfico](#)

25 respuestas



De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

25 respuestas

Ninguno. Esta todo muy claro!

Todo bien

Excelente, bien hecho sería bueno acompañar las publicaciones de los copys

Considero que este proyecto a cumplido con cada uno de los objetivos, felicito a la señorita Gómez por su gran desempeño, sea convertido en toda una profesional.

Le envío mis mejores deseos y que Dios la guíe en todo momento.

Atentamente,
Ayelén Alejandra

Me encanto la paleta de colores y el texturizado, sigue una línea gráfica uniforme a lo que se quiere transmitir por medio de la Red Social

Excelente trabajo.

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

25 respuestas

Su promesa es diseñar la línea gráfica para establecer el uso correcto de los elementos en Instagram. Pero lo que presentan son piezas gráficas que promueven la música a los escuchas de este género musical. No cuadra. Si su intención es establecer el uso correcto, debe dar instrucciones a su cliente de cómo usar cada elemento en las diferentes publicaciones, de lo contrario, no está cumpliendo su objetivo general. Ahora, como ya hizo las piezas y no las normas, o bien, puede rehacer su propuesta gráfica para que cumpla su objetivo, o puede cambiar su tema a "creación de piezas gráficas para anunciar..." De lo contrario, no le veo mucha coherencia a su propuesta. Y conste que no estoy diciendo que está mal diseñada, si no que el enfoque de lo que promete y presenta no coordina. Aún tiene tiempo de ajustar su proyecto.

Muy buena iniciativa y proyecto

Si es para Instagram sería ideal que se presentaran 6 post, también considerar los demás formatos porque por ser un DJ debería promover su música a través de videos.

El post 4 es confuso, no se comprende con mucha facilidad, sería ideal incluir las descripciones de los post.

Revisar la redacción.

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

25 respuestas

Ninguno. Esta todo muy claro!

Todo bien

Excelente, bien hecho sería bueno acompañar las publicaciones de los copys

Considero que este proyecto ha cumplido con cada uno de los objetivos, felicito a la señorita Gómez por su gran desempeño, sea convertida en toda una profesional.

Le envío mis mejores deseos y que Dios la guíe en todo momento.

Atentamente,
Ayelán Alejandra

Me encanto la paleta de colores y el texturizado, sigue una línea gráfica uniforme a lo que se quiere transmitir por medio de la Red Social

Excelente trabajo.

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

25 respuestas

El post 4 es confuso, no se comprende con mucha facilidad, sería ideal incluir las descripciones de los post.
Revisar la redacción.

Por el momento no, no tengo alguna sugerencia.

Me gustaron mucho los diseños, son innovadores y el degradado con grano, hace que llame mucho la atención. En mi opinión, la tipografía podría transmitir más el mensaje de melancolía, utilizando una caligráfica o cursiva.

Muy buen proyecto, entendible.

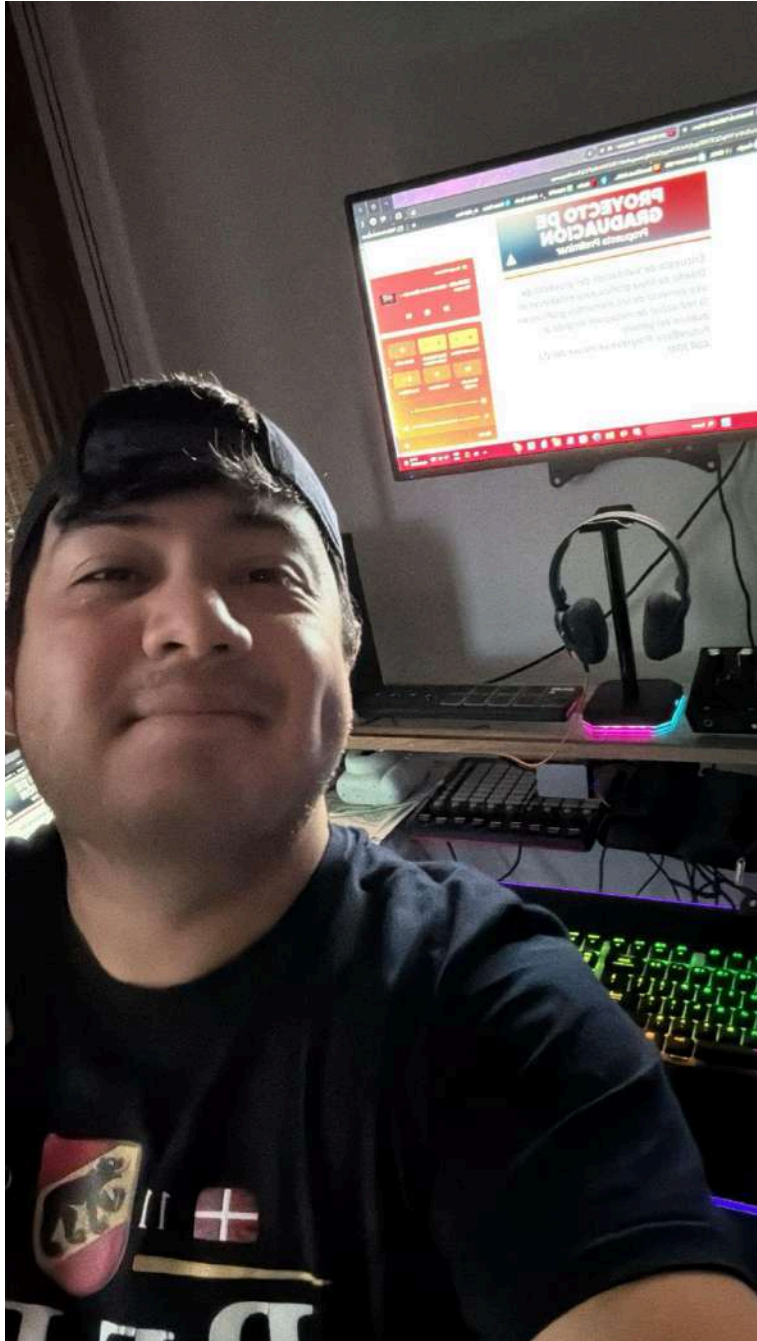
Muy interesante tema y que bonito trabajo Marissa.

No tengo ningún comentario

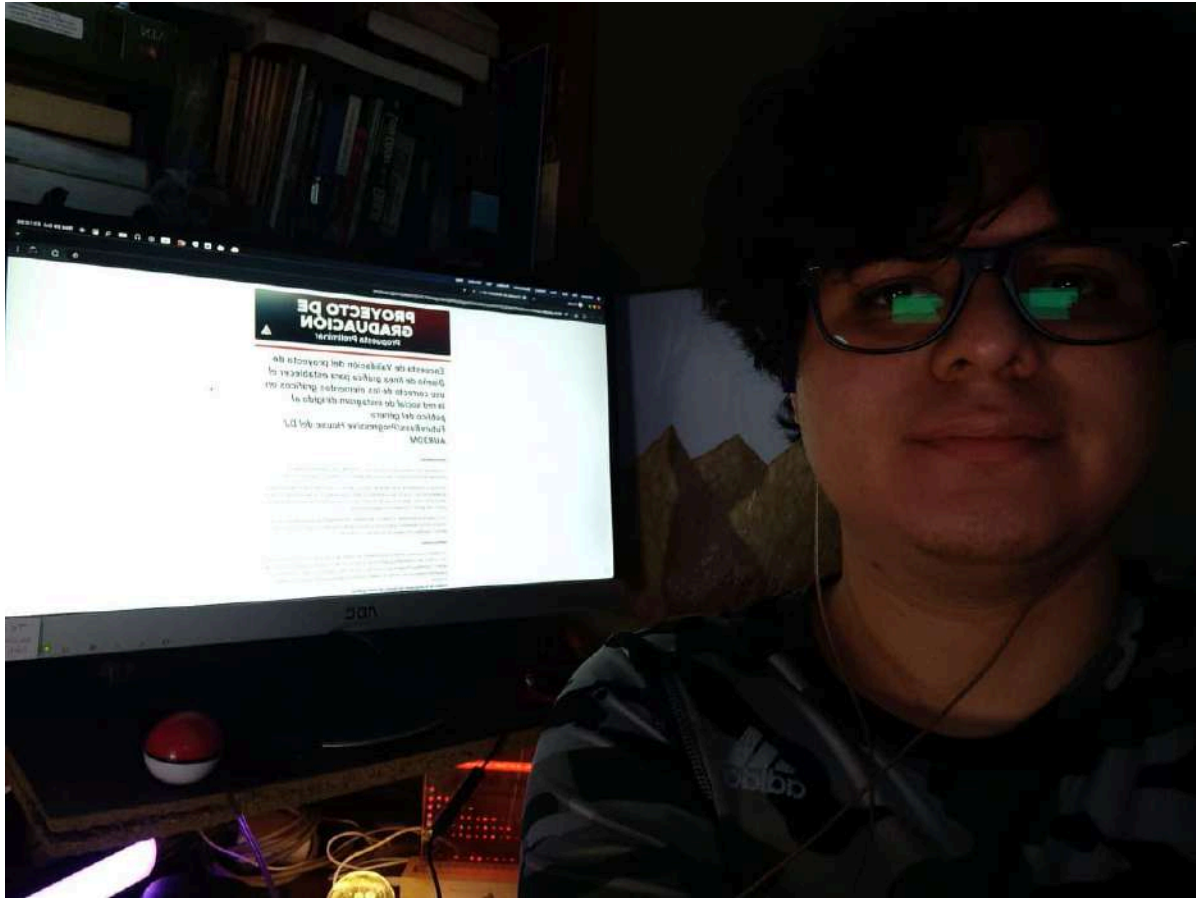
Me gustó mucho la paleta de colores y los efectos

Anexo VI: Evidencia fotográfica de clientes y expertos

Cientes



DJ AUR3OM, Jose Andres Romero Barrientos.



Daniel Rodrigo Pérez Alvarez, editor de videos.

Expertos

Solicitud de validación de proyecto de graduación Recibidos x

Marissa Ashanti Gómez Gómez <marissa.gomez@galileo.edu>
para Christian

vie, 12 sept, 14:17

Estimado Licenciado Rossell

Reciba un cordial saludo. Mi nombre es Marissa Ashanti Gómez Gómez y actualmente me encuentro desarrollando mi proyecto de graduación. Me permito solicitarle su valiosa colaboración para **validar mi propuesta** a través de la siguiente encuesta:

[Encuesta de validación de proyecto de graduación](#)

Asimismo, le agradecería mucho si pudiera **enviarme una fotografía al momento de realizar la validación**, la cual servirá como respaldo dentro de la documentación que debo presentar. De antemano agradezco el tiempo que dedique a este proceso y el apoyo que me brinda para la culminación satisfactoria de mi proyecto académico.

Atentamente,
Marissa Ashanti Gómez Gómez.
Carnet: 22002363

Marissa Ashanti Gómez Gómez
Una disculpa, olvidé mencionar que es necesario que valide como experto.

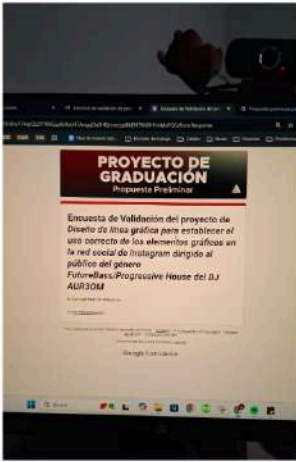
vie, 12 sept, 14:29

Christian Emmanuel López Rossell <christian.rossell@galileo.edu>
para mi

mar, 16 sept, 16:08

Estimada Ashanti

Una disculpa por la demora, pero adjunto la fotografía, excelente trabajo



Ing. Christian López

← 📅 ⌚ 🗑️ ✉️ ⌚ ↺ 📧 📄 ⋮ 4 de 126 < > Es ▾

Solicitud de validación de proyecto de graduación Recibidos x ⌵ 🖨️ 📧

Marissa Ashanti Gómez Gómez <marissa.gomez@galileo.edu> para Carmen ▾ vie, 12 sept, 14:24 ☆ ↶ ⋮

Estimada Licenciada Carmen Aguilar

Reciba un cordial saludo. Mi nombre es Marissa Ashanti Gómez Gómez y actualmente me encuentro desarrollando mi proyecto de graduación. Me permito solicitarle su valiosa colaboración para **validar mi propuesta** a través de la siguiente encuesta.

[Encuesta de validación de proyecto de graduación](#)

Asimismo, le agradecería mucho si pudiera **enviarme una fotografía al momento de realizar la validación**, la cual servirá como respaldo dentro de la documentación que debo presentar. De antemano agradezco el tiempo que dedique a este proceso y el apoyo que me brinda para la culminación satisfactoria de mi proyecto académico.

Atentamente,
Marissa Ashanti Gómez Gómez
Carnet: 22002363

Marissa Ashanti Gómez Gómez vie, 12 sept, 14:30 ☆

Una disculpa, olvidé mencionar que es necesario que valide como experto.

Carmen Andrea Aguilar Flores para mí ▾ lun, 22 sept, 19:43 ☆ ↶ ⋮

Buenas noches,

Le escribo para confirmar que ya validé su proyecto de graduación.

Saludos,

Licda. Andrea Aguilar

↶ Responder ↷ Reenviar

Licda. Andrea Aguilar

Solicitud de validación de proyecto de graduación Recibidos x

M

Marissa Ashanti Gómez Gómez <marissa.gomez@galileo.edu>

vie, 12 sept, 14:20



para Rafael ▾

Estimado Licenciado Rafael Antonio Gutierrez

Reciba un cordial saludo. Mi nombre es Marissa Ashanti Gómez Gómez y actualmente me encuentro desarrollando mi proyecto de graduación. Me permito solicitarle su valiosa colaboración para **validar mi propuesta** a través de la siguiente encuesta:

[Encuesta de validación de proyecto de graduación](#)

Asimismo, le agradecería mucho si pudiera **enviarme una fotografía al momento de realizar la validación**, la cual servirá como respaldo dentro de la documentación que debo presentar. De antemano agradezco el tiempo que dedique a este proceso y el apoyo que me brinda para la culminación satisfactoria de mi proyecto académico.

Atentamente,
Marissa Ashanti Gómez Gómez

Carnet: 22002363

M

Marissa Ashanti Gómez Gómez

vie, 12 sept, 14:29



Una disculpa, olvidé mencionar que es necesario que valide como experto.

R

Rafael Antonio Gutierrez Herrera <ragutierrez@galileo.edu>

vie, 12 sept, 18:37



para mí ▾

Parece que este mensaje está en inglés ×
[Traducir al español](#)

Buenas tardes. Apreciable Marissa Ashanti

Dios la bendiga.

Listo. Ya revisé su propuesta y participé en el cuestionario en línea.

Le deseo todo lo mejor en su ejercicio profesional.

Ánimo y adelante. Atte.



Lic. Antonio Gutierrez

 **Marissa Ashanti Gómez Gómez** <marissa.gomez@galileo.edu> vie, 12 sept, 14:23 ☆ ↶ ⋮
para Aura ▾

Estimada Licenciada Lissette Perez

Reciba un cordial saludo. Mi nombre es Marissa Ashanti Gómez Gómez y actualmente me encuentro desarrollando mi proyecto de graduación. Me permito solicitarle su valiosa colaboración para **validar mi propuesta** a través de la siguiente encuesta:

[Encuesta de validación de proyecto de graduación](#)

Asimismo, le agradecería mucho si pudiera **enviarme una fotografía al momento de realizar la validación**, la cual servirá como respaldo dentro de la documentación que debo presentar. De antemano agradezco el tiempo que dedique a este proceso y el apoyo que me brinda para la culminación satisfactoria de mi proyecto académico.

Atentamente,
Marissa Ashanti Gómez Gómez
Carnet: 22002363

 **Marissa Ashanti Gómez Gómez** <marissa.gomez@galileo.edu> vie, 12 sept, 14:30 ☆ ↶ ⋮
para Aura ▾

Una disculpa, olvidé mencionar que es necesario que valide como experto.

 **Aura Lissette Perez Aguirre** lun, 15 sept, 21:52 ☆
Listo, encuesta llenada, muy buen trabajo. Saludos

Licda. Lissette Perez Aguirre

Solicitud de validación de proyecto de graduación Recibidos x

Marissa Ashanti Gómez Gómez <marissa.gomez@galileo.edu>
para Arnulfo ▾

vie, 26 sept, 8:46

Estimado Licenciado Arnulfo Guzman

Reciba un cordial saludo. Mi nombre es Marissa Ashanti Gómez Gómez y actualmente me encuentro desarrollando mi proyecto de graduación. Me permito solicitarle su valiosa colaboración para **validar mi propuesta** como experto, a través de la siguiente encuesta.

[Encuesta de validación de proyecto de graduación](#)

Asimismo, le agradecería mucho si pudiera **enviarme una fotografía al momento de realizar la validación**, la cual servirá como respaldo dentro de la documentación que debo presentar

De antemano agradezco el tiempo que dedique a este proceso y el apoyo que me brinda para la culminación satisfactoria de mi proyecto académico.

Atentamente,
Marissa Ashanti Gómez Gómez
Carnet: 22002363



Arnulfo Guzman
para mi ▾

lun, 29 sept, 8:10

Listo Marissa, ya le evalué su proyecto.

Saludos.



Mgtr. Arnulfo Guzmán
Catedrático

Responder

Reenviar

Lic. Arnulfo Guzman

Anexo VII: Cotización de Costos de Distribución

22:00   

 Presupuesto y duración 

\$190.00 durante 14 días

Gasto total

Presupuesto

\$13.57 por día

Duración

Publicar este anuncio hasta que lo pause

Definir duración

14 días

Siguiente