

## MEMORIA DE TÍTULO

### ARTISTICUS

**Sistema-producto dirigido a la difusión  
y acercamiento de la música clásica  
para niños en edad escolar**

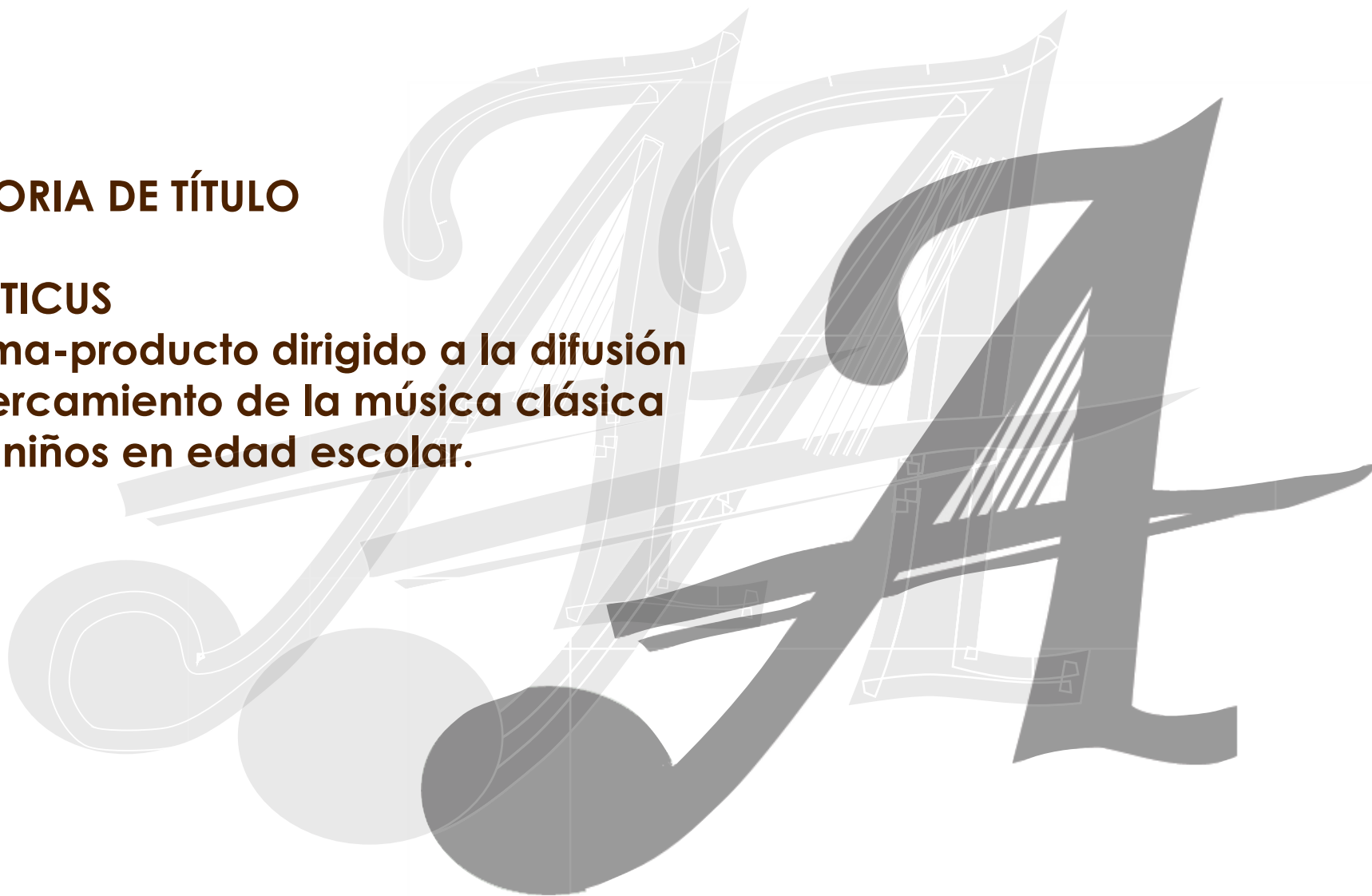
Profesora: Andrea Aspee  
Ariel Ángel Saavedra Zuber  
Valparaíso, Diciembre de 2011



**MEMORIA DE TÍTULO**

**ARTISTICUS**

**Sistema-producto dirigido a la difusión  
y acercamiento de la música clásica  
para niños en edad escolar.**



# Tabla de Contenido

<b>Resumen</b> .....	5	3.2 La música clásica: breve reseña.....	34
<b>Introducción</b> .....	6	3.3 Importancia del arte para el desarrollo infantil.....	47
<b>CAPÍTULO I</b>		3.4 El diseño como disciplina de comunicación .....	49
<b>ANTECEDENTES PRELIMINARES</b> .....	9	3.4.1 La disciplina del diseño: reseña general....	49
.....		3.4.2 Las tres dimensiones fundamentales del diseño .....	54
1.1 Problemática.....	10	3.5 Perfil del usuario: antecedentes empíricos ..	59
1.2 Contextualización.....	12	3.5.1 Conocimiento sobre música clásica de los niños del segundo ciclo escolar .....	59
1.3 Delimitación del proyecto.....	15	3.5.2 Consumo audiovisual entre los niños de segundo ciclo escolar .....	62
1.4 Relevancia.....	16		
1.5 Impacto esperado .....	17	<b>CAPÍTULO IV</b>	
1.6 Objetivos del proyecto.....	18	<b>DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO: EL SISTEMA-PRODUCTO</b> .....	67
1.7 Públicos implicados.....	19	.....	
1.8 Estado del arte.....	20	4.1 Descripción del sistema-producto.....	68
<b>CAPÍTULO II</b>		<b>CAPÍTULO V</b>	
<b>METODOLOGÍA PROYECTUAL</b> .....	23	<b>PROPUESTA CONCEPTUAL</b> .....	75
.....		.....	
2.1 Etapas y actividades .....	24	5.1 Propuesta conceptual .....	76
2.2 Plan de trabajo .....	28	5.2 Génesis formal.....	78
		5.3 Requerimientos de diseño.....	83
<b>CAPÍTULO III</b>			
<b>FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y EMPÍRICOS</b> .....	29		
.....			
3.1 El arte: su naturaleza y función social .....	30		

<b>CAPÍTULO VI</b>	
<b>DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>88</b>
.....	
6.1 Aspecto formal .....	89
6.2 Funcionamiento .....	96
6.3 Características técnicas .....	103
6.4 Bocetos finales .....	104
6.5 Productos finales .....	108
<b>CAPÍTULO VII</b>	
<b>PRODUCCIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL .....</b>	<b>112</b>
.....	
7.1 Producción y difusión .....	113
7.2 Financiamiento, comercialización e implementación .....	116
7.3 Costos de inversión del proyecto.....	120
<b>CAPÍTULO VIII</b>	
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>121</b>
.....	
8.1 Conclusiones y proyecciones .....	122
<b>Bibliografía.....</b>	<b>128</b>

## Resumen

“Artisticus” consiste en un sistema-producto dirigido a la difusión y acercamiento de la música clásica para niños en edad escolar, particularmente del segundo ciclo, etapa en la cual existe un claro déficit en el nivel de conocimiento sobre la disciplina y la educación musical sólo se centra en un acercamiento primario, a diferencia de la enseñanza media, donde existe un acercamiento más directo, concreto y sistemático.

Dicha propuesta está orientada en al menos tres sentidos generales. El primero de ellos es educativo: una entrega de contenidos relevantes respecto de la temática en cuestión (historia, biografías, obras, etc.). El segundo es informativo: dar a conocer las distintas instancias existentes encargadas de difundir la música clásica (orquestas juveniles, radioemisoras, conciertos, conservatorios, etc.). El tercero es motivador: la transmisión de experiencias significativas de otras personas que han hecho de su vida algo mejor gracias a la música clásica. Se espera que todo esto, tomado de manera integral, pueda ayudar a mejorar el nivel de conocimiento que poseen los niños sobre este ámbito artístico, que pueda gatillar el interés por el consumo de este producto cultural, y finalmente que pueda generar en algunos la motivación necesaria para involucrarse activamente en el desarrollo de actividades artísticas insertas dentro de la esfera de la música clásica.

Por ello, el proyecto se sustenta en el desarrollo de un sistema-producto que sea capaz de dar cumplimen-

to al objetivo transversal antes mencionado, mediante un diseño adecuado de cada uno de sus componentes: producto, servicio y comunicación. Los productos serán un material audiovisual basado en una serie de capítulos que abordarán educativamente el tema, y un sitio web que ofrecerá información sobre diversas opciones e instancias que están orientadas a la difusión de la música docta. El servicio asociado al sistema-producto consiste en servir como un medio en el cual pueden aunarse distintas instancias destinadas a la difusión y acercamiento de la música clásica que pueden resultar de interés para los usuarios, cuestión esta última por la cual la propuesta incluye también el establecimiento de redes estratégicas con entidades relevantes al respecto. Finalmente, en cuanto a la comunicación, existe desde la marca hasta los códigos gráficos empleados en el desarrollo de los productos una unidad de lenguaje, el cual ha sido pensado y diseñado especialmente para el usuario objetivo. En cuanto a esto último, conceptualmente la propuesta se ha fundamentado a partir del rescate de las cualidades trasversales presentes en los tipos de consumo audiovisual predominantes entre los niños del segundo ciclo, destacando los conceptos de “dinamismo”, “entretención” e “interactividad”, a lo que se ha agregado con propósitos funcionales las nociones de “simplicidad” y “actualización”.

Finalmente, en términos de la experiencia, el sistema-producto brindará al usuario la posibilidad de conocer el mundo de la música clásica de un modo distinto, adecuado a sus características e intereses, en el

# Introducción

El progreso de una sociedad no sólo está dado por su progreso social y económico. El nivel cultural de sus miembros también puede considerarse como un indicador de su nivel de desarrollo. Y uno de los elementos más importantes que constituyen la cultura humana es sin duda el arte, y dentro de éste, la música denominada “clásica” ocupa un lugar de privilegio. La música clásica cuenta con una notable historia, representando su propio desarrollo sin duda el cenit de la música como forma de expresión humana. La obra de hombres como Bach, Mozart, Beethoven, Chopin o Tchaikovsky —sólo por nombrar algunos—, han venido a constituir la muestra más elevada y sublime del denominado “arte por excelencia”. En la música clásica es posible hallar expresados los valores más universales que caracterizan al género humano, así como las emociones más particulares.

En el proceso educativo primario la música, y el arte en general, cumple un rol tremendamente importante en lo que al desarrollo sensitivo e intelectual del niño se refiere, ya que es capaz de estimular una serie de procesos intelectuales, emocionales y creativos que son de suma relevancia para la vida de todo individuo. La infancia es una etapa crucial, pues es aquella en la que el ser humano aprende aquellos elementos culturales —valores, tradiciones, costumbres, actitudes, etc.— que terminarán por constituir finalmente su personalidad en la adultez.

La individualidad humana está definida básicamen-

te por aquello llamado personalidad, y ésta se nutre de una “expresión individual” conformada por conductas que se manifiestan dentro de un contexto social y cultural. El involucramiento directo con la música clásica desde la niñez puede proporcionar a la persona un desenvolvimiento más integral de su personalidad, incorporando el desarrollo de aptitudes tan significativas como la apreciación estética, la expresividad y la creatividad, que pueden serle tremendamente útiles en distintos ámbitos de su vida.

El diseño, entendido como disciplina eminentemente comunicativa, tiene sin duda mucho que decir al respecto. Puesto que es tarea del diseño darle forma a un mensaje, el terreno de la música clásica puede representar un ámbito en extremo fértil. Es por ello que el proyecto que aquí se presenta está referido al desarrollo de un sistema-producto orientado a la difusión de la música clásica en niños en edad escolar. La idea ha sido poner énfasis en el modo comunicativo de lo que se intenta dar a conocer; en el diseño de una forma atractiva para los usuarios, que les lleve a interesarse por aprender más sobre la música clásica, y, en lo posible, a interesarse por el consumo de este producto cultural y por iniciar una participación activa en este “mundo”, mediante la interpretación de algún instrumento musical por ejemplo.

Considerando la complejidad de tales propósitos, la propuesta se ha abordado por medio del desarrollo de un sistema-producto, y no a través de sólo un producto. Se ha creído que resulta necesario proporcio-

nar también algún tipo de servicio y tener un cuidado especial en la generación de una comunicación directa que permita hacer llegar eficientemente la propuesta al público objetivo.

Ahora bien, en términos de su estructura, este documento en el que se plasma la integridad del proyecto, por razones de orden y claridad, se ha organizado a partir de una subdivisión en diferentes capítulos, cada uno de los cuales da cuenta de las diferentes etapas del proceso, así como de sus resultados, es decir, la propuesta de diseño.

En el Capítulo I se exponen los antecedentes preliminares del proyecto: la enunciación de la problemática identificada, su relevancia, los objetivos y el estado del arte, entre otros tópicos.

El Capítulo II se ha dejado para presentar aquellos antecedentes teóricos y empíricos que resultan esenciales para comprender la fundamentación que subyace a la propuesta de diseño. En cuanto a los antecedentes teóricos, se abordan contenidos referentes a la historia de la música clásica y a la importancia del arte en la educación, entre otros. Mientras que en relación a los antecedentes empíricos, se realiza una exposición de los principales resultados obtenidos de una investigación llevada a cabo con el fin de recopilar datos que fuesen relevantes para el desarrollo de la propuesta de diseño —como por ejemplo, el nivel de conocimiento que poseen los niños respecto a la música clásica, o tam-

bién sus pautas de consumo audiovisual.

En el Capítulo III se realiza una breve alusión a la metodología seguida para el desarrollo de la propuesta, y de sus productos específicos, esto con el fin de dar cuenta de la rigurosidad con la cual se ha procedido para asegurar el logro de resultados óptimos en base a lo propuesto.

El Capítulo IV ha sido pensado para dar una visión general del proyecto, tal que permita comprender de mejor manera las particularidades propias de la propuesta. Constituye una descripción del sistema-producto, de los actores involucrados y de la forma como se pretende que la propuesta impactará en el público.

El Capítulo V marca el inicio de lo relacionado al trabajo de diseño propiamente tal, abordando, en síntesis, lo referente a la propuesta conceptual. De modo específico, este apartado incluye la propuesta conceptual misma, la génesis formal, los requerimientos de diseño y el desarrollo de la forma.

Subsiguientemente está el Capítulo VI, en el que se presenta de manera extensa el desarrollo concreto de la propuesta de diseño. Esto implica un análisis de los requerimientos técnicos necesarios para su consecución, así como una presentación de los bocetos que dieron forma a los productos y de algunas muestras de que den cuenta de éstos en su forma final.

En el Capítulo VII se pretende dar cuenta principalmente de los aspectos referidos a la producción y difusión (costos, logística, etc.), así como —sin que sea parte de los objetivos directos del proyecto— visualizar la forma en la cual eventualmente podría gestionarse la propuesta para ser comercializada y/o implementada, lo que incluye una identificación general de lo relativo a las posibles vías de financiamiento.

Por último, en el Capítulo VIII se presentan las conclusiones que ha sido posible extraer de todo el proceso llevado a cabo, de las dificultades acaecidas durante el mismo y de las proyecciones que pueden hacerse respecto al proyecto.

# **CAPÍTULO I**

## **ANTECEDENTES PRELIMINARES**





## 1.1 Problemática

El sociólogo estadounidense de origen ruso Pitirim Sorokin (1968) realizó un profundo diagnóstico del desarrollo cultural por el que transitaría toda sociedad humana, y llegó a la conclusión de que ésta pasa al menos por tres fases culturales generales, cuyos indicadores resultaban ser claros. La primera de estas fases sería la "ideacional", en la cual se otorga una indiscutible primacía a los intereses trascendentales y ultraterrenos de carácter religioso, siendo el objetivo de la vida llegar a un acuerdo lo más estrecho posible con la naturaleza de la realidad trascendental, y el camino en esta dirección debe incluir la renuncia a todo interés terreno. La fase completamente opuesta a la "ideacional" —la tercera— es la "sensacionista", la cual sería aquella en que el aspecto empírico y material de la realidad es algo predominante. En la conducta concreta las consecuencias de una visión "sensacionista" del mundo consisten en aprovechar al máximo las ocasiones contingentes, preocuparse por el éxito en el mundo, el poder, y poner ante todo las gratificaciones hedonistas, lo que en definitiva implica un alejamiento de algunos de los elementos que pueden proporcionar al individuo un desarrollo integral como persona\*1.

Podría considerarse sin duda que el desinterés existente en los tiempos actuales por aquellas manifestaciones culturales heredadas del pasado, como el arte universal, la filosofía, la literatura, por ejemplo, que tanto pueden enriquecer la vida de las personas, es uno de estos indicadores de la cultura "sensacionista" que identifica Sorokin. Y este es un fenóme-

no global, que pese a los intentos de contrarrestarlo, es extensivo a todas las sociedades del mundo moderno, y de lo cual Chile no es una excepción ciertamente, siendo incluso su realidad un tanto más preocupante al respecto.

De acuerdo al PNUD (2001), en la actualidad Chile exhibe un claro déficit cultural. A pesar de la importancia de las políticas culturales en los últimos años, se ha prestado menos atención a aquellos procesos culturales que permitirían aumentar las capacidades de la sociedad para tener un rol más constructivo. El nivel de manejo de conocimientos generales de historia, filosofía, ciencia u otras temáticas, está muy por debajo del que manifiestan otras zonas del mundo. Y ello es ampliable a lo que al conocimiento y consumo de arte se refiere, incluyendo en esta categoría a la música, la pintura y la literatura, principalmente.

Cuando se observa que esta realidad se manifiesta especialmente entre los niños en edad escolar, entonces el problema resulta aún más alarmante. El estudiante dispone de un tiempo libre considerable, el que ocupa generalmente en actividades que impliquen sedentarismo y escaso trabajo mental, es decir, actividades de ocio que muchas veces no aportan nada a un desarrollo intelectual y emocional más satisfactorio.

Interesante es exponer, respecto a lo señalado anteriormente, algunos de los hallazgos obtenidos en una

\*1 La segunda de las fases identificadas por Sorokin (1968), la "idealística", constituiría una síntesis, un punto de equilibrio entre las etapas "ideacional" y "sensacionista".

investigación llevada a cabo en 3 establecimientos representativos del sistema educativo en Chile — es decir, uno municipal, uno subvencionado y uno particular—, cuyo objetivo apuntó a determinar los niveles de conocimiento sobre arte universal existente entre los alumnos del segundo ciclo escolar, y en particular sobre música clásica\*2.

Los resultados en cuanto al primer tópico indicaron que —de una muestra de 152 niños— el 64,5% de los encuestados presentó un nivel “Medio” de conocimiento sobre arte universal\*3, mientras el 11,8% exhibió un nivel “Bajo” y el 23,7% un nivel “Alto”. En lo que respecta al segundo aspecto, los resultados —menos positivos que en el caso anterior—, indicaron que el 55,9% de los encuestados presentó un nivel “Medio” de conocimiento sobre música clásica, en tanto un no despreciable 34,9% evidenció un nivel “Bajo” y sólo un menor 9,2% exhibió un nivel “Alto” de conocimiento sobre la materia en cuestión.

Estos hallazgos evidencian el déficit cognoscitivo existente entre la población estudiada, sobretodo teniendo en cuenta que la prueba aplicada estuvo basada en preguntas que hacían referencia a aquellos personajes y obras de mayor connotación y renombre universal.

La misma investigación permitió también conocer lo referente al consumo audiovisual presente entre los encuestados, cuyos resultados mostraron predominancia de la televisión, la música y el internet, con

porcentajes respectivos de 88,7%, 88,2% y 87,5% de preferencia.

La conclusión general derivable a partir de estos hallazgos no es del todo favorable: los intereses de los niños están guiados por los modelos sociales que proponen los medios de comunicación masiva, los que están lejos de constituir una instancia de difusión del y acercamiento directo al arte.

Sin embargo, si se aprecian estos mismos resultados desde la óptica específica del diseño, entonces es posible identificar en ellos la existencia de una oportunidad inestimable, la cual estaría dada por dos puntos centrales. Primero, que el terreno de la música representa una oportunidad indudable en torno a la cual realizar una propuesta educativa, esto debido a que la tasa de consumo de este producto cultural —tomado en forma genérica y no específica— es alta. Segundo, que sin duda alguna los canales más adecuados para transmitir contenidos de cualquier índole a niños de entre 10 y 13 años son aquellos en que el “modo comunicativo” es dinámico, entretenido e interactivo; precisamente representado por la televisión e internet.

\*2 Para mayores detalles al respecto, ver Capítulo II, “Fundamentos teóricos y empíricos”, punto 2.5.

\*3 Constituyéndose este tópico como una medida única y sintetizada para el nivel de conocimiento sobre música clásica, pintura y literatura universal.

## 1.2 Contextualización.

El sistema educativo formal chileno considera explícitamente en su currículo instancias dirigidas a acercar al estudiante al aporte que han constituido para la Humanidad las distintas expresiones artísticas —entre ellas la música clásica—, aunque aparentemente, según la realidad imperante observada, éstas no son suficientes o existen problemas en torno a su implementación en el aula. La malla curricular escolar contempla durante la educación básica el primer acercamiento al mundo del arte a través de diversos contenidos y experiencias basadas en la experimentación y las sensaciones. En cuanto a la enseñanza media o secundaria, ésta cuenta con una asignatura llamada “Artes Musicales” que se imparte solamente en 3° año medio (además de otras temáticas relacionadas al arte en otros cursos), y su realización depende netamente del interés que le asigne cada establecimiento. En ambos casos, tanto en la educación básica como en la media, existen objetivos bien definidos respecto a la educación musical, y los contenidos mínimos obligatorios definidos parecieran dar la impresión de que la enseñanza en el ámbito musical está siendo llevada de buena forma. Sin embargo, el aprendizaje mostrado por los niños no corrobora esto último.

Quizás el problema esté dado también por el hecho, no poco recurrente, de que en muchos los colegios municipales no existan profesores de música para impartir la asignatura, o bien no exista una instancia motivacional estructurada para que el alumno pueda desarrollar, complementar o potenciar las habili-

dades que eventualmente pueda poseer para esta disciplina artística. Además, lo que aparece en las mallas curriculares del sistema educativo chileno, así como en el material multimedial disponible (como las Unidades Didácticas Digitales), en su mayor parte está enfocado en temáticas relacionadas al arte específicamente chileno o limitado al contexto Latinoamericano, perdiéndose así la oportunidad de proporcionar un referente de carácter más universal.

Fuera del sistema educativo el panorama es deficiente. Los medios de comunicación de masas, por ejemplo, hacen poco por la difusión del arte. El aporte de la televisión abierta es nulo o como mucho excesivamente mínimo. En los periódicos de salida diaria sólo esporádicamente aparece algún artículo de crítica de conciertos, o algún dato referido a la pintura o la literatura. En la televisión, en la radio y en la prensa escrita del país, es la cultura de masas la que toma el centro de atención, dando primera plana a la vida y a los escándalos de personajes intrascendentes, de la canción popular o de las “estrellas” de Hollywood.

De este modo, el conocimiento básico que posee el ciudadano medio respecto de música clásica, de pintura o de literatura se debe más que nada a la publicidad, al cine o bien a la contribución de algunas instancias aisladas. En cuanto a estas últimas, las que existen —como orquestas sinfónicas, escuelas de música o radioemisoras—, parecen insuficientes pues terminan pasando desapercibidas dentro del contexto dominante de la cultura de masas.

En Valparaíso por ejemplo se destaca a este respecto la radioemisora de la Universidad Técnica Federico Santa María, que cuenta con una programación dedicada casi exclusivamente a la música clásica. En el mismo sentido cabe destacar la Orquesta Sinfónica Infantil con la que cuenta Valparaíso —dependiente de la Fundación Orquestas Sinfónicas Ju-

veniles— conformada por 70 alumnos provenientes de 25 colegios municipales de la comuna, la que se encarga de difundir la música clásica por el país, dando la oportunidad a niños de diversos contextos socioeconómicos, sobretodo vulnerables, a tener una participación y acercamiento directos con la música.



Orquesta Infantil y Juvenil de la Corporación Municipal de Valparaíso, en Concierto de Navidad 2010, Catedral de Valparaíso.



Otros de los ejemplos existentes es una ONG sin fines de lucro que desarrolla en forma permanente la enseñanza de la educación musical y artística como herramienta para la promoción sociocultural. Se trata de la Escuela Popular de Artes, la que se ubica en la población Achupallas de Viña del Mar, y cuyo programa institucional está dirigido a personas entre 4 y 21 años, y con especial énfasis al segmento de 4 a 18 años. Y lo más importante quizás es que busca acercar a jóvenes y niños de sectores populares la música y sus variadas expresiones, así como fomentar la creación artística como un medio que facilita y propicia un proceso de desarrollo personal y social concretizado en estudios artístico-musicales.

No obstante, tal como se ha mencionado antes, todas estas instancias además de ser relativamente aisladas, parecen ser insuficientes, quizás porque debe dirigirse la difusión de la música clásica por una vía más genérica y primaria, apelando al uso de aquellos recursos y códigos que resultan atractivos para los niños. En otras palabras, empleando aquellos canales que no necesitan mediación ni interpretación, y que forman parte de los intereses cotidianos de los adolescentes.

## 1.3 Delimitación del proyecto.

La transmisión de contenidos educativos, de información sobre la existencia de instancias relevantes y de experiencias significativas de otras personas —en este caso, todo referido al mundo de la música clásica—, se concibe como una condición preliminar básica que además de tender a elevar el nivel cultural de los niños en edad escolar, eventualmente podría motivar en éstos el interés por consumir este producto cultural, así como por el desarrollo de actividades artísticas afines. Todo esto ciertamente puede dar la oportunidad al niño de cultivar su mente y asimismo alejarlo de los vicios recurrentes de la sociedad actual, como el consumo de alcohol y drogas o las tendencias agresivas.

Por ello, el proyecto que se propone consiste en un sistema-producto dirigido a la difusión y acercamiento de la música clásica en la población infantil en edad escolar, y específicamente a aquella que se encuentra dentro del segundo ciclo \*4. En términos concretos, dicha propuesta está orientada en tres sentidos bien definidos. El primero, una entrega educativa de contenidos relevantes respecto a la temática en cuestión, esto es, historia, biografías, obras, etc. El segundo, un acercamiento informacional a las distintas instancias e instituciones relacionadas a la música clásica, y que son las encargadas de su enseñanza y/o difusión. El tercero, una transmisión de diversas experiencias significativas que hayan tenido otras personas en torno a la disciplina artística en cuestión, y que puedan convertirse para los niños en modelos de identificación o de referencia.

Por lo demás, se ha elegido el terreno de la música clásica para el desarrollo de la propuesta debido principalmente a que existe un claro déficit en el nivel de conocimiento sobre la disciplina por parte de los niños entre 10 a 13 años, así como por ser la música —como disciplina artística genérica— la que mayor cercanía presenta con los tipos de consumo audiovisual predominantes en la población en cuestión —esto en comparación con otras disciplinas como la pintura, la literatura o inclusive la arquitectura.

Asimismo, se ha optado por dirigir la propuesta hacia dicho grupo etario, debido al déficit observado dentro de éste en lo que concierne al nivel de conocimientos que se posee respecto a la temática cultural en cuestión, y también debido a la precariedad que presenta la enseñanza artístico-musical en el contexto del sistema de enseñanza formal primaria en la actualidad. Se ha considerado, además, como oportuno cualquier acercamiento al arte que se realice durante esta etapa de la vida, ya que la misma marca un punto sumamente crucial en el desarrollo posterior de todo individuo. A ello cabe agregar, ahora en términos más prácticos, que todo acercamiento musical logrado durante la adolescencia temprana podría ser continuado y mejorado en el transcurso de la enseñanza media, ya que en esta instancia —en el sistema educativo formal chileno—, sí existe una preocupación más sistemática por la educación artística, al menos según por como ha sido definido en el currículum.

\*4 Esto por lo demás no quiere decir —tal como se expondrá en capítulos posteriores— que la propuesta esté diseñada directa o exclusivamente para ser implementada en el contexto del sistema educativo formal, sino que se considera a éste como un medio referencial, que permite caracterizar a un grupo de población cuya principal característica es la de ser estudiante.

## 1.4 Relevancia.

De acuerdo a todo lo que se ha expuesto en los puntos anteriores, puede sostenerse que la relevancia del proyecto que se propone radica en los tres siguientes puntos \*5.

En primer lugar, la relevancia reside en la trascendencia a nivel individual (psicológico) que puede tener una propuesta del tipo que aquí se realiza. El proyecto apunta a generar un acercamiento entre el niño y un ámbito de la cultura universal cuyo valor y beneficios resultan indiscutidos. Un desenvolvimiento apropiado de éste en el aspecto cultural puede brindarle la posibilidad de un desarrollo más integral como persona, tanto en términos intelectuales como emocionales. Por ello es que un mejoramiento a este respecto es capaz de motivar en él nuevos hábitos, conductas, valores e intereses, una postura más reflexiva y consciente ante la vida, y al mismo tiempo alejarlo de los excesos y vicios propios de una sociedad mediática.

En segundo lugar, la relevancia de la propuesta puede ser identificada a un nivel macrosocial. El desarrollo de toda sociedad no se limita únicamente a sus aspectos económicos, tecnológicos o incluso sociales, sino que también dice relación con factores de orden cultural. Es por ello que el nivel cultural de su población —dado por el manejo de conocimientos, el consumo de productos culturales, etc.— sea un factor sumamente importante a considerar a la hora de evaluar el grado de progreso de una comunidad cualquiera.

Y por último, la relevancia del proyecto evidentemente involucra al diseño, y en especial al rol que a éste le compete. A la disciplina del diseño le atañe directamente la preocupación por el modo en como se comunica una parte más que significativa del universo simbólico que interviene en el panorama cultural de una sociedad, es decir, lo que concierne principalmente a los aspectos referidos a la comunicación visual. En consecuencia, en este caso específico, el diseño como disciplina de carácter social debe asumir un rol activo y servir de canal para generar este punto de encuentro entre el niño y las Bellas Artes —la música clásica en particular—, mediante el desarrollo de un lenguaje visual adecuado y motivador para él.

\*5 Los cuales no están dispuestos jerárquicamente según su importancia necesariamente, sino únicamente en función de su generalidad. Resulta pertinente dejar estipulado —considerando que el presente trabajo se enmarca dentro del diseño— que aun cuando se reconozca una relevancia a nivel social o psicológico en el proyecto, en último término ambas sólo adquieren sentido cuando se las entiende en su relación con el rol que puede al respecto cumplir la disciplina del diseño.

## 1.5 Impacto esperado.

El impacto que se espera tenga la propuesta puede ser dividido en dos tipos generales: uno cualitativo y otro cuantitativo.

En términos integrales, se visualiza que el impacto cualitativo que la propuesta es susceptible de tener dentro de la población hacia la cual la misma está dirigida —según como ésta ha sido descrita precedentemente—, esté dado por:

- a) la posibilidad de un mejoramiento en el nivel de conocimiento general sobre música clásica;
- b) la posibilidad de un acercamiento real y efectivo a aquellas instancias e instituciones encargadas de difundir y/o enseñar todo lo relacionado a este ámbito de la cultura artística;
- c) la posibilidad de estimular el interés por consumir música clásica (como escuchar radioemisoras abocadas al área, asistir a conciertos, etc.);
- d) la posibilidad de estimular el interés por el desarrollo de actividades artísticas relacionadas a la música clásica (como participar de alguna orquesta juvenil, aprender a interpretar un instrumento musical, etc.)\*6 .

Por su parte, en cuanto al impacto cuantitativo, se espera que la propuesta sea capaz de llegar, mediante diversos canales —el establecimiento educacional, los medios de comunicación, la web, etc. —, a todos los niños y niñas del país que tengan entre 10 y 13 años de edad, sin perjuicio de que ello pueda extenderse otros grupos etarios cercanos. La razón es que si bien la propuesta está diseñada directamente (y en principio) para niños entre 10 y 13 años, el modo en que está diseñada la misma —particularmente sus productos: el material audiovisual y el sitio web— puede hacerla comprensible también para niños de 8, 9, 14 o 15 años.

\*6 Todos estos impactos cualitativos esperados, por cierto, están expuestos de modo jerarquizado, en términos de la dificultad presu- puesta de su concreción. En otras palabras, la propuesta en sí misma ha sido desarrollada considerando criterios realistas, y ha sido pensada como un aporte y no como una solución absoluta a una realidad que es compleja. Por ello, al identificar el impacto esperado de la propuesta, en este caso de orden cualitativo, se ha considerado aquello que es dable esperar en términos “lógicos”, independiente de que pueda intuirse que, por ejemplo, motivar la práctica de un instrumento musical es algo bastante difícil —y que de seguro, de darse, sería algo cuantitativamente inocuo—, mientras que elevar el nivel de conocimiento es mucho más posible tanto en términos cualitativos como cuantitativos.

## 1.6 Objetivos del proyecto.

### » Objetivo general.

Generar un sistema-producto destinado a la difusión de la música clásica en la población escolar de educación básica, que opere a partir de una entrega educativa de contenidos, de una trasmisión de experiencias significativas y de un acercamiento informacional a distintas instancias relacionadas a dicha esfera artística, todo lo cual se espera sea susceptible de repercutir, jerarquizadamente, en un aumento del nivel de conocimiento sobre música clásica, en un interés por el consumo de este producto cultural y en una motivación por la práctica de actividades artísticas afines.

### » Objetivos específicos.

Diseñar productos multimediales que por medio de un lenguaje audiovisual acorde a la población de segundo ciclo escolar, permitan desarrollar educativamente la temática de la música clásica, transmitir diversas experiencias motivacionales relevantes y dar a conocer las distintas instancias existentes de acercamiento a dicha disciplina artística.

Diseñar un servicio y una comunicación adecuados como complementos de los productos propuestos, tal que permita concretar la funcionalidad integral del sistema-producto.

Identificar los canales apropiados para la comercialización e implementación del sistema-producto, que permitan alcanzar el impacto esperado para la propuesta.

Establecer redes estratégicas con entidades relacionadas a la difusión y/o enseñanza de la música clásica en el país, y especialmente en la Región de Valparaíso, que puedan representar una contribución para el proceso de desarrollo del sistema-producto.

## 1.7 Públicos implicados.

### » Clientes.

Corresponde a quienes compran o adquieren los productos que materializan la propuesta. En lo que aquí respecta, puede incluirse a establecimientos educacionales, entidades públicas —como el Mineduc o el Consejo de la Cultura—, a entidades privadas —como canales de televisión—, y a personas naturales en general.

### » Usuarios.

Son quienes usarán los productos que materializan la propuesta; para quienes han sido diseñados directamente los mismos. En este caso, los niños y niñas de entre 10 y 13 años, sin perjuicio de que ello pueda ser extensivo a otros grupos etarios cercanos.

### » Detractores.

Son quienes podrían estar en contra o ver algún peligro en el desarrollo de la propuesta. En este caso puntual, si bien resulta difícil identificar a quienes podrían oponerse a la misma, considerando que se trata de la difusión de un ámbito de la cultura universal —que en este caso es mayormente extranjera— es posible que los defensores acérrimos de la cultura autóctona y las tradiciones propias pudiesen de cierto modo presentar algún tipo de oposición.

### » Prescriptores.

Corresponde a quienes promueven la propuesta. En este caso, se considera a las tiendas de instrumentos musicales, las tiendas de venta de música, las escuelas de música y conservatorios. También podría incluirse a algunos sitios web alusivos a la música clásica, radioemisoras, revistas especializadas y canales de televisión.

## 1.8 Estado del arte.

Se presenta a continuación una revisión de algunas de las propuestas que se han realizado en torno al tema de la difusión de la música clásica, y que son accesibles a nuestro país.

a) “Viaje al centro de la música” (Canal 13 Cable).

### *Descripción general.*

“Viaje al Centro de la Música” es un programa emitido por Canal 13 Cable, y constituye “un espacio de divertimento y reflexión de dos amigos en torno a la música clásica y el arte, en el interés de acercar estas expresiones culturales al gran público”. Uno es Samy Benmayor, pintor chileno; el otro, Rip Keller, director de orquesta y pianista norteamericano. Ambos van conversando, interpretando y creando; compartiendo así con el público su particular manera de sentir y gozar la música.

El montaje, en formato documental, sigue las conversaciones de los dos amigos, que se desarrollan en los lugares más diversos de Santiago de Chile y sus alrededores, con interpretaciones y arreglos de Rip Keller en piano, voz y orquesta, con animaciones y dibujos de Samy Benmayor y músicos invitados a algunos segmentos de la conversación e interpretación musical.

Cada programa está centrado en un tema de la música y el arte. A continuación, los títulos de algunos de los capítulos emitidos hasta el momento:

- » Capítulo I – Clásica y folclórica
- » Capítulo II – Beethoven el revolucionario
- » Capítulo III – Lo humano y lo divino
- » Capítulo IV – El ritmo
- » Capítulo V – La globalización de la música

### *Evaluación crítica.*

El programa es ciertamente un real aporte al desarrollo cultural del país. Aborda la temática de la música clásica de un modo entretenido y dinámico, y la confluencia en pantalla entre música y pintura le entrega un carácter original como propuesta. Sin embargo, su formato no es adecuado para público en edad escolar, estando más bien dirigido a un público adulto. Además, carece de una orientación educativa explícita, lo cual se aprecia en la dinámica del desarrollo del programa, la cual está dada por la falta de orden en la exposición de contenidos, y por la introducción no declarada de diversos datos que el televidente no está obligado a reconocer de inmediato. Por lo demás, los títulos de los capítulos emitidos dan cuenta de que no existe un criterio único, claro y sistemático que guíe el desarrollo de la serie, y que permita al usuario comprender de manera fácil la lógica de la misma.

b) “Grandes compositores” (BBC).

*Descripción general.*

Serie televisiva de la BBC, en formato de documental, en la que se examina la vida y obra de 8 de los más importantes compositores de todos los tiempos: Bach, Mozart, Beethoven, Tchaikovsky, Wagner, Puccini, Mahler y Richard Strauss. Cada capítulo se centra en el aporte de cada uno de estos músicos al desarrollo de la música clásica, poniendo un especial énfasis en la exposición de los aspectos teóricos y metamusicales asociados.

La serie ha sido emitida por el canal de cable Films & Arts en distintas temporadas; e igualmente está disponible en dvd para su comercialización directa.

*Evaluación crítica.*

La serie tiene claramente una intención educativa, la cual se aprecia en su formalidad y rigurosidad en el tratamiento de los contenidos, y en la existencia de un criterio claro que guía el desarrollo de los distintos capítulos (en este caso, dividiéndolos por compositor). Por otra parte, el aspecto estético es ciertamente atractivo, de alta calidad, aunque realista. Derivado de todo esto, puede señalarse que la serie está dirigida sin duda a un público adulto, de algún modo educado en la historia de la música clásica y en conceptos musicales teóricos, por lo que resulta

inadecuado para un público infantil, debido sobretudo a la formalidad y rigurosidad de la serie, y la falta de un lenguaje —estético y lingüístico— que pueda ser atractivo para niños.

c) Sitios web sobre música clásica.

*Descripción general.*

Existen en internet diversas páginas web y blogs dirigidos a la difusión de la música clásica. Sólo por citar un ejemplo que sirve de modelo: “Filomúsica.com”, una revista electrónica española dedicada a la publicación de distintos artículos sobre esta disciplina artística —“historia de la ópera”, “la música como parte del aprendizaje educativo”, etc. —, así como a la crítica de discos y conciertos.

*Evaluación crítica.*

Gran parte de los sitios y blogs de difusión de la música clásica existentes, están orientados a un público adulto, muchas veces demandando de éste un conocimiento previo al respecto, sobre diversas materias específicas. De ello dan cuenta los contenidos tratados y la forma en que son abordados. Por otra parte, la mayoría carece de un diseño mínimamente adecuado y atractivo incluso para el usuario adulto, con una serie de falencias a nivel estético y funcional.



Conclusión respecto al estado del arte.

Se observa que sin duda existen diversos materiales e instancias destinados a la difusión y acercamiento al mundo de la música clásica, incluso algunos de producción nacional. Pero mientras algunos son de gran calidad —tanto estética como funcional—, otros (sobre todo los sitios web y blogs) presentan graves deficiencias al respecto, que los convierten en opciones bastante desaconsejables. Por lo demás, la característica que es común a unos y otros, es el estar diseñados para un público adulto, muchas veces con conocimientos previos sobre música clásica: los contenidos tratados y el “modo comunicativo” empleado dan cuenta claramente de ello.

En consecuencia, respecto a la difusión de este ámbito artístico, puede afirmarse que no existe en la actualidad —al menos no de manera difundida— un material pensado y diseñado para niños en edad escolar, y específicamente para quienes están cursando el segundo ciclo escolar. De ahí entonces la importancia que adquiere la propuesta que se realiza aquí, la cual hace hincapié en la adecuación del producto al usuario hacia el cual el mismo está dirigido, plasmándose dicha preocupación en el desarrollo —desde la disciplina del diseño por supuesto—, de un “modo comunicativo” completamente acorde al público objetivo, sin descuidar, claro está, los aspectos puramente funcionales.

# **CAPÍTULO II**

## **METODOLOGÍA PROYECTUAL**



## 2.1 Etapas y actividades.

El proyecto en sus diferentes fases ha seguido —y seguirá en aquellas no concluidas— un proceso planificado, ordenado y sistemático de desarrollo, esto con el propósito de asegurar su concreción en términos adecuados y eficientes. Para ello se han tomado algunas de las consideraciones, o lineamientos generales, del método proyectual de Gui Bonsiepe, aunque también se han aplicado algunos de los procedimientos generalizados que predominan en la formulación y evaluación de proyectos privados y sociales \*7.

En consecuencia, teniendo a la vista estas consideraciones es que en términos integrales la propuesta ha seguido —y seguirá— una metodología basada en el desarrollo de distintas acciones específicas, que pueden ser agrupadas en tres etapas generales, cuya consideración, por una parte, e interrelación entre unas y otras, por otra, configuran en términos precisos la lógica que sigue el proyecto. Tales etapas se pueden resumir en: Enunciación y fundamentación del proyecto; Diseño de la propuesta; Materialización de la propuesta de diseño.

A continuación se describen cada una de las acciones específicas que conforman cada una de estas etapas generales.

» Enunciación y fundamentación del proyecto.

Constituye la fase preliminar del proyecto, e incluye cuestiones formales estándares con las que debe cumplir cualquier propuesta de este tipo, como por ejemplo: identificación de una problemática, necesidad u oportunidad; identificación de la relevancia de las mismas; definición de objetivos a seguir; recopilación de antecedentes teóricos y empíricos que fundamenten la propuesta, entre otras.

a) Identificación de una problemática o una necesidad: Cualquier propuesta del tipo que se propone aquí debe nacer del intento por resolver alguna problemática en particular existente, o de dar satisfacción a alguna necesidad no satisfecha. La importancia de esto radica en que permite justificar por qué se emprende tal o cual proyecto; cuál es la razón de su formulación.

b) Delimitación de la propuesta a desarrollar: La delimitación del proyecto permite señalar con precisión, aunque en términos generales, qué es lo que se hará, en qué ámbito, hacia quiénes se dirige la propuesta, entre otras cuestiones que permitan una definición adecuada de la misma.

\*7 Por ejemplo, véase al respecto, CEPAL (2005). "Metodología general de identificación, preparación y evaluación de proyectos de inversión pública". Edgar Ortégón, Juan Francisco Pacheco, Horacio Roura. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social.



c) Determinación y formulación de los objetivos de la propuesta: La determinación adecuada y la formulación clara y concisa de los objetivos del proyecto son cuestiones fundamentales con las cuales debe cumplir cualquier trabajo de esta naturaleza, pues son éstos los que en definitiva dirigen el curso posterior que seguirá en su etapa tanto de diseño como de elaboración (de los productos en este caso). Por lo demás, son los objetivos declarados los que se toman como parámetro para la evaluación posterior de todo proyecto.

d) Identificación del impacto esperado de la propuesta: Supone la identificación de aquello que se espera conseguir con el desarrollo y eventual implementación de la propuesta. La trascendencia de esto radica en que, en este caso, teniendo a la vista lo que se pretende conseguir en términos cuantitativos y cualitativos, entonces puede evaluarse en todo momento si el diseño de la propuesta está siendo bien dirigido o no.

e) Análisis de otras soluciones existentes relacionadas a la temática a abordar: Una cuestión importante a la hora de realizar una propuesta cualquiera es revisar lo que se ha hecho respecto al mismo problema, o de alguno que sea semejante, es decir, analizar las soluciones que otras personas o entidades han tratado de entregar. La importancia de esta actividad es que permite, en primer lugar, identificar las posibles competencias o sustitutos que puedan existir para la propia propuesta, y, en segundo término, identificar

tanto las debilidades como las fortalezas con las que puedan contar dichas soluciones existentes, ya sea para replicar las fortalezas o para entregarle algún elemento de innovación al propio producto, ya sea para tener previsión para no repetir los errores o superar las debilidades de los otros productos.

f) Recopilación de los antecedentes teóricos y empíricos relevantes que fundamentan a la propuesta: Supone la recopilación de los antecedentes conceptuales, teóricos y empíricos que sirven de sustento a lo que se propone. En primer lugar, esta actividad resulta de vital importancia porque lleva a comprender de mejor forma la temática dentro del cual se enmarca la propuesta ya que implica la realización de una investigación bibliográfica profunda y relevante al respecto. En segundo lugar, muchas veces a partir de la misma es posible dirigir el desarrollo mismo de la propuesta, proporcionando las directrices teóricas para ello. En tercer lugar, permite elaborar un perfil de usuario, con lo cual igualmente se obtienen datos relevantes para encauzar adecuadamente el diseño de la propuesta.

» • Diseño de la propuesta.

Una vez que se hubo realizado todo lo relacionado a la enunciación del proyecto, y a la recopilación de los diversos antecedentes que lo fundamentan y orientan su desarrollo, se comenzó el proceso conceptualización y diseño de la propuesta. Se ha parti-



do de una idea general la cual ha sido conceptualizada y posteriormente desarrollada en términos de variables y criterios de diseño concretos.

Los siguientes son los procedimientos generales que se han seguido en la etapa de diseño.

a) Desarrollo de alternativas o ideas básicas: Se ha recurrido al desarrollo de distintas alternativas o ideas directrices, esto con el fin de contar con un espectro suficiente de posibles soluciones que entregasen la posibilidad de elegir finalmente aquélla que resultase más adecuada para la necesidad específica localizada. Así, por ejemplo, una de las ideas con las cuales se trabajó en un principio fue la de un libro que tratara la temática de la música clásica. Posteriormente dicha alternativa sería desechada por ser inadecuada como canal, esto teniendo en consideración los canales que resultan más atractivos para los usuarios.

b) Examen de alternativas: De manera posterior al desarrollo de las ideas básicas bajo las cuales se trabajaría, se procedió a un examen de la adecuación de cada una de ellas a los propósitos transversales del proyecto —al objetivo general en especial—, y en particular su adecuación en términos del perfil de usuario hacia el cual se desea dirigir el mismo.

c) Selección de alternativa más adecuada: El examen de las distintas ideas preparadas preliminarmente resultó en la eliminación de aquellas que re-

sultaron inadecuadas, según los criterios explicitados en el punto anterior, y en la selección de la que más se ajustaba a éstos.

d) Desarrollo formal de la alternativa seleccionada: Finalmente, se inició el desarrollo de la alternativa seleccionada, siguiendo básicamente dos etapas generales: i) Desarrollo conceptual; ii) Desarrollo formal.

i) Desarrollo conceptual: Incluyó el desarrollo de la marca, la definición de la propuesta conceptual, la génesis formal y los requerimientos de diseño (forma, funcionalidad, usabilidad, etc.).

ii) Desarrollo formal: Incluyó la definición precisa de los criterios de diseño a considerar en la propuesta, de las características técnicas, así como la elaboración de los bocetos, los croquis y las ilustraciones preliminares, entre otros puntos.

» Materialización de la propuesta.

Esta etapa consistió en la concreción de todo lo desarrollado en la segunda etapa de diseño de la propuesta. Este proceso de materialización se puede dividir en las tres siguientes subetapas.

a) Preproducción: Esto incluyó el desarrollo todas aquellas tareas previas que permitirían llevar a cabo la producción asociada a la propuesta (en este caso, la producción de los productos), entre las que cabe



señalar la elaboración del guión literario y técnico del material audiovisual, los bocetos preliminares de las ilustraciones, el mapa de sitio de la página web, la recopilación y selección de imágenes, videos y música. Esta subetapa también consideró la preparación de los bosquejos generales de los productos.

b) Producción: Esta etapa consiste en la concreción básica de lo que ha sido propuesto y diseñado, la cual ha considerado, en este caso, la realización de grabaciones, las ilustraciones definitivas, el “montaje” del material audiovisual, la construcción del sitio web, el diseño de todo lo referente a la difusión y packaging, entre otros.

c) Postproducción: Finalmente, una vez que se hubo finalizado el proceso de producción, se procede a realizar las tareas de afinamiento y terminación de los productos resultantes, lo que implica, entre otras tareas, la edición del video, el master de grabación, el packaging, entre otras.



## 2.2 Plan de trabajo.

Carta Gantt

Etapa	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic
<b>Investigación y recopilación de antecedentes preliminares</b>	X									
<b>Establecimiento de vínculos estratégicos</b>	X	X	X							
<b>Enunciación y fundamentación del proyecto</b>	X	X	X	X						
<b>Conceptualización de la propuesta de diseño</b>				X	X					
<b>Desarrollo formal de la propuesta de diseño</b>					X	X	X			
<b>Análisis de gestión</b> (Comercialización, producción, difusión, financiamiento)							X	X		
<b>Preproducción</b> (Guión del material audiovisual, bocetos sitio web, etc.)					X	X	X			
<b>Producción</b> (Grabaciones, ilustraciones, construcción sitio web, etc.)					X	X	X	X	X	X
<b>Postproducción</b> (Edición, <u>packaging</u> , etc.)										X
<b>Preparación de memoria</b>						X	X	X	X	X

***CAPÍTULO III***  
**FUNDAMENTOS TEÓRICOS  
Y EMPÍRICOS**



### 3.1 El arte: su naturaleza y función social.

El arte es un fenómeno social, una forma de comunicación, una necesidad del ser humano de expresarse y comunicarse mediante formas, colores, sonidos y movimientos; el arte es un producto o acto creativo. Los griegos dividían las artes en superiores y menores, siendo las artes superiores aquellas que permitían gozar las obras por medio de los sentidos superiores (vista y oído), con los que no hace falta entrar en contacto físico con el objeto observado. Las Bellas Artes eran seis: arquitectura, escultura, pintura, música, declamación y danza. La declamación incluye la poesía, y con la música se incluye el teatro.



Desde sus inicios, el arte ha tenido un rol socialmente importante y necesario tanto para el individuo como para el conjunto de la sociedad. Su importancia radica en una serie de funciones que ha desempeñado en distintas épocas, siendo la más evidente la búsqueda de la emoción estética, ya que desde siempre el arte ha servido

como vehículo de expresión de necesidades interiores y de sensibilidades emocionales. Otra ha sido la función utilitaria, la que ilustra sobre todo la arquitectura, cuya finalidad básica viene marcada por su función de espacio creado artificialmente. También destaca la función mágica, relacionada con rituales de fertilidad, funerarios,

Escena de Creación de Adán de la bóveda de la Capilla Sixtina, de Miguel Ángel.

de cacería o de guerra, como es el caso de la pintura rupestre del Paleolítico que atribuye al objeto representado "poderes" mediante los cuales se captura el espíritu del animal, para que la cacería sea así propicia. La función didáctica, por su parte, tiene que ver con la instrucción de personas pertenecientes a culturas iletradas, ya que una simple imagen transmite el mensaje de una forma directa, fácilmente comprensible. Otro ejemplo es el caso de las iglesias que en el pasado se valían de las pinturas



para impartir sus doctrinas al pueblo analfabeto, mediante representaciones de pasajes bíblicos. De la anterior se puede distinguir la función persuasiva, la cual no se limita a entregar una información, sino que persigue convencer o involucrar al espectador, como es el caso de los carteles publicitarios. La función ideológica por su parte incluye varios conceptos, tanto el de transmisión de un pensamiento social o político, como la defensa o justificación de una imagen de poder.

El rol que hoy en día le compete al arte sigue teniendo un sentido comunicativo, pero con un tratamiento más conceptual que gráfico, ya que el desarrollo de nuevas tecnologías comunicacionales como la fotografía o el video han asumido de mejor forma las funciones antes descritas dado el momento histórico en que se vive, lo cual ha direccionado al arte hacia una evolución que se aleja de lo figurativo, intentando evitar el estímulo óptico en favor de los procesos intelectuales que el público es invitado a compartir con el artista.

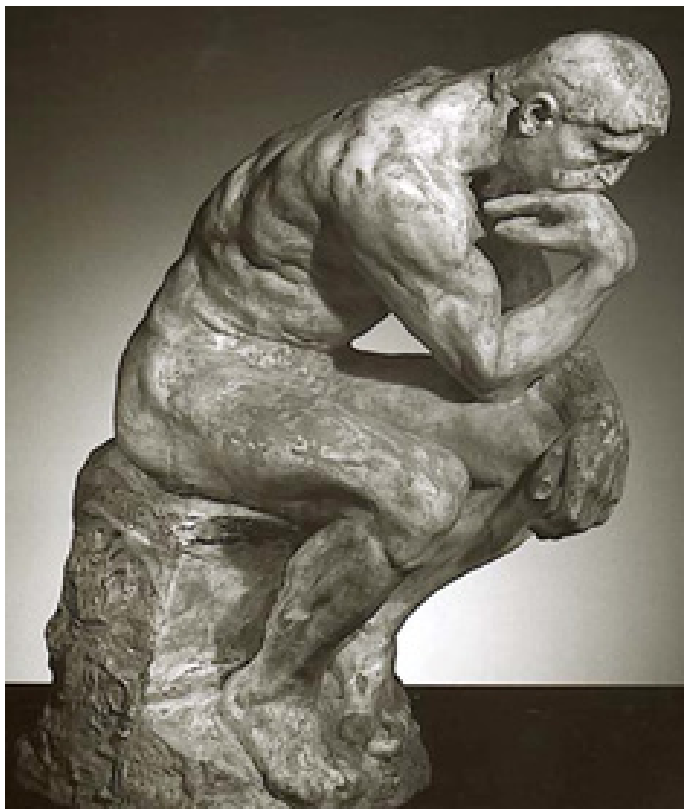
El poeta inglés John Milton, uno de los más importantes de la literatura universal, dictando a sus hijas *Paradise Lost*. Óleo de Eugène Delacroix.

El filósofo polaco Wladyslaw Tatarkiewicz se refiere a la definición del arte como cualquier actividad o producto realizado por el ser humano con finalidad estética o comunicativa, a través del que expresa ideas, emociones o, en general, una visión del mundo, el arte emplea diversos recursos, como los plásticos, lingüísticos, sonoros o mixtos (Tatarkiewicz, 2002). A este respecto, la RAE define al arte como una "Manifestación de la actividad humana mediante la cual se expresa una visión personal y desinteresada que interpreta lo real o imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros".



Extracto de la partitura de una obra de J. S. Bach.

Esta necesidad de expresión individual, o visión personal, ha provocado diversas polémicas respecto de la noción de arte que se tiene hoy en día, dado que su definición está abierta a múltiples interpretaciones, que varían según la cultura, la época, el movimiento o la sociedad para la cual el término tiene un determinado sentido. Desde la distinción medieval entre artes liberales y artes vulgares (o mecánicas), pasando por la moderna distinción entre Bellas Artes y artes menores o aplicadas, hasta la multiplicidad contemporánea, que entiende como arte casi cualquier manifestación de la creatividad del ser humano. La amplitud que posee el concepto de arte, ha provocado un uso desmedido de éste, a tal punto que se le otorga tal cualidad prácticamente a cualquier actividad humana hecha con esmero y dedicación, o cualquier conjunto de reglas necesarias para desarrollar de forma óptima una actividad: se habla así de "arte culinario", "arte médico", "artes marciales", etc. En ese sentido, arte pasa a ser sinónimo de capacidad, habilidad, talento, experiencia. Sin embargo, más comúnmente se suele considerar al arte como una actividad creadora del ser humano, por la cual produce una serie de objetos (obras de arte) que son singulares, y cuya finalidad es principalmente estética.



“El Pensador” de Auguste Rodin.

La sucesiva ampliación del listado de las “artes principales” llegó en el siglo XX hasta el número de nueve: la arquitectura, la danza, la escultura, la música, la pintura, la poesía (entendida de forma amplia como literatura con intención estética, que incluye los distintos géneros del teatro y la narrativa), la cinematografía, la fotografía y la historieta (o cómic). Al solapamiento conceptual de términos entre artes plásticas y artes visuales se añadieron



Andrea Palladio, interior del teatro olímpico, Vicenza, 1580 a 1584.

los de diseño y artes gráficas. Además de antiquísimas formas de expresión artística como la moda y la gastronomía, actualmente se suelen considerar artes nuevos vehículos expresivos como la publicidad, la animación, la televisión y los videojuegos.



## 3.2 La música clásica: breve reseña.

La música clásica surgió tomando elementos de otras tradiciones musicales: la música de la Antigua Grecia, la música de la Antigua Roma (sobre todo por sus contribuciones teóricas) y la música de la Iglesia católica (principalmente el canto gregoriano). Los hitos que definieron su rumbo, sin embargo, fue el descubrimiento y posterior desarrollo de la polifonía, así como el posterior desarrollo de la armonía, la revolución musical conocida como el *Ars Nova* y la evolución de la notación musical, además del estudio de la estética musical. Con la era de los descubrimientos que comenzó en el siglo XV y posterior colonialismo, la música clásica llegó a otros continentes y sufrió una síntesis con las tradiciones musicales de los nuevos territorios.

Como en las demás Bellas Artes, la música clásica aspira a comunicar una cualidad trascendental de la emoción, que expresa algo universal acerca de la condición humana. Si bien la expresión emocional no es una propiedad exclusiva de la música clásica, esta honda exploración en la emoción permite que la mejor música clásica alcance lo que ha sido denominado lo "sublime" en el arte. Muchos ejemplos pueden citarse para demostrar esto. Por ejemplo, la musicalización del poema de Friedrich Schiller "Oda a la Alegría" en la Novena Sinfonía de Beethoven, que suele interpretarse en actos de independencia nacional o de celebración, como aquella famosa ocasión en que fue interpretada bajo la dirección de Leonard Bernstein para celebrar la caída del Muro de Berlín, o la tradición japonesa de tocarla para celebrar el Año Nuevo.

Existe un sistema de división de la historia de la composición de la música clásica en distintos períodos que es am-

pliamente aceptado. Las fechas son generalizaciones, ya que los períodos se superponen unos a otros. Algunas veces autorizadas subdividen los períodos, la fecha o el género. Sin embargo, debe notarse que estas categorías son arbitrarias. Por ejemplo, el uso del contrapunto y la fuga, que es considerada una característica del Barroco, fue continuado por Mozart —lo que se aprecia notablemente en sus dos últimas sinfonías por ejemplo, la N° 40 y la N° 41 "Júpiter"—, a quien se considera un compositor clásico; por Beethoven, a quien normalmente se le describe como un puente entre el periodo clásico y el romántico; y también por Brahms, quien es considerado un compositor romántico. Pues bien, de acuerdo a este esquema los principales períodos históricos de la música clásica —que también pueden considerarse como estilos— serían los siguientes.



La música clásica surgió tomando elementos de otras tradiciones musicales: la música de la Antigua Grecia, la música de la Antigua Roma (sobre todo por sus contribuciones teóricas) y la música de la Iglesia católica (principalmente el canto gregoriano). Los hitos que definieron su rumbo, sin embargo, fue el descubrimiento y posterior desarrollo de la polifonía, así como el posterior desarrollo de la armonía, la revolución musical conocida como el *Ars Nova* y la evolución de la notación musical, además del estudio de la estética musical. Con la era de los descubrimientos que comenzó en el siglo XV y posterior colonialismo, la música clásica llegó a otros continentes y sufrió una síntesis con las tradiciones musicales de los nuevos territorios.

Como en las demás Bellas Artes, la música clásica aspira a comunicar una cualidad trascendental de la emoción, que expresa algo universal acerca de la condición humana. Si bien la expresión emocional no es una propiedad exclusiva de la música clásica, esta honda exploración en la emoción permite que la mejor música clásica alcance lo que ha sido denominado lo "sublime" en el arte. Muchos ejemplos pueden citarse para demostrar esto. Por ejemplo, la musicalización del poema de Friedrich Schiller "Oda a la Alegría" en la Novena Sinfonía de Beethoven, que suele interpretarse en actos de independencia nacional o de celebración, como aquella famosa ocasión en que fue interpretada bajo la dirección de Leonard Bernstein para celebrar la caída del Muro de Berlín, o la tradición japonesa de tocarla para celebrar el Año Nuevo.

Existe un sistema de división de la historia de la composición de la música clásica en distintos períodos que es am-

pliamente aceptado. Las fechas son generalizaciones, ya que los períodos se superponen unos a otros. Algunas veces autorizadas subdividen los períodos, la fecha o el género. Sin embargo, debe notarse que estas categorías son arbitrarias. Por ejemplo, el uso del contrapunto y la fuga, que es considerada una característica del Barroco, fue continuado por Mozart —lo que se aprecia notablemente en sus dos últimas sinfonías por ejemplo, la N° 40 y la N° 41 "Júpiter"—, a quien se considera un compositor clásico; por Beethoven, a quien normalmente se le describe como un puente entre el periodo clásico y el romántico; y también por Brahms, quien es considerado un compositor romántico. Pues bien, de acuerdo a este esquema los principales períodos históricos de la música clásica —que también pueden considerarse como estilos— serían los siguientes.

### a) Renacentismo.

Comprende el periodo entre 1450 y 1600, y se inserta, por supuesto, dentro del movimiento más general del Renacimiento que tuvo su desarrollo más significativo en las artes visuales, siendo sus principales exponentes pintores y escultores como Botticelli, Da Vinci o Miguel Ángel. En música no existió nada comparable en fecundidad; hubo pocos compositores dignos de elogio hasta la aparición de Palestrina, aunque las cortes italianas atrajeron a un grupo importante de compositores de talento provenientes principalmente de Francia y de Flandes, actual Bélgica.

Si se compara con la época anterior, la música de estos compositores muestra un cambio de planteamiento análogo al del arte renacentista. Las posturas abstractas, místicas, rígidas y estilizadas presentes en la Edad Media y fluidas, que permitían a los seres humanos mostrar sus emociones comunes y cotidianas. El ser humano pasa a ser considerado como objeto de interés por sí mismo, no necesariamente en relación con lo sobrenatural o divino (Sadie, 1995). En términos musicales, se halla un mayor uso de instrumentos, múltiples líneas melódicas y el uso de los primeros instrumentos graves o bajos. Mientras el músico medieval se conformaba con depender de recursos tan rígidos como el isorritmo—que aporta una estructura mecánica práctica, pero de escaso significado para quien oye—, el compositor renacentista procuraba que las partes de las voces—líneas melódicas instrumentales y vocales—guardaran mutua relación en líneas de carácter más dúctil para así establecer una sucesión de armonías. Esto

hizo que la voz más grave exhibiera pronto una cualidad ligeramente distinta del de las otras. Éste puede considerarse el origen de la armonía de la música occidental. Por otra parte, para dar a las piezas cierto grado de unidad interna, se tendió a asignar las mismas frases musicales a cada voz, de tal forma que cada una cantara la misma frase musical al llegar a un grupo determinado de palabras. Así, las voces entraban sucesivamente con la misma frase musical, con lo que el tejido polifónico se tornaba más rico y complejo (Sadie, 1995).



Giovanni Pierluigi da Palestrina

b) Barroco.

Por época "barroca" generalmente se entiende el período comprendido entre 1600 y 1750 aproximadamente, que comienza con Claudio Monteverdi y finaliza con Bach y Händel, sus máximos exponentes. Las distintas manifestaciones artísticas del Renacimiento —incluida la música— ponían énfasis en la claridad, la unidad y la proporción. Pero, a finales del siglo XVI, la representación de los sentimientos fue adquiriendo cada vez mayor importancia. Para crear estos fuertes efectos, era necesario desarrollar un nuevo estilo musical. La suave polifonía del período anterior no era, en general, adecuada para ello. Una de las innovaciones más importantes del Barroco fue el concepto de contraste. El contraste podía darse en varios planos: lo fuerte y lo suave; un timbre y otro; el solo y el tutti; lo agudo y lo grave; lo rápido y lo lento (Sadie, 1995).



Los compositores Dufay (con un órgano portátil) y Binchois (con un arpa). Miniatura de Champion des Dames, del francés Martin le Franc (siglo XV).



Por otra parte, el concepto de “acompañamiento” es otra característica esencial del Barroco. El elemento unificador más importante de toda la música barroca es una parte de acompañamiento bien particular: el bajo continuo (generalmente, el clavecín, el órgano o el laúd). La clase de textura que el uso del continuo implica —una línea melódica superior, para una voz o un instrumento; una línea inferior, para un instrumento grave, y un relleno armónico— es característica del Barroco. La composición basada en este modelo, y especialmente en la casi invariable presencia de la línea de continuo, muestra cuán significativa resultaba la idea de la línea de bajo generadora de la armonía.

Con estos cambios llegaron otros más asociados. El abandono de la polifonía, hizo necesario un nuevo modo de construir movimientos, de la misma manera que el énfasis en la armonía condujo al uso de los medios armónicos como puntos de reposo en una pieza musical. Estos desarrollos armónicos se relacionan con otros relativos al ritmo. Tanto en la música vocal como en la instrumental, el ritmo sufrió serias modificaciones en su uso. Al mismo tiempo fueron desarrollándose nuevos instrumentos. Por ejemplo, la viola tenía un sonido bien adaptado a la claridad polifónica, pero era débil en cuanto a fuerza rítmica, en tanto que el violín, con su ataque claramente definido y su capacidad para los efectos brillantes, se ajustaba a los ritmos de danza y a las sonatas (Sadie, 1995).

Portada de la ópera Orfeo del compositor italiano Claudio Monteverdi (Venecia, 1609).



En definitiva, es sobretudo la búsqueda del efecto llamativo lo que distingue al período barroco de sus inmediatamente anteriores o posteriores. Los compositores buscaban provocar “afectos”, pero no en instantes determinados: intentaban sostener la emoción expresada particular de un movimiento, en toda la duración del mismo. Entre aquellos, por cierto, como los principales exponentes de la época pueden nombrarse a Monteverdi, Corelli, Alessandro Scarlatti, Vivaldi, Domenico Scarlatti, Bach y Händel.

Izquierda  
Escena musical que muestra (de izquierda a derecha) a los músicos Johann Theile, Johann Adam Reincken y Dietrich Buxtehude. Cuadro de Johannes Voorhout (1674).

Derecha  
Johann Sebastian Bach: réplica por Elias Gottlob Haussmann (1746) del retrato que muestra al compositor con una copia de su canon a seis voces BWV 1076 en la mano.



Georg Friedrich Händel: retrato por Balthassar Denner (1727).

El período barroco, por lo demás, se caracteriza por el predominio de instrumentos como el clavecín (clave) y el órgano, a lo que habría que agregar el violín. Por ejemplo, al compositor alemán Johann Sebastian Bach se le debe una monumental obra para teclado, particularmente clave, al igual que al italiano Domenico Scarlatti, quien compuso más de 500 sonatas para este instrumento. Por su parte, el también italiano Antonio Vivaldi llevó la utilización y el desarrollo técnico del violín a otro nivel, escribiendo más de 250 conciertos para este instrumento, sin contar las sonatas y otras piezas en las que el violín ocupa un lugar de protagonismo.



### c) Clasicismo.

Las obras musicales del periodo denominado “clásico” —que comprende el período entre 1730 y 1820 aproximadamente— se inserta dentro de un movimiento artístico general de mediados del siglo XVIII, momento en el que comenzó a despertarse un interés por estudiar e imitar las producciones y cánones estéticos presentes en la cultura “clásica”, representada por las dos grandes civilizaciones de la Antigüedad: La Griega y la Romana.

El término “clásico”, según lo anterior, vendría a significar modelo de excelencia o perfección. En la música el término se emplea para connotar algo referente al estilo, por ejemplo en la expresión “proporciones clásicas”, con la que se quiere indicar un equilibrio natural, sin extravagancias ni originalidades, y conforme siempre a un principio admitido de exactitud. Son precisamente estas características las que definen a la música del periodo clásico.

Las siguientes palabras de Stanley Sadie permiten entender de modo preciso la característica distintiva del estilo o época clásica en la música:

- » “Ésta era una época en la que prácticamente todos los compositores seguían las mismas ideas básicas acerca de cómo debían construirse las piezas musicales, sobre todo la idea de equilibrio entre tonalidades, para procurar al oyente un sentido claro de hacia dónde se

dirige la música, y entre secciones, para que el oyente estuviera en todo momento correctamente orientado en la pieza musical y tuviera una idea suficiente de lo que podía esperar de la misma. Los compositores fueron acaso menos originales en cuanto a la variedad de los sistemas de composición o de los esquemas previos que en lo referente al ingenio y la iniciativa de los que eran capaces de hechizar o sorprender al oyente” (1995: p. 220).

Ahora bien, entre el Barroco y el Clasicismo existió una serie de fases intermedias, entre las que destacan los denominados estilos rococó y galante. El primero se caracteriza por representar la desaparición de la austera grandiosidad del Barroco, a través de un interés creciente por el desarrollo de música detallada y “graciosa”. Por su parte, el estilo galante tiene una mayor implicancia en lo que respecta al origen y consolidación del estilo clásico, y está relacionado principalmente con la idea de placer, libre y sin exigencias, alejado de la edificación moral y la satisfacción artística más profunda. Pero igualmente está asociado a las ideas de elegancia y mundanidad. La música galante connotaba un estilo melódico fluido, libre de las complejidades del contrapunto, típico del barroco tardío.

En síntesis, el Clasicismo se caracteriza por un respeto por la forma y por la búsqueda de los estándares universales

de expresión musical; estableció varias de las normas de composición y estructura. También está marcado por la desaparición del clavicémbalo y el clavicordio en favor del nuevo pianoforte (piano), que a partir de ese momento se convirtió en el instrumento predominante para la interpretación en teclado y la composición. Es en este periodo igualmente en el que se instauran y consolidan los géneros musicales que predominarían en los periodos siguientes: la sinfonía, el cuarteto de cuerda y la sonata para piano.

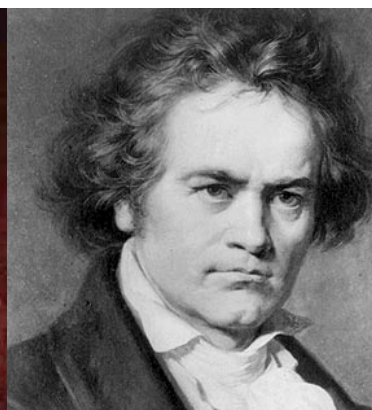
De este periodo destacan como principales exponentes Carl Philipp Emanuel Bach, Gluck, Johann Christian Bach, Haydn, Mozart, Boccherini y Beethoven.



Franz Joseph Haydn



W. A. Mozart



Ludwig van Beethoven

#### d) Romanticismo.

Generalmente se considera que la época romántica de la música se encuentra entre 1815 y 1910 aproximadamente. Es en este período en el que se codificó la práctica, se expandió el papel de la música en la vida cultural y se crearon instituciones para la enseñanza, ejecución y conservación de las obras musicales. La principal característica del romanticismo es representar una respuesta a los valores universalistas que predominaron en el clasicismo. Por el contrario, la música romántica tiene como valor central la exaltación de la libertad expresiva.

En las artes en general, incluida la música, la palabra "romántico" se utiliza para definir aquello que guarda relación con la fantasía y la imaginación, que son aquí nociones consideradas en contraposición con las características más importantes del periodo anterior tales como el equilibrio, la simetría y la integridad. En palabras de Sadie (1995), la diferencia más evidente entre la música clásica y la romántica es que en el mundo clásico lo más importante es la forma y el orden, mientras que en el romántico lo es el contenido expresivo. La música del periodo romántico depende de la pura expresión emocional, la que puede radicar en la sutilidad o la riqueza de la armonía o el timbre, en una coyuntura dramática o en otros varios aspectos, y todo esto es más trascendente en relación al efecto que pueda producir que la forma o estructura de la misma.

El periodo romántico es fértil en exponentes destacados, y en particular se caracteriza por la aparición y preeminencia de la figura del músico virtuoso. El violinista italiano Niccolò Paganini supone un ejemplo paradigmático a este respecto. Poseedor de un virtuosismo técnico excepcional, Paganini supo representar una influencia determinante para algunos de los más importantes músicos europeos de la época como Chopin, Liszt y Schumann, quienes se propusieron replicar en el piano lo que el notable músico italiano había logrado desarrollar en el violín.



Niccolò Paganini, pintura anónima.



Otra característica propia del romanticismo dice relación con la instalación de la literatura como fuente de generación de ideas musicales. Las consecuencias de esto incluyeron una serie de nuevas e híbridas formas como la sinfonía programática —la Sinfonía “Fantástica” de Hector Berlioz por ejemplo— y el poema sinfónico. A este respecto, de acuerdo a William Fleming,

“El arte sonoro se asoció desde su comienzo con las palabras, y la música programática no es en forma alguna invención del siglo XIX. Sin embargo, ningún otro periodo construyó todo un estilo sobre esta mezcla. Hay... una diferencia notable entre poner música a palabras, como en una canción, o la dramatización musical de una obra, como en una ópera, y basar una forma puramente instrumental en el espíritu de un poema o en el arreglo seriado de episodios tomados de una novela” (1989: p. 306).

Esta incorporación de las demás artes al terreno de la expresión musical fue llevada a su cénit por el compositor alemán Richard Wagner, quien propuso la idea de "obra de arte total", que vendría a constituir una síntesis de las artes poéticas, visuales, musicales y escénicas. Wagner plasmaría en toda su magnitud esta idea en su monumental tetralogía El anillo del nibelungo.

Otros compositores trascendentales de este periodo son Schubert, Rossini, Mendelssohn, Bruckner, Brahms, Verdi, Tchaikovsky, Dvorak y Puccini.



Franz Schubert



Richard Wagner



Piotr Tchaikovsky

e) Modernismo.

Comprendido entre los años 1905 y 1985. Representó una crisis en los valores de la música clásica y su rol dentro de la vida intelectual, y la extensión de la teoría y la técnica. Algunos teóricos, como Arnold Schoenberg, en su ensayo "Brahms, el progresivo", insistieron en que el modernismo musical representaba una progresión lógica de las tendencias en la

composición del siglo XIX. Otros sostenían un punto de vista opuesto, indicando que el modernismo representaba el rechazo o la negación del método de composición clásica (Fleming, 1989). Mahler, Schoenberg, Debussy, Ravel, Prokoviev, Richard Strauss y Stravinsky pueden ser considerados como algunos de los principales compositores de este periodo.



Gustav Mahler



Claude Debussy

### 3.3 Importancia del arte para el desarrollo infantil.

El arte en la educación cumple un rol tremendamente importante en cuanto al desarrollo sensitivo e intelectual del niño, ya que estimula una serie de procesos intelectuales, emocionales y creativos que son de relevancia para vida del sujeto. La infancia es una etapa en que el ser humano adquiere una serie de conductas, costumbres y valores que formarán parte de su personalidad en la adultez. La individualidad que se posee como seres humanos proviene de la personalidad, y la misma se nutre de una "expresión individual" conformada por conductas que se manifiestan dentro de un contexto social y cultural. Si desde infantes a través de actos conscientes o símbolos se es capaz de entender cada rol con el entorno, se puede entonces contribuir a la sociedad desde la propia individualidad. Al impartir enseñanza de arte en el aula, se comienza a trabajar con la creatividad, la expresión y el desarrollo de la apreciación estética; elementos que logran integrar la personalidad del alumno, y que, en sí mismos, pueden llegar a ser terapéuticos, ayudar a liberar tensiones y a proponer soluciones creativas en la vida cotidiana.

Los sistemas educativos centran sus intereses en las temáticas más relacionadas a lo científico y lo técnico, relegando de algún modo al arte a una categoría mágica, irracional e inapreciable, imposible de organizar metodológicamente y, por tanto, no evaluable. Según Hargreaves, "... hay... un acuerdo general en que hoy día... la educación artística aparece en segundo plano respecto a otras áreas

del currículum como matemáticas lectura o ciencias" (1991: 11, citado en revista de educación nueva época, 2000). Según otros autores, "A menudo, las artes se consideran como adornos, o como actividades extracurriculares; y, a la hora de efectuar recortes presupuestarios, entre los primeros que los padecen se encuentran los cursos o profesores de educación artística" (Gardner y Grunbaum, 1986: 1, citado en revista de educación nueva época, 2000).



El incluir la educación artística en los primeros años de la infancia podría generar diferencias visibles entre un sujeto con capacidad creadora propia y otro que, pese a todo el aprendizaje que haya sido capaz de lograr, no sepa aplicar sus conocimientos. Según Lowenfeld, "Percibir, pensar y sentir se hallan igualmente representados en todo proceso creador, la actividad artística podría muy bien ser el elemento necesario de equilibrio que actúe sobre el intelecto y las emociones infantiles" (1961: 2-5, citado en revista de educación nueva época, 2000).

Las manifestaciones artísticas como la música, la danza, el teatro y las artes plásticas en la educación contribuyen a plasmar una serie de condiciones importantes que aportan a la integridad en el desarrollo del alumno, crean individuos con actitud abierta y progresiva, capaces de pensar por sí solos, con espíritu de crítica y capacidad de romper lineamientos ya estructurados. Además favorecen condiciones tales como la psicomotricidad, la expresión y la simbología; la imaginación y la creatividad, el sentido estético la apreciación artística, la sensibilidad, la percepción, valores, responsabilidad y el conocimiento. Por el contrario, en caso de nunca haber tenido siquiera un acercamiento al arte, la formación del niño no se realizará dentro de un sentido pleno y difícilmente habrá una relación armónica entre el individuo y el mundo exterior. Además será susceptible de sufrir dificultades tanto en el manejo psicomotor de las habilidades físicas y en el desarrollo de su pensamiento, volviéndose un reproductor de esquemas, sin capacidad de pro-

poner ni mostrar iniciativas: sin creatividad.

Esta última consiste en el desarrollo de la imaginación y el sentimiento, que permite representar la realidad por medio de una particular interpretación de elementos, líneas, masas, tonos, colores, movimientos, formas, espacialidad, musicalidad, coordinación, etc. Cada individuo reacciona ante las imágenes reales en forma diferente, según su carácter, sensibilidad, formación y experiencia ante los hechos más significativos de su vida, lo que le permite desarrollar una expresión personal. Por esta razón al lenguaje artístico se le considera como un medio de conocimiento que desarrolla la capacidad creativa y conceptual.



## 3.4 El diseño como disciplina de comunicación.

A continuación se reseñan algunos antecedentes teóricos que permiten entender en qué radica la injerencia del Diseño como disciplina que tiene por principal misión comunicar, y particularmente cuál sería su importancia en el desarrollo de propuestas educativas de cualquier índole.

### 3.4.1 La disciplina del diseño: reseña general.

El diseño se define como el proceso de creación y elaboración por medio del cual el diseñador traduce un propósito en una forma (González Ruiz, 2000, citado en Gómez del Castillo, 2007). Desde momento en que el hombre está en la tierra, hasta el día de hoy, éste se ve vinculado e influido por su entorno, el cual le obliga a satisfacer necesidades tanto materiales como espirituales, llevándolo a una eterna búsqueda por obtener respuestas. Para cada interrogante, existe alguna disciplina que se encarga de dar respuestas. El diseño como disciplina tiene el propósito responder a ciertas necesidades inherentes del ser humano, por lo que el diseñador debe contar con ciertas herramientas que apunten al entendimiento del hombre, para así ser capaz de identificar el problema y construir una respuesta utilizable, es decir, darle forma a una función. El diseño, como se cree generalmente, no es el objeto creado en sí, sino el proceso mental a través del cual se llega a él y la experiencia que éste provoca en el consumidor (Gómez del Castillo, 2007).

Dentro de las temáticas que le competen al diseño, la comunicación es por excelencia la más esencial, pues el modo en que el usuario perciba lo que se quiere comunicarle, va a determinar el éxito o fracaso

de la propuesta. El diseñador da forma visual a las comunicaciones que se le plantean. Esto queda expresado claramente en lo que afirma Jorge Frascara (1995, citado en Estallo, 1997), quien sostiene que el diseñador gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido. Aquí habla de una coherencia entre la semántica (el significado del mensaje) y la forma (la materialización del mismo), ya que el lenguaje visual que emana el diseño es el canal para establecer el primer acercamiento con el receptor. Para este fin se debe tener presente que los códigos utilizados en el mensaje, deben ser compartidos por su destinatario y estar pensados en función de él mismo.

Es una representación mental en la que interviene el receptor, una representación mental en la memoria colectiva de un conjunto significativo de atributos, configurando a través de la percepción un estereotipo que es capaz de influir o determinar comportamientos. La imagen, de todas formas, necesita tener un concepto válido como contenido que se base en factores estéticos en función de un público (Donald, 2005). La imagen abarca todos los elementos visuales, gráficos, tridimensionales, semánticos, narrativos y audiovisuales, considerando tanto



aspectos humanos como sociales. Suele haber una confusión entre imagen como representación mental e imagen como forma. Este último concepto es aceptable, pero vale aclarar que cuando se habla de la imagen como forma, se está haciendo referencia a un significante visual adquirido. Los signos son representaciones visuales, auditivas o gestuales que dependen de aspectos culturales o sociales. Cada signo se caracteriza por la presencia de un elemento perceptible, que está en lugar del objeto y lo evoca (Donald, 2005).

El signo se puede dividir en dos partes: una, el significante, que es la forma, el aspecto sintáctico, el elemento perceptible; y la otra parte que es el significado, que hace referencia al nivel semántico, o sea, al concepto, el mensaje que quiere transmitir (Estallo, 1997).

Los símbolos a diferencia de los signos, que son un hecho físico y estético, son un hecho psicológico que conectan al hombre con su significado. Los símbolos son signos artificiales que dependen de alguna convención construida por el hombre y pertenecen al plano de la imaginación y del inconsciente (por ejemplo la cruz, para el cristianismo, o los alfabetos, etc.).

Dentro de los signos nos encontramos con diferentes clasificaciones. Signos icónicos: se emparentan al objeto por semejanza, hay una relación directa. Signos simbólicos: existe una relación indirecta con

aquello a lo que refieren (por ejemplo la paloma blanca representando la paz). Signos indicativos: no establecen relación con nada, sólo indican o señalan un fenómeno, se anteponen a él (por ejemplo el humo en un incendio) (González Ruiz, 2000, citado en Gómez del Castillo, 2007).

También al respecto Adrián Frutiger (1999) destaca las siguientes categorizaciones: signos signaturas (signo de propiedad); signo emblema (perteneciente a un grupo o estado); signo marca (rubrica, signo profesional, economía) y los signos señales (como la señalización de tránsito y servicios) (en Gómez del Castillo, 2007).

Debe aclararse que los signos presentan un grado de iconicidad que varía desde lo más fiel al objeto representado, hasta un grado de abstracción total. Los pictogramas son una serie de signos tratados con una síntesis en la forma de tal manera que transmiten el concepto en forma rápida; los pictogramas tienen la particularidad de actuar en sistema.

Hoy en día, gran parte del trabajo de los diseñadores gráficos es asistido por herramientas digitales. El diseño gráfico se ha transformado enormemente por causa de la computación. A partir de 1984, con la aparición de los primeros sistemas de autoedición, los computadores personales sustituyeron de forma paulatina todos los procedimientos técnicos de naturaleza analógica por sistemas digitales. Por lo tanto los ordenadores se han transformado en herramien-



tas imprescindibles y, con la aparición del hipertexto y la web, sus funciones se han extendido como medio de comunicación. Además, la tecnología también se ha hecho notar con el auge del teletrabajo y en especial del crowdsourcing o tercerización masiva, ha comenzado a intervenir en las modalidades de trabajo. Este cambio ha incrementado la necesidad de reflexionar sobre tiempo, movimiento e interactividad. Aún así, la práctica profesional de diseño no ha tenido cambios esenciales. Mientras que las formas de producción han cambiado y los canales de comunicación se han extendido, los conceptos fundamentales que permiten entender la comunicación humana continúan siendo los mismos (Frascara, 2000: p. 18).

La función principal del diseño gráfico radica en transmitir una información determinada mediante composiciones gráficas, que se hacen llegar al público destinatario a través de diferentes soportes. El diseño pretende transmitir las ideas esenciales del mensaje de forma clara y directa, valiéndose de diferentes elementos gráficos que estructuren al mensaje, haciéndolo fácilmente entendible por los destinatarios del mismo. El diseño es, por tanto, mucho más que la sumatoria de todos esos elementos, ya que lograr comunicar visualmente un mensaje de forma efectiva implica para el diseñador conocer a fondo los diversos recursos gráficos disponibles, además tener la imaginación, la experiencia, el buen gusto y el sentido común necesarios para combinarlos de forma adecuada.

Toda obra de comunicación visual nace de la necesidad de transmitir un mensaje específico. Un diseñador gráfico por su parte, no es un creador de formas, sino un creador de comunicaciones, un profesional que mediante un método específico (diseño) construye mensajes (comunicación) con medios visuales (grafismos). No es el creador del mensaje, sino su intérprete. El principal componente de toda composición gráfica es pues el mensaje a interpretar, la información que se desea hacer llegar al destinatario a través del grafismo. Esta información se debe representar por medio de diferentes elementos gráficos, que pueden ser muchos y variados, aunque los más comunes son:

- » Elementos gráficos simples: puntos y líneas de todo tipo (libres, rectas, quebradas curvas, etc.)
- » Elementos geométricos, con contorno o sin él: polígonos, círculos, elipses, óvalos, etc.
- » Tipos: letras de diferentes formas y estructura, utilizadas para presentar mensajes textuales.
- » Gráficos varios: logotipos, iconos, etc.
- » Ilustraciones.
- » Fotografías.
- » Cualquier otro elemento visual apto para comunicar un mensaje.
- » Un diseño limpio.

Los elementos anteriormente mencionados, se combinan unos con otros en un grafismo, y de esta com-



binación surge un resultado final en el que tienen mucha importancia una serie de conceptos propios del diseño gráfico, entre los que destacan: las agrupaciones, la forma, los contornos, la ubicación, el tamaño, el color, el contraste, el equilibrio y la simetría.

Las agrupaciones corresponden a un conjunto de elementos relacionados mediante proximidad, semejanza, continuidad o simetrías. La forma tiene que ver con cada elemento gráfico aislado y de las agrupaciones de elementos. Por su parte, los contornos son partes límites de los elementos, que permiten distinguirlos de los demás y del fondo, pudiendo estar definidos mediante bordes, cambios de color o cambios de saturación. La ubicación es el lugar que ocupa cada elemento gráfico o agrupación de ellos en el espacio del grafismo. El tamaño relativo de cada elemento gráfico respecto los que le rodean. El color se vincula con cada elemento individual, colores de cada agrupación de elementos, conjunto total de colores usado en un grafismo, disposición relativa de los elementos con color y armonía entre colores. En cuanto a lo anterior, el contraste es relativo a la intensidad de visualización de cada elemento con relación a los que le rodean y al grafismo completo. Al equilibrio de cada grafismo le subyace un sistema de referencia espacial que consigue un nivel de equilibrio mayor o menor. Finalmente, la simetría atañe a la disposición espacial regular y equilibrada de los elementos que forman la composición gráfica. Todos estos elementos que forman parte de un grafismo, son percibidos por el destinatario en virtud de

la influencia que ejercen cada uno estos conceptos a nivel individual, grupal y total. Pero la unión de todos ellos, la obra gráfica, es una entidad comunicativa individual y completa, cargada de complejos elementos humanos asociados con el lenguaje, la experiencia, la edad, el aprendizaje, la educación y la memoria.

Cabe señalar además que el campo del diseño gráfico abarca cuatro importantes áreas, cuyos límites se superponen parcialmente en la actividad profesional. La clasificación se basa en la noción de que cada una de las áreas requiere una preparación y un talento especial o asesoramiento especial de acuerdo a la complejidad del proyecto, donde pueden distinguirse: Diseño para información, Diseño para persuasión, Diseño para educación y Diseño para administración.

Diseño para información: Básicamente se refiere al diseño editorial. Generalmente estos productos se clasifican de acuerdo al tamaño de información que disponen en afiches, flyers o volantes, libros, periódicos, revistas, catálogos, CD, DVD, etc. Además abarca la señalética, que incluye señales de peligro, señales de tránsito, señales de banderas marítimas, señales de ferrocarril, entre otras. Los folletos se clasifican de acuerdo a su número de páginas y pueden ser dípticos (dos páginas), trípticos (tres páginas), etc. También se los divide en publicitarios, propagandísticos, turísticos, entre otros. Dentro de esta clasificación entra también la infografía, mapas, gráficos y



viñetas.

Diseño para persuasión: Este diseño de comunicación está destinado a influir sobre la conducta del público. Incluye la publicidad y la propaganda, además considera a la identidad corporativa que comprende marcas, iso-logotipo, papelería comercial y fiscal, billetes, aplicación de marca en arquigrafía e indumentaria, gráfica vehicular; las etiquetas, las cuales pueden ser frontales, colgantes, de seguridad, envoltentes, etc.; y los envases, los más comunes son los rígidos, semirrígidos, flexibles y las latas.

Diseño para educación: Incluye el material didáctico como los manuales instructivos, indicaciones de uso, fichas didácticas educacionales, etc. También entran la cartelería de seguridad industrial y señalización de espacios de trabajo. Este tipo de diseño es el que interesa particularmente aquí, puesto que la propuesta que se presenta se enmarca dentro de dicha clasificación.



### 3.4.2 Las tres dimensiones fundamentales del diseño.

La condición del ser humano, como integrante de una sociedad, lo somete a diversas emociones cada vez que se enfrenta a un producto, cualquiera que éste sea. Esto obedece a que las personas durante su vida van adquiriendo una serie de referentes los cuales evocan un contexto en torno al producto que se está percibiendo. Pese a ser una cualidad subjetiva que dependerá de la experiencia de cada usuario, la psicología señala que existen patrones de conducta que suponen la misma respuesta ante un estímulo determinado que puede originarse a partir de una imagen alojada en el inconsciente. Esta situación se vuelve una provechosa oportunidad que no han dejado pasar el marketing y el diseño, ya que las emociones pueden ser estimuladas por terceros.

En efecto, algunos estudios de la emoción han concluido que existen al menos tres niveles de procesamiento del cerebro, que ciertos autores —como Donald Norman, por ejemplo— han asociado con tres distintos niveles de diseño, los cuales constituirían los aspectos más básicos del mismo. Éstos serían las dimensiones estética, funcional y simbólica del diseño.

» La dimensión estética.

Norman señala que el diseño visceral lo hace la naturaleza. Las sociedades cambian del mismo modo en que lo ha hecho el ser humano, los animales, las plantas y la naturaleza en general. A raíz de esto,

durante toda la historia hemos sido bombardeados con potentes señales emocionales que de maneja visceral decodificamos, lo cual obedece a un proceso iterativo y coadaptativo, y en él cada animal y planta a lo largo de muchas generaciones se adapta con el fin de servir a otro. A modo de ejemplo, se puede mencionar el caso de las abejas y las flores, donde el color de estas últimas resultan de gran atractivo para las primeras, lo cual aporta a la polinización y con ello al cultivo de frutos que alimentan a otros animales. Elementos como la simetría, los colores vivos, los aromas y los sabores son los componentes que resultan atractivos para los diferentes actores del entorno natural.

Si se considera al ser humano, se notará que no es mera casualidad el hecho de que a éste le resulten atractivos los sabores dulces, los olores agradables o los colores saturados, ya que esto proviene de su condición de animal, como parte integrante de la naturaleza. Sin embargo, en algunos casos, la aprobación o reprobación de un estímulo percibido por los sentidos puede variar respecto de su original forma de concebirlo. Esto puede explicarse con el ejemplo del niño que disfruta de una atractiva melodía alegre, suave y sutil, con letras que hablan acerca de la amistad y la familia, mientras que durante su adolescencia podría gozar enérgicamente del frenético ritmo del rock pesado que hable sobre muerte y violencia. En este caso, el acto perceptivo cambia, pasando a ser visceral algo que en un comienzo no lo era. A este fenómeno Norman le denomina “gusto



adquirido" y tiene que ver con el constante cambio que sufre el ser humano, indicando además cómo el diseño debe ser capaz de estar vigente. Las sociedades son capaces de determinar lo que es atractivo o desagradable a través de patrones generalizados o consensos calificadores, los cuales pueden derivar de cambios socioculturales de todo orden, incluyendo movimientos artísticos, ideológicos, religiosos, etc. A este respecto, durante las temporadas o estaciones del año, el mercado retail de ropa propone modas o tendencias especialmente diseñadas para un público tipo que estará dispuesto a aceptar el ofrecimiento, o en algunos casos, expectante de conocer la nueva oferta. Tal parece que el juicio de belleza que se realiza respecto de un objeto cualquiera procede siempre de una reacción netamente visceral, donde los estímulos tienen que ver con el tamaño, el color y la apariencia. Este diseño visceral se encuentra mayormente en publicidad, artesanías, artes populares o juguetes (Norman, 2005).

El nivel estético se caracteriza por rasgos netamente físicos, donde el objetivo es que la apariencia externa provoque que el usuario se vea llevado a exclamar "me lo quedo", preocupándose luego de preguntar ¿para qué sirve?, y finalmente ¿cuánto vale? Dentro del diseño de productos se tienen en cuenta aspectos como la sensación física al tacto, la textura de los materiales, el peso, el aroma o cualquier otro elemento que sea capaz de cautivar y evocar un contexto a fin de crear un impacto emocional inmediato en el usuario.

En relación a esto, algunos pensadores han centrado su concepto de belleza en las características particularmente estéticas. Pitágoras (580-500 a. C), por ejemplo, definió la belleza como "armonía y proporción de las partes". Las cosas existen porque están ordenadas, y lo están porque se cumplen las leyes matemáticas, que son a la vez condición, existencia y belleza. Un punto de vista de la belleza que se fundamenta en las matemáticas, donde cada elemento, de manera proporcional, forma parte de un todo. Algo semejante puede apreciarse en la música, en la que su lenguaje estético se compone de intervalos que corresponden a relaciones matemáticas que regulan los sonidos. Los sofistas (sabios de la Antigua Grecia) señalaron que "la belleza es lo que provoca placer por medio del oído y la vista". Euclides (S. IV a.C.) ordenó y mostró los conocimientos geométricos y matemáticos de su época, explicando las medidas proporcionales y la construcción de secciones áureas. En Tomás de Aquino (1224-1274) para que haya belleza hace falta una adecuada proporción e integridad y claridad; no sólo la disposición correcta de la materia, sino también la perfecta adaptación de la materia a la forma.

» La dimensión funcional.

El aspecto funcional del diseño tiene que ver netamente con la utilidad del producto —sea éste tangible o intangible— y con la experiencia que el usuario vive al momento de utilizarlo. En esta dimensión se pueden destacar al menos cuatro componentes:



función, comprensibilidad, usabilidad y sensación física (Norman, 2005).

Una cuestión básica es que las personas compran objetos para cubrir necesidades, por lo que no tendría sentido diseñar un objeto que no funcione. Si se considera por ejemplo cualquier herramienta de trabajo, se notará que atiende a un diseño esencialmente conductual, ya que lo que importa es la utilidad que ésta pueda representar. Aquí se contemplan los cuatro componentes mencionados anteriormente. Importa que el objeto contenga las prestaciones necesarias para realizar el trabajo para el cual fue diseñado (función); que el objeto sea capaz de comunicar respecto de su funcionamiento (comprensibilidad o interfaz); que incluya, en otros, el factor ergonómico para no causar fatigas en el usuario (sensación física); y que invite al usuario a darle un buen uso (usabilidad).

Ahora bien, algunas veces en un afán de innovación, la función del objeto puede verse relativizada, lo cual puede evidenciarse en la multifuncionalidad. Por ejemplo, la tecnología de pantalla digital táctil del iPhone podría tornarse incómoda o poco funcional para algunas personas que esperan de su equipo solamente algunas de sus funciones básicas, como la realización y recepción de llamadas telefónicas. El mismo Norman (2005: 91) señala que: "El diseño conductual consiste precisamente en comprender el modo en que el público utilizará el producto".

El diseño industrial tiene como tarea proyectar una idea y materializarla en un producto final, pero en algunas ocasiones se limita a mejorar productos ya diseñados (rediseño). Aquí cabe indicar la existencia de dos variantes en el desarrollo de un producto: el perfeccionamiento y la innovación.

El perfeccionamiento tiene que ver con la observación de dificultades que se detectan cuando el usuario utiliza un producto. Muchas veces ocurre que cuando el diseñador proyecta una idea, no se alcanza a cubrir la totalidad de los detalles que involucran el correcto funcionamiento del producto. Por ejemplo cuando Microsoft diseña su sistema operativo Windows, lo lanza al mercado con un nivel de desarrollo casi completo, llegando a perfeccionarlo a través de los usuarios, de quienes se espera que cada vez que detecten alguna falla notifiquen vía internet a la empresa para que ésta corrija el error. En el caso del diseño de productos la dinámica es bastante distinta. Si en Windows es el usuario quien le sugiere a Microsoft las mejoras basándose en la experiencia propia, en el diseño el diseñador se debe valer de la observación centrada en los usuarios. En otras palabras, el diseñador debe ser capaz de detectar lo que el usuario conscientemente no logra percibir.

La innovación, por su parte, tiene que ver con un replanteamiento del modo en que se está acostumbrado a hacer las cosas, siempre apunta a una mejora que irá de la mano con el avance tecnológico, y



las nuevas necesidades que requiera el ser humano.

» La dimensión simbólica.

Por último, el nivel simbólico del diseño está centrado en el usuario. Básicamente tiene que ver con el valor consciente que se le asigna a un producto al momento de contemplarlo, en el que dicho valor estará determinado por tres factores: el saber, la educación y la cultura (Norman, 2005).

La semiótica es la ciencia que aborda el tema de los signos o códigos que dan cuenta del mensaje que subyace a un objeto. Bernard Bürdek en su libro "Historia, teoría y práctica del diseño Industrial" (2005) ilustra el tema utilizando como ejemplo las sillas. Menciona que un trono real, más allá de satisfacer la necesidad de sentarse, debe irradiar dignidad, distinción, majestuosidad, poder, despertar veneración entre otras cualidades, pues quien ha de sentarse en él ha de transmitir y representar dichos valores o características. Estas cualidades serán percibidas como tales siempre y cuando el sujeto que aprecie el objeto esté familiarizado con el significado de los códigos visuales que forman parte del trono. Asimismo, si se piensa en la actualidad en una oficina cualquiera, se podrán encontrar en ella distintos tipos de sillas que "indicarán" la posición jerárquica de quien la usa dentro de la empresa. Y por lo general se podrá observar que la silla más cómoda pertenece a la persona de mayor jerarquía, pese a que posiblemente sea el que menos tiempo permanezca en ella.

Por otra parte, Klaus Krippendorff (1989, en Bürdek, 2005) propone tres modelos de la semántica del producto: lingüístico, comunicativo y cultural. El modelo lingüístico se refiere al significado de los conceptos, vale decir, el lenguaje, dentro del lenguaje. El modelo comunicativo considera tanto el rol de emisor como de receptor del mensaje, respondiendo a preguntas como: ¿qué compra el usuario?, ¿cómo maneja el usuario el producto?, ¿qué impresión pretende transmitir a los demás con el producto? El modelo cultural analiza sistema de símbolos, la estructura interna, los elementos formales, su dinámica inherente y la función representativa (Bürdek, 2005).

Por lo demás, el significado de un objeto representa el conjunto de todos los contextos donde éste pueda tener lugar, todo lo que se puede saber de él, su historia, los procedimientos de su fabricación, el círculo de usuarios, la lógica de su función, el valor económico, etc. (Krippendorff, 1989, en Bürdek, 2005).

Las marcas apuntan a esta dimensión del diseño. Muchas veces se habla de las personas que consumen "marcas" en lugar de consumidores de productos. Esto responde a una necesidad de diferenciarse respecto de otras personas con las cuales no se tienen intereses o estilos de vida en común. La segmentación de mercado se encarga de encasillar a los tipos de usuarios para ofrecerles productos acordes a sus intereses y posibilidades económicas. En este sentido, el usuario en vez de centrar su consumo en las prestaciones funcionales de un producto, consu-



me la semántica que subyace a éste, vale decir, la marca, la diferenciación, la exclusividad, etc.

En definitiva, esta dimensión del diseño está primordialmente enfocada en el usuario, y radica en proporcionar incentivos de carácter particularmente simbólicos, asociados a determinados elementos culturales (valores, ideas, ideologías), los cuales están destinados a satisfacer las necesidades “ego-céntricas” del usuario.

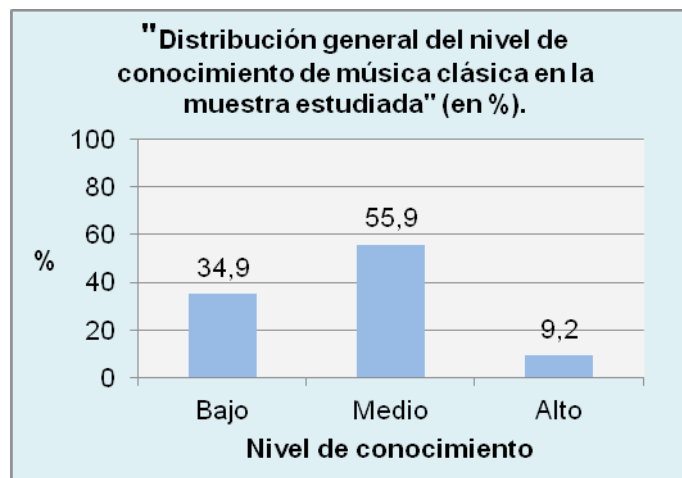
## 3.5 Perfil del usuario: antecedentes empíricos.

A continuación se presentan los principales resultados obtenidos a partir de una investigación empírica realizada con el propósito de recopilar antecedentes relevantes para la fundamentación de la propuesta de diseño que se presenta en este documento. La investigación fue llevada a cabo en tres planteles educacionales de las distintas dependencias administrativas con el fin de establecer diferencias según la posición social de los estudiantes. Algunos de los tópicos abordados dicen relación con el nivel de conocimiento que presentan niños en edad escolar respecto a la música clásica, la tasa de realización de actividades artísticas y los tipos de consumo audiovisual predominantes, entre otros. En definitiva se trata de establecer un perfil relevante del usuario, el cual tiene entre 10 y 13 años de edad y proviene de los distintos niveles socioeconómicos \*1.

### 3.5.1 Conocimiento sobre música clásica de los niños del segundo ciclo escolar.

» Nivel de conocimiento sobre música clásica.

Gráfico N° 1.



Los resultados obtenidos en el estudio señalado mostraron que en lo que concierne al conocimiento sobre música clásica —en términos generales, sin distinción de clase ni establecimiento educativo, como se aprecia en el gráfico N° 1— un 55,9% de los niños de la muestra estudiada presentan un nivel “Medio” de conocimiento, seguido por un 34,9% que presenta un nivel “Bajo”, los que sumados representan un 90,8% del total. Sólo un 9,2% de los encuestados evidenció un nivel “Alto” de conocimiento sobre música clásica, lo cual constituye un porcentaje sumamente menor.

\*8 Los resultados son válidos para un total de 152 sujetos.

Cabe señalar que los niveles de conocimiento resultantes se obtuvieron a través de un cuestionario con un mínimo de nivel de dificultad, lo que hace suponer que al aumentar el grado de dificultad, profundizando los contenidos, eventualmente el nivel de conocimiento presentado disminuiría considerablemente.

Ahora bien, ciertamente el “conocimiento relativo” manifestado por los niños podría ser conceptualizado como “aprendizaje implícito”, que la psicología define como la adquisición de conocimiento que tiene lugar sin consciencia de haber aprendido. Por esto mismo, se hace necesaria una sistematización en la enseñanza de la temática artística en cuestión, para así lograr un real aprendizaje consciente por parte de los individuos.

Respecto a esto lo anterior, la psicología plantea para la educación actual un modelo constructivista, lo cual tiene que ver con la dinámica que se produce entre el sujeto y su medio a través de la información que recibe y cómo de manera progresiva construye modelos explicativos cada vez más complejos que le permiten adaptarse al medio, vale decir, el profesor entrega herramientas para que el alumno construya el conocimiento, en lugar de entregarle el conocimiento para que el alumno se limite a asumirlo. Un proceso de aprendizaje consciente y duradero se logra en el tiempo a través del desarrollo sistemático y gradual de una actividad. A este respecto McGeoch señala que “aprender es modificar

una pauta de respuesta en virtud de la experiencia” (Norman, 2005), cuyo resultado se puede apreciar claramente en las actividades extracurriculares que desarrollan los estudiantes, destacando por ejemplo la práctica de deportes, o la interpretación de un instrumento musical durante los años de estudio.

» Tasa de realización de actividades artísticas.

Gráfico N°2



Fuente: Elaboración propia.

El gráfico N° 2 muestra los resultados referidos a la tasa general de realización de actividades artísticas por parte de la muestra estudiada. Se aprecia que el 55,9% de los alumnos declaró realizar algún tipo de actividad relacionada con alguna disciplina artística (como pintar, escribir poesía, ejecutar un instrumento musical, etc.), mientras el restante 44,1% indicó no hacerlo.

No cabe duda que estos hallazgos constituyen una realidad positiva. Sin embargo, resulta necesario aclarar que del total de los niños que señalaron llevar a cabo alguna actividad artística (71 sujetos, correspondiente al 55,9% antes mencionado), sólo un 2,8% lo realiza de manera formal, es decir, como parte de algún plan de estudio sistemático dentro de alguna organización dedicada a la enseñanza musical. Así, se tiene que el resto de alumnos que desarrolla alguna disciplina artística, lo hace de manera informal, con las desventajas que ello supone en términos de un aprendizaje y desempeño superior de la actividad respectiva. Con todo, esto último no puede tomarse en sí mismo como algo negativo, ya que la realización informal denota al menos un interés real en la actividad, lo que puede considerarse como una condición favorable que puede derivar en una formalización posterior de la práctica artística.

» • Actividades artísticas realizadas.

Se presentan ahora a continuación los resultados obtenidos respecto al tópico “realización de actividades artísticas”.

Tabla N° 1. “Tasa de realización para distintas actividades artísticas” (en%).

Actividad artística	% de realización
Pintura	46,9
Música	44,8
Literatura	8,3

Fuente: Elaboración propia.

Según se evidencia en la tabla N° 1, la “Pintura” sería la actividad artística más realizada con un 46,9%. No obstante cabe señalar que para efectos de una clasificación, se consideró como “Pintura” a cualquier actividad relacionada con la representación visual sobre un soporte bidimensional, por lo que se incluyó el acto de “dibujar” como actividad relacionada con la dicha disciplina artística. La segunda actividad más realizada fue la “Música” con un 44,8% —que es el ámbito artístico que concierne directamente en el presente proyecto—, para lo que se tomó en consideración a todos aquellos que tenían por hábito interpretar un instrumento musical de manera formal o informal. Finalmente la “Literatura” como disciplina artística arrojó una baja tasa de realización, con un escaso 8,3%, mostrando que las letras no son una actividad recurrente entre los alumnos encuestados.

### 3.5.2 Consumo audiovisual entre los niños del segundo ciclo escolar.

A continuación se presentan los resultados alusivos al análisis realizado respecto de la relevancia que tienen para los estudiantes del segundo ciclo escolar, los distintos canales de información relativos a su entorno cotidiano, y el grado de interacción que se produce con ellos.

Tabla N° 2 “Tasa general para distintos tipos de consumo audiovisual” (en %)

Tipo de consumo audiovisual	% de consumo
Ver televisión	88,8
Escuchar música	88,2
Usar Internet	87,5
Jugar videojuegos	62,5
Leer cómics, historietas	17,1

Fuente: Elaboración propia.

Como logra apreciarse en la tabla N° 2 —que muestra los resultados de forma general— el 88,8% de los estudiantes encuestados declara ver televisión de manera frecuente, seguido por un 88,2% que afirma escuchar música recurrentemente. La tercera actividad más realizada es la que tiene que ver con el uso de internet, con un 87,5%. Muy por debajo con un 17,1% se encuentran actividades relacionadas a los medios de soporte impreso. Claramente existe entre los niños encuestados un mayor interés por los medios digitales que por los impresos. La música tiene mención aparte, ya que puede realizarse como complemento de otra actividad, y reproducirse por casi cualquier instancia digital (televisión, videojuego, internet, celular, etc.).

En conclusión, las mayores preferencias se distribuyen en los ítems “ver televisión” con un 88,8%, “escuchar música” con un 88,2% y “navegar en internet” con un 87,5%. Estas 3 instancias de comunicación resultan ser una considerable fuente de información, la infinita diversidad de conocimiento que ofrece internet, la no despreciable cantidad de programación que ofrece la televisión por cable, y la enorme variedad de



música existente, llama a la reflexión en cuanto a la capacidad receptora que un niño podría tener para consumir tanta información a la vez. A este respecto el psicólogo Jerome Bruner (1985), señala que en esta etapa el niño desarrolla la capacidad de abstracción, por lo cual es capaz de clasificar gran cantidad de información en unidades significativas compuestas por conceptos. Por ejemplo si su interés (o concepto en este caso) es el fútbol, el individuo tiene la capacidad de filtrar la información para poder acceder al mencionado deporte en los diferentes medios que disponga, sea la televisión, el internet o los videojuegos.

Los resultados además mostraron que el interés de los niños encuestados está mayormente repartido entre los dibujos animados y los programas juveniles.

Cabe señalar que el formato "dibujo animado" se ha reinventado con el pasar del tiempo al incluir contenidos para adultos, dejando de lado el clásico dibujo animado para niños. Las nuevas tecnologías de animación, apoyadas por computadoras, ha servido para este fin, sin embargo el énfasis está centrado en los contenidos tratados. Dentro de los dibujos animados más mencionados se destacó "Los Simpson", que con 20 años al aire y 22 temporadas a su haber ha permanecido vigente y sin la necesidad de reinventarse, ya que sus personajes representan estereotipos tan identificables que el usuario es capaz de crear todo un contexto a partir de un solo nombre.

Los programas juveniles, impuestos por los medios, van de la mano con el baile, y en particular en esta época con el "Reggaetón", cuyas 96 preferencias lo vuelven el factor más representativo entre los jóvenes. Los programas juveniles son en cierto modo una versión modificada de otros programas para adultos, ya que suelen tener elementos en común, pero adaptados a la realidad de los jóvenes, donde se pueden mencionar el baile, el romance, las traiciones, la exhibición de cuerpos tonificados y chismes, todos articulados en una liviana y simple dinámica fácil de digerir.

En cuanto al uso de internet, las redes sociales presentaron la mayor tendencia, destacando principalmente el caso de "Facebook", con un importante 73% (equivalente a 111 alumnos de entre 152 encuestados). Este concepto de "redes sociales" es un fenómeno transversal que abarca todo el espectro de personas, pues se ha convertido en un importante medio de comunicación utilizado para entretener, conocer personas, hacer tareas, realizar negocios, entre otras cosas.

- Preferencias musicales.

Tabla N° 3 "Preferencia de estilos musicales"

Estilo musical	N° de menciones
Bailable	144
Hip Hop	26
Pop	22
Rock	16
Romántica	14
Disney Pop	13
Metal	9

Fuente: Elaboración propia.

En conformidad a los datos entregados en la tabla N° 3, se puede establecer que la música "Bailable" es la que presenta mayor preferencia, dentro de la cual se pueden distinguir 3 estilos bien marcados, en primer lugar el "Reggaetón" con 96 menciones, seguido de la "Cumbia" con 27, y finalmente la "Bachata" con 21 preferencias. La tendencia es clara, el "Reggaetón" es el estilo más representativo entre los escolares encuestados, tanto así que en algunos casos aparecía este estilo detrás de otro totalmente incompatible (el metal o la música clásica, por ejemplo). Este fenómeno podría atribuirse a una presión social que sufrirían los niños, producto del modelo mediático que se propone para la juventud. Esto no resulta menor, ya que teniendo en cuenta que de 152 niños, 134 reconocen escuchar frecuentemente este estilo, el "Reggaetón" se torna un interesante objeto de estudio para determinar cuáles son los elementos a nivel de contenido y a nivel gráfico que aportan esta amplia preferencia. Mucho más abajo de la música "Bailable", se encuentra el "Hip Hop" (en inglés y castellano) con 26 preferencias, luego el "Pop" con 22. El denominado "Disney Pop" se refiere a bandas juveniles emergentes del canal Disney Channel, donde puede encontrarse a cantantes como Justin Bieber, Demi Lovato, Hannah Montana, Jonas Brothers, entre otros.

- Canales de aprendizaje preferidos.

Tabla N°4 “Canales de aprendizaje preferidos” (en %)

Actividad	% de mención
Usando Internet	84,9
Viendo televisión	74,3
Jugando videojuegos	31,6
Leyendo cómics, historietas	27,6

Fuente: Elaboración propia.

Frente a la pregunta “¿cuál es la manera más entretenida de aprender para ti?”, los resultados son los que se presentan en la tabla N° 4. Así, con un 84,9% el “Internet” acumula gran parte de las preferencias al respecto. Al contrastar este hallazgo con datos anteriores (tabla N° 2), queda de manifiesto que internet es la plataforma más adecuada para llegar a los niños en edad escolar (segundo ciclo particularmente) dado la predominante predilección por este medio. A este mismo respecto, la “Televisión” cuenta con un 74,3% de aprobación como medio de aprendizaje lúdico. Respecto de la actividad “Jugando videojuegos”, sólo un 31,6% afirma aprender cosas por medio de ella, pues el objetivo directo de esta actividad es entretener. Finalmente los soportes impresos tienen poca aceptación con un 27,6%, totalmente inferior respecto a los otros canales.

- » Conclusión sobre el consumo audiovisual de los niños en edad escolar.

Los antecedentes recopilados dan cuenta de que el uso de medios como la televisión o el internet son de carácter transversal. La televisión refleja una tendencia dividida entre “Dibujos Animados” y “Programas Juveniles”, mientras que el internet destaca particularmente por las redes sociales. A esto último se le agrega la alfabetización digital y las herramientas multimediales que el Gobierno dispone en el aula de clases, acercando aún más al estudiante a esta red global. Considerando lo anterior, se puede establecer que para diseñar un material educativo para niños entre 10 y 13 años, la televisión o el internet resultan ser los canales más adecuados, por lo que habría que rescatar elementos de cada uno para cautivar a este público objetivo.

Los programas juveniles se componen de personajes referenciales para los niños, vale decir, modelos a seguir conforme a su rol, dentro de un contexto dinámico y sin un claro conflicto, ya que su sentido no persigue más que esbozar una idea simple absolutamente entendible, pero siempre dentro de un contexto. Los dibujos animados por el contrario siempre tienen un conflicto expresado también de un modo dinámico, con personajes cuyos perfiles característicos obedecen a un estereotipo fácil de recordar. En este sentido, a la hora de generar productos audiovisuales para estos niños, la mejor estrategia sería utilizar ambos canales, donde uno sería complemento del otro.



El escuchar música resultó ser una actividad muy recurrente entre los jóvenes, gracias a tecnologías de almacenamiento y a la disponibilidad en internet, destacando en particular el “Reggaetón”, como ritmo más representativo del universo estudiantil del segundo ciclo escolar. Esto podría deberse a que el individuo al no recibir una formación sistemática en cuanto a la música durante su etapa de niñez, no es capaz de adquirir un criterio musical, por lo que termina aceptando lo que la cultura de masas le dicta. Luego en la enseñanza media recién tiene un acercamiento real y estructurado en clases, pero dada la “contaminación cultural” el alumno difícilmente cambiará sus hábitos adquiridos en su infancia. Francisco Villalobos, director de la Orquesta Sinfónica Infantil de Valparaíso, señaló la importancia de una temprana educación musical: “¿cómo podemos competir con los españoles por ejemplo, si a ellos en pre-kinder ya comienzan a enseñarles música?”, además que en Chile no existen textos adecuados para la educación musical. En virtud de lo anterior, parece ser que el segundo ciclo escolar es el momento más adecuado para introducir al estudiante en la música, pues la actual malla curricular contempla una educación musical más sistemática durante la enseñanza media, que podría verse enormemente beneficiada con un acercamiento durante el segundo ciclo escolar.

**CAPÍTULO IV**  
**DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO:**  
**EL SISTEMA-PRODUCTO**



## 4.1 Descripción del sistema-producto.

Mapa Conceptual del sistema-producto



El diagrama propone como solución a la problemática planteada, una intervención basada en una experiencia que sugiere a lo menos 2 resultados posibles: en primer lugar un mejoramiento en cuanto al conocimiento sobre la música clásica, y en segundo lugar el consumo o desarrollo de actividades relacionadas con el tema.



A raíz de la inquietud por el bajo nivel cultural del que adolecen los niños en edad escolar en cuanto a música clásica, se propone el diseño de un sistema-producto dirigido a la difusión de ésta, en niños de entre 10 y 13 años de edad. Dicha propuesta está orientada, por un lado, a la entrega educativa de contenidos relevantes respecto de la temática en cuestión (historia, biografías, obras, etc.), y por otro, a eventualmente motivar un acercamiento informativo al mundo de la música clásica, todo lo cual se espera que sea susceptible de motivar un involucramiento con la temática, ya sea a través del consumo o del desarrollo de actividades artísticas insertas dentro de dicha disciplina. Los componentes de este sistema-producto son producto, servicio y comunicación.

Los productos corresponden a un material audiovisual y un sitio web. El material audiovisual se basa en una serie de 8 capítulos (videos) donde cada uno narrará la vida de 1 compositor que sea representativo del mundo de la música clásica, abordando contenidos sobre la materia de manera cronológica, en relación a distintos tópicos (compositores, épocas musicales, instrumentos). Su carácter multimedial le da la cualidad de funcionar en cualquier contexto que tenga la posibilidad de reproducir DVD, por lo cual uno de ellos puede ser el colegio, o bien en la casa.

Como complemento o continuación del sistema, se propone un sitio web que ofrezca principalmente

información sobre diversas opciones que permitan un involucramiento directo con la temática (conservatorios, tiendas de música, radios y eventos). A lo anterior se suman los eventuales productos de difusión del proyecto, tales como la papelería, afiches, merchandising.

El servicio asociado al sistema-producto consiste en dar a conocer una esfera de la creación humana, que en el tiempo ha ido desligándose cada vez más de la cultura general de la sociedad, y además consiste en servir como un medio a partir del cual puede realizarse un acercamiento a distintas instancias destinadas a la difusión de la música clásica que pueden resultar de interés para los usuarios, cuestión esta última por la cual la propuesta incluye también el establecimiento de redes estratégicas con entidades relevantes al respecto.

Finalmente, en cuanto a la comunicación, ésta responde a los códigos gráficos y simbólicos reconocibles como atractivos para los usuarios, sin descuidar aquellos códigos inherentes al universo simbólico de la disciplina artística en cuestión. Por este motivo, se propone una marca que logre un consenso entre la formalidad de la disciplina, y el lenguaje propio de los jóvenes, la cual representa al sistema en cada soporte que tenga lugar la promoción del producto, sea éste material impreso o digital.

Por ello, en términos de la experiencia, se pretende que el sistema-producto brinde al usuario la posibili-



dad de adentrarse en el mundo de la música clásica de un modo diferente y en distintos niveles posibles (conocimiento-consumo-práctica), en el que el proceso no tendrá que ser necesariamente aburrido. A “nivel de conocimiento” el usuario se limita a incorporar nuevos datos a su repertorio cultural, siempre relacionados con la música clásica. El nivel de “consumo” tiene relación con la apreciación musical, vale decir, el interés por escuchar a distintos autores o estilos musicales dentro de la temática. Y por último, el tercer nivel denominado como “práctica” se refiere a la motivación mayor que logra el usuario, el cual termina involucrándose activamente en la práctica de algún instrumento, o bien, participando en alguna orquesta sinfónica.

Cabe señalar que el contexto educacional tradicional chileno, no contempla una instancia como esta, por tanto la única oportunidad de acercamiento que tienen los niños a la temática, se limita a series exhibidas por señales de cable, cuyo tratamiento de la información está evidentemente diseñado para adultos al hacer hincapié en la rigurosidad de los datos, es decir, en el aspecto enciclopédico del asunto. Sin embargo la experiencia que provocará la propuesta en el usuario tendrá un componente particularmente lúdico, pese a no descuidar por supuesto la fidelidad de los contenidos que intentan darse a conocer

El sistema-producto incluye la participación, como patrocinadores o auspiciadores, de entidades re-

lacionadas a la difusión y/o enseñanza de la música clásica en el país, algunas de las cuales a su vez podrán servir —como las orquestas o los conservatorios— de canales directos en los que puedan volcar los usuarios sus potenciales intereses musicales.

Se espera que la implementación y comercialización de la propuesta pueda llevarse a cabo por distintas vías, tanto institucionales como particulares, destacando la posibilidad de un ofrecimiento directo del sistema a los planteles educacionales de educación básica, así como a la Corporación Municipal o inclusive al Ministerio de Educación.

Action Board del sistema-producto



La figura muestra cómo el usuario logra mejorar su nivel cultural al cabo de su interacción con el sistema-producto. Los contextos de funcionamiento de la propuesta se plantean como el colegio o el hogar sin que exista jerarquía entre ellos. La experiencia está dada por la información presente en el sitio web, la cual puede derivar en alguno de los resultados esperado, siendo el interés por la práctica el óptimo, ya que incluye a los anteriores (adquisición de conocimiento e interés por el consumo).



#### » Descripción del Usuario

El usuario al cual está dirigida la propuesta, corresponde a los niños en edad escolar, particularmente entre 10 y 13 años aproximadamente, debe disponer de tiempo libre suficiente para realizar actividades recreativas, deportivas o artísticas, pese a que en la gran mayoría de los casos se limita a quehaceres sedentarios relacionados con alguna tecnología de comunicación masiva, es decir, la televisión, o el internet. Cabe señalar que este usuario se caracteriza por tener un bajo nivel de conocimiento acerca de las bellas artes, y en cuanto a música clásica, un nivel casi nulo. No obstante aquello, un usuario de otra edad o características podría darse, inclusive hasta un adulto.

Dentro de las cualidades favorables para el funcionamiento del sistema, el individuo debiera tener cierta disposición a explorar en el mundo del arte, debe manifestar alguna afinidad con algún tipo de música, debe ser motivado por sus propósitos, y tener cierta disciplina para el desarrollo de sus actividades. Respecto de las condiciones desfavorables, un entorno que fomente otros hábitos, como el deporte, las fiestas, el uso de tecnologías o las tribus urbanas, podrían afectar el desarrollo del sistema.

Es preciso señalar que desde el punto de vista de la psicología, la etapa comprendida entre los 10 y 13 años, corresponde a una transición entre la niñez y la adolescencia, lo cual somete al infante a una serie de

situaciones en que comienza a realizar operaciones y conceptos de mayor complejidad, constantemente debe tomar decisiones, necesita demostrar al resto su grado de madurez, se plantea objetivos y desafíos, y define gustos e intereses que eventualmente pueden desarrollarse durante los años siguientes. Estas condiciones hacen sea pertinente aplicar el sistema durante en esta etapa, pues durante una posterior (en enseñanza media) difícilmente se podrían replantear los hábitos adquiridos durante etapas previas; y en una etapa de niñez más temprana, sería complicado de entender el material tanto por sus elementos conceptuales, como sus contenidos inherentes.

#### » Contextos de funcionamiento

La ocasión en que el usuario se enfrenta al producto debe formar parte de una instancia adecuada para éste, es decir, considerando el poco interés general que se tiene por el arte, se hace necesario un contexto motivante, entretenido e inspirador que forme parte de la rutina de actividades propias del niño.

Dentro de las opciones que se ajustan a este requerimiento, el contexto escolar se proyecta con altas posibilidades de ser una instancia apropiada ya que además de estar dispuesta para el aprendizaje, cuenta con una importante cantidad de potenciales usuarios, y en algunos casos dispone para éstos de espacios acondicionados para el desarrollo de la disciplina. Además habría que considerar el alcance que puede lograr la propuesta gracias a la conectividad



informática con que cuentan los colegios, las influencias a nivel de ministerio y cantidad de alumnos a nivel nacional.

La televisión por su parte también ofrece una importante oportunidad para captar usuarios, cuya opción está determinada por su área de cobertura, horario y perfil del canal. En caso de ser canal de señal abierta, habría que ser muy selectivo en el horario y bloque dónde se exhiba, ya que el material audiovisual podría pasar desapercibido dentro la amplia variedad de programación que poseen estos canales. A diferencia del caso anterior, una señal de cable por lo general se especializa en temas más específicos y en función de ello define un perfil más acotado, por tanto sus televidentes tienen mejor disposición a consumir la programación.

Ambos casos resultan ser los más adecuados como contextos de funcionamiento, sin embargo también lo son como instancias de comercialización, pese a no ser las únicas. Otras opciones de comercialización que se visualizan pueden ser las relacionadas con el retail, la venta por internet, y los convenios con revistas, periódicos, alimentos o cualquier producto para niños.

» Productos y experiencia

El sistema-producto está conformado por 2 productos, un material audiovisual y un sitio web que lo complementa. El material audiovisual corresponde a una

serie animada de 8 capítulos que narran la vida de 8 compositores mundialmente reconocidos por su aporte en la música clásica. La idea es que a través de esta narración audiovisual se puedan entregar datos relevantes respecto del mundo de la música clásica en un lenguaje adecuado para niños, y a su vez dar a conocer los aspectos positivos y entretenidos que viven algunos escolares que actualmente participan de conservatorios, orquestas sinfónicas y escuelas de música, pero siempre con una connotación principalmente lúdica, para así motivar sus intereses por el involucramiento en la actividad propuesta. Cada episodio invita al usuario al sitio web para desarrollar actividades relacionadas con lo aprendido en el video, en cuya instancia le permite encontrarse con más información relevante y adecuada en torno al tema, además da a conocer diversas opciones cercanas para un involucramiento real con la música clásica. Estas opciones guardan relación con información útil respecto de personajes, historia, conciertos, conservatorios, tiendas de música, partituras, cursos, y cualquier otro dato necesario para iniciarse en el mundo de la música clásica, ya sea como intérprete de instrumento, o bien, como simple consumidor de música. En relación a lo anterior, cabe considerar además el potencial que ofrecen las redes sociales como instancia para conocer a otras personas con intereses similares.



» Resultados esperados

La propuesta pretende que el usuario se involucre oportunamente con la música clásica, ya que de no ser así, existe una alta posibilidad de que ceda ante la presión social y termine asumiendo las modas que la sociedad o los medios le impongan. Por este motivo, considerando que la mayoría de los intereses, costumbres, hábitos y gustos, son forjados entre los 10 y 13 años, el sistema se centra en esta etapa para proponer este involucramiento oportuno con la música clásica, cuyo resultado esperado se divide en sus 3 niveles: conocimientos, consumo y práctica de la temática.

El primer nivel de involucramiento que puede lograr el individuo una vez que ha visto la serie y haya explorado el sitio web, tiene que ver con nuevos “conocimientos” que adquiere referente a compositores, historia universal, piezas musicales o cualquier otro dato en torno a la temática.

Un segundo nivel tiene que ver con la manifestación de interés por conocer la música a través de su “consumo”, por tanto además de incorporar nuevos conocimientos, como en el nivel anterior, el individuo dedicará tiempo a escuchar y reconocer diversas piezas musicales.

El tercer nivel definido como “práctica” tiene relación con un involucramiento directo con la música mediante la interpretación de algún instrumento, la

participación en alguna orquesta, o el estudio formal de la música.

Resulta relevante que el infante tenga un acercamiento adecuado y oportuno a este arte, porque cada vez que un individuo que se interesa por algún estilo musical, necesariamente se involucrará con nuevos conocimientos en torno a éste que se verán potenciados al relacionarse con personas de intereses similares. Esto tiene una particular importancia a nivel individual, ya que el vivir esta experiencia puede ser un factor determinante en el desarrollo del individuo, pues un desenvolvimiento apropiado en el aspecto cultural puede brindarle la posibilidad de un desarrollo más integral como persona, mientras que un mejoramiento a este respecto es capaz de motivar en él nuevos hábitos, conductas, valores e intereses, una postura más reflexiva y consciente ante la vida, y al mismo tiempo alejarlo de los excesos y vicios propios de una sociedad mediática. Si esta situación se proyecta a un nivel masivo, se lograría cambiar la vida de muchos niños y por tanto se aportaría a construir una sociedad mejor.

# **CAPÍTULO V**

## **PROPUESTA CONCEPTUAL**





## 5.1 Propuesta conceptual.

Lo que se propone conceptualmente es un “sistema multimedial para la difusión de la música clásica para niños en edad escolar, basado en un modo comunicativo dinámico, entretenido e interactivo”, bajo conceptos relacionados con el dinamismo, la entretención (humor), la descontextualización temporal, la interactividad, y la simplicidad

La propuesta se concibe como un sistema en el sentido de que su diseño se basa en una articulación de distintos componentes —productos, servicios y comunicación—, cada uno de los cuales se relaciona coherentemente con los demás, constituyendo un todo sinérgico y apuntando en definitiva hacia la consecución de un mismo fin superior: en este caso, un aumento del nivel cultural en el usuario. Es multimedial en el sentido de que se basa en la combinación de diferentes medios o recursos —textos, imágenes, sonidos, entre otros— para intentar comunicar un mensaje determinado, que en este caso está relacionado a la difusión del mundo de la música clásica.

La propuesta ha sido pensada para cumplir con 2 funciones complementarias: educar, e informar. Así, la difusión de la música clásica en tanto entrega de contenidos se concibe como una instancia preliminar, introductoria, que representa un paso necesario para motivar en el usuario tanto el consumo de música clásica, así como eventualmente el involucramiento por parte de éste en el desarrollo de actividades artísticas relacionadas a la interpretación

de instrumentos musicales clásicos, lo cual se logra mediante la aplicación de los conceptos que constituyen la propuesta.

El dinamismo guarda relación con el modo en que se presenta la información en el material audiovisual, el cual apunta a evitar la monotonía y estancamiento a fin de otorgarle continuidad a la entrega de información, manteniendo así cautiva la atención del usuario. En cuanto al sitio web, está determinado como la capacidad prevista de la propuesta de actualizarse por medio de la incorporación continua de nuevos contenidos, información, etc., que permitan evitar en ésta un estatismo que a la larga pueda resultar poco atractivo para los usuarios.

Por otra parte, la naturaleza intrínseca de entretención que brindan los canales que se han elegido para concretar el sistema (material audiovisual y sitio web), le confieren al mismo de por sí dicho carácter lúdico, considerando los hábitos de consumo del usuario, al cual se dirige la propuesta.

Así mismo, la descontextualización temporal como recurso gráfico, genera ciertos matices que permiten un consenso visual entre 2 épocas, donde se rescata un fragmento del pasado a través de una imagen, y se le asignan cualidades del presente a través de una intervención gráfica. Dichas cualidades que son de naturaleza esencialmente estética, pero pueden actuar como funcionales dependiendo del modo en que se utilice tanto en la narración audiovisual,



como en el aspecto gráfico del sitio web.

El carácter interactivo de la propuesta tiene su fuente en el intercambio comunicacional satisfactorio entre el sistema y el usuario que se intenta propiciar por ejemplo a través del sitio web, la interfaz de éste y las actividades o tareas a desarrollar que considera como parte de dicho objetivo. En general: todas estas características con que cuenta la propuesta están en función del modo comunicativo pertinente que debe poseer la misma para ser adecuada a los usuarios hacia los cuales está dirigida, por tanto el material audiovisual también dado por dicho carácter, debe ser capaz de otorgar una dinámica constante que haga partícipe al usuario de una experiencia provechosamente gratificante.

Finalmente la simplicidad tanto gráfica, como escrita tiene que ver con la claridad en la entrega de información dada por elementos como la jerarquía, la depuración, discriminación, simplificación y composición de los elementos que configuran la información. Así mismo, el texto también posee un tratamiento simple, pensado en el usuario.

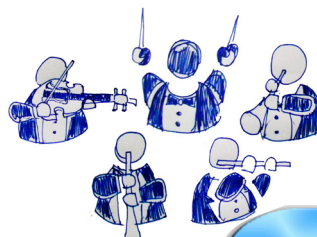
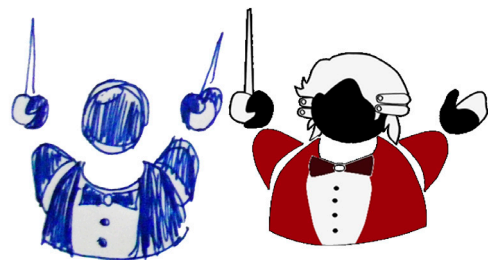
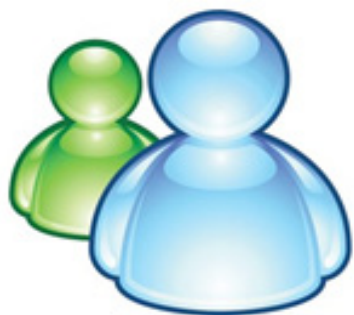
## 5.2 Génesis formal.

La génesis formal de la propuesta deriva del rescate de los elementos gráficos y simbólicos que caracterizan los productos audiovisuales que consume predominantemente el usuario —importante uso del color, formas dinámicas, código lingüístico simple, entre otros elementos—, pero respetando la naturaleza del universo estético y simbólico propio de la música clásica como Bella Arte, procurando llegar a un equilibrio entre ambos lenguajes.



El moodboard representa el universo audiovisual y digital de consumo del usuario, donde se destaca la música, los dibujos animados, los programas juveniles, y las comunidades virtuales.

Desarrollo de iconografía desde el boceto hasta la diagramación.



De este universo simbólico del individuo se rescata el ícono de Messenger para generar iconografías con distintas temáticas en torno a la música clásica. Estas iconografías se aplican principalmente al sitio web, para simplificar la navegación.

ARTISTICUS

ARTISTICUS



rtisticus

Durante el rescate de los conceptos necesarios para generar la marca, se desarrollaron diversas propuestas basadas en el uso de la letra "A" como isotipo, luego se propusieron tipografías más dinámicas para una propuesta más lúdica. Finalmente se concluyó que el consumo tipográfico de los niños se basa más en cómo se aplica, que en sus cualidades inherentes, por tanto una tipografía de carácter formal, podría tener un impacto positivo en el usuario, si es que se presenta con atributos como brillo, perspectiva o un fondo dinámico.

Génesis de la marca.



**Artisticus**

**Artisticus**

Desde el universo simbólico de la música clásica, se rescatan elementos representativos de éste, y se combinan para dar origen al isotipo que conforma la marca.

Aquí se aprecia la aplicación de la marca dentro de un contexto más juvenil, similar a lo que se aprecia en programas juveniles.



## 5.3 Requerimientos de diseño.

En relación a los objetivos del proyecto, a lo que se propone conceptualmente y al análisis de lo existente en la materia, se detallan a continuación los aspectos de diseño más relevantes a considerar en la propuesta formal, que es de carácter comunicacional multimedial.

### a) Dimensión estética materialaudiovisual

#### » Forma

Como aporte a la simplicidad visual, considerando que la propuesta es para niños, se utilizan ilustraciones para recrear a personajes, o elementos de épocas pasadas, ya que esta técnica resulta ser más significativa y recordable que pinturas o fotografías, dado que éstas se caracterizan por una gran cantidad de detalles, y la similitud entre una y otras tiende a confundir. Se opta por ilustraciones en lugar de caricaturas, ya que éstas últimas podrían desvirtuar la imagen del personaje al exagerar sus rasgos, por ejemplo, mientras que la ilustración lo que busca es imitar la realidad. Así mismo, en pos de la limpieza visual, se simplifican o se omiten algunos detalles menores, considerando que los objetos antiguos se caracterizan por ser saturados, por lo que el sombreado logra suplir los detalles de cada ilustración. La imitación de la realidad hace que en los rostros de los personajes, no existan rasgos geométricos destacados, por lo cual se replican algunos elementos, como tipo de ojos, tonos de piel, arrugas de la piel, distribución capilar y la iluminación de los personajes, a fin de lograr un lenguaje visualmente uniforme.

Respecto del uso de tipografía, se requiere de 2 tipos, una de carácter formal con un aspecto más clásico evocativo del pasado, y otra más contemporánea acorde al usuario, destacando cierta dinámica visual que permita modernizar la imagen de la tipografía. El uso de ambas, pretende contrastar 2 épocas dentro de un mismo contexto. Una tercera tipografía con características más neutrales, servirá para pequeños textos aclaratorios de la escena (un CG por ejemplo).

#### » Color

Los colores a utilizar responden a los propios de la época a tratar, y se muestran principalmente en las ilustraciones cuya coloración se basa en colores vivos y planos (primarios y secundarios principalmente, sin efectos de degradación, ni brillos, ni similares), que aportan a la simpleza de la escena. El sombreado de las ilustraciones se basa en variaciones de tonos de los mismos colores planos, así mismo el contraste de colores otorga cierta dinámica basada en los cambios continuos de color, al momento de presentar un elemento tras otro. Otra instancia de uso del color es la utilización de filtros cromáticos, efectos visuales y texturas que combinan una mirada del pasado, con los ojos del presente, aportando así a la descontextualización temporal.

### » Composición

En relación a la composición de la escena, o modo de presentar la información, se rescata la diversidad que otorga el collage como técnica de composición atemporal, pensada en un usuario que consume múltiples modos de comunicación. Dicha técnica se circunscribe de una lógica compositiva dinámica e impredecible.

La utilización de diversos elementos de distinta naturaleza, época y técnica, interactuando dentro de un mismo contexto, suponen una suerte de integración descontextualizada, que se articula de un modo entretenido y dinámico.

Otro aspecto compositivo importante tiene que ver con depuración visual que se logra en cada escena, esto en contraposición a la enorme cantidad de detalles que se aprecia en los objetos, decoración o contextos de tiempos pasados. Esta característica apunta a la simplicidad de cada mensaje que se pretende transmitir.

### b) Dimensión estética de sitio web.

#### » Forma

Los sitios web, a diferencia de los videos, en lugar de presentar la información de manera cronológica, la almacenan para la disponibilidad del usuario. En este

caso, al ser parte complementaria del video, debe poseer el mismo lenguaje visual dado por sus elementos, modos y conceptos implícitos y explícitos.

El dinamismo estará dado por constantes variaciones de colores, contrastes y cambios inesperados de elementos y/o de texturas. La disposición de elementos fuera de contexto, junto con la combinación entre ilustraciones y fotografías, otorgan un componente lúdico a la propuesta.

La tipografía por su parte, al igual que en el caso del video, se utiliza una con carácter formal, y otra más contemporánea para los títulos, apelando al contraste de lo pasado con lo presente/juvenil, existiendo también una tercera con un carácter más neutral y legible, para los textos más extensos, los cuales se disponen un espacio claramente determinado, a la derecha, justificado y en una sola columna.

#### » Color

La limpieza visual de la propuesta está determinada principalmente por el uso del color y el manejo de los espacios en blanco. Como base se utilizan texturas y color blanco, sobre el cual se dispone toda la información desde textos, hasta imágenes. Al igual que en el material audiovisual, el sitio web se basa en colores vivos y planos, respondiendo a la simpleza que se pretende. El sombreado de los elementos sigue el mismo criterio de las ilustraciones, vale decir, variaciones de colores planos.

#### » Composición

A diferencia del video, el sitio web tiene un carácter principalmente informativo, pese a ello sus criterios son similares a los del material audiovisual, distinguiendo una distribución armónica de pesos visuales dada por los elementos y por los contrastes de color, contribuyendo así a una jerarquía gráfica en cuanto a la entrega de información. Algunas secciones serán fijas y otras variables, dependiendo del tipo de información.

#### c) Dimensión funcional propuesta audiovisual

##### » Funcionalidad

El video como tal tiene un carácter narrativo, ya que se encarga de contar una historia, a través de la cual debe responder a 3 funciones centrales: educar, entretener y motivar. Para dichos fines el material audiovisual debe ser tratado en forma lúdica, dinámica y simple, y además debe formar parte de una instancia que facilite la participación del usuario que, por tratarse de niños, podría ser el colegio, la televisión, alguna tienda o algún evento relacionado con infantes.

Para captar y mantener la atención del usuario, el humor, la sorpresa y la descontextualización son recursos que aportan al dinamismo de la entrega, además de tener un carácter cognoscitivo y lúdico, le dan una dinámica más atractiva a la narración, invitando al usuario a repetir la experiencia y por tanto lograr un

aprendizaje implícito por repetición. Además de lo anterior se considera la utilización de personajes, hitos, o elementos significativos y bien reconocibles universalmente, y por tanto recordables por los niños.

El sonido es otro elemento que aporta al dinamismo de la entrega además de captar y mantener la atención del usuario. La musicalización por su parte, genera la atmósfera necesaria para darle expresión a cada escena. La locución es llevada a cabo por una jovial voz, la cual se contrapone al carácter formal, solemne y enciclopédico, propio de documentales que tratan temáticas similares, a fin de adecuarse al usuario mediante un lenguaje que acoge la formalidad del tema y la cotidianeidad propia de los jóvenes, vale decir, una narración simple, entendible y sin incurrir en tecnicismos específicos. Finalmente están los efectos de sonido, lo cuales contribuyen a mantener la atención del usuario en momentos bien específicos, además de entregar cierta carga humorística en algunos casos.

##### » Comprensibilidad

Cada escena debe demostrar claramente elementos en un primer plano (eventualmente en un segundo plano), y un fondo o escenario, que lo destaque visualmente. Esto se logra gracias a recursos como filtros de color, o efectos de desenfoque que jerarquicen la información, a fin de guiar al usuario en qué debe leer, y cuándo debe hacerlo.

Las tipografías son leídas de acuerdo a su aparición y permanencia en escena, y del mismo modo que en los elementos anteriormente descritos, su lectura será cuidadosamente guiada en base a efectos y filtros de color. La narración complementa la imagen, determina en definitiva lo que se debe comprender. A este respecto, la música separa las ideas para clarificar la narración. El menú del DVD está claramente diagramado y jerarquizado con pocas opciones de elección para un mejor entendimiento por parte del usuario.

» Legibilidad

El uso del color, en términos generales, pretende separar, distinguir, destacar elementos de otros elementos, o bien, del fondo.

Así mismo, el tamaño de cada elemento, o la variación de los mismos conforme a su participación en la escena, pretende clarificar y guiar una correcta lectura de la información. Respecto de los márgenes o límites de la escena, serán variables, ya que se trabaja a imagen reventada.

En cuanto al uso de tipografías, será controlado mediante el color y tamaño dependiendo la participación que tenga en escena, y su presentación no sufrirá deformaciones ni atributos que la ensucien. Como se mencionó anteriormente, no excederá en 3 la cantidad de tipografías distintas utilizadas.

d) Dimensión funcional sitio web

» Funcionalidad

La función del sitio web, entendido como etapa posterior al video, busca complementar y profundizar la información entregada, y a la vez servir como nexo entre el usuario y la actividad artística, a través de información contingente del tema y las opciones reales para el desarrollo de éste, por lo tanto en esto reside el carácter “interactivo” de la propuesta. No obstante lo anterior, el sitio web puede funcionar perfectamente de manera autónoma proporcionando información relevante para cualquier usuario que tenga interés en iniciarse en el mundo de la música clásica mediante este acercamiento distinto a la disciplina artística, con un carácter educativo y entretenido acorde al usuario.

Al igual que en el caso del video, el sitio web debe mantener el carácter lúdico, dinámico y a veces descontextualizado, pero ya no con un sentido narrativo, sino que claramente más informativo e interactivo, esto a través de recursos gráficos de composición, manejo del color, y algunos efectos que aporten a transmitir este carácter lúdico. Lo dinámico e interactivo está determinado por la capacidad de actualización de la información, y la posibilidad de interacción mediante redes sociales.

Otro aspecto relevante es que el usuario al registrarse en el sitio, pasa a formar parte de una base de datos



de interesados en tema, y por tanto puede contribuir en una importante oportunidad para proveedores de productos y servicios relacionados, tales como conservatorios, tiendas de música, venta de instrumentos, y otros, que forman parte del sitio web.

» Comprensibilidad

Cuando el usuario se enfrenta por primera vez al sitio debe percibir a lo menos 2 cosas: la disciplina tratada mediante elementos representativos de la música clásica, y la orientación infantil a través del modo lúdico en que se presenta la temática.

Para acceder a cada sección, se debe hacer con la menor cantidad de pasos posibles, y éstos deben ser replicados para tornarse intuitivos, predecibles y recordables para los usuarios antiguos y nuevos, a fin de generar un aprendizaje previo que facilite el entendimiento para cuando se actualice la información.

Otro aspecto importante para la comprensibilidad guarda relación con el modo lingüístico, ya que éste incluye un lenguaje entendible por el usuario, y la extensión adecuada para no aburrir ni dejar desinformado al mismo.

» Legibilidad

El color de los textos debe contrastar con el del fondo, las tipografías deben ser simples y entendibles, además deben tener un tamaño adecuado para

su legibilidad. La diagramación debe jerarquizar la información de la generalidad a lo detallado a través del tamaño de los elementos. A modo de interfaz, se incorporan iconografías representativas de una idea general para acceder a otra sección, logrando así reducir visualmente la cantidad de información, a fin de aportar así a la claridad de la propuesta, y por tanto facilitar la lectura.

# **CAPÍTULO VI**

## **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**



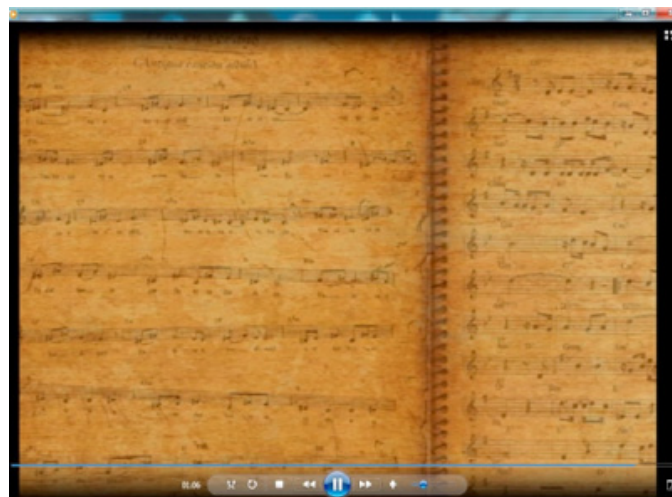
## 6.1 Aspecto formal

### a) Material audiovisual

#### » Forma

Para el desarrollo formal, el material audiovisual se valdrá de recursos mixtos, vale decir, uso de fotografías, capturas de video, ilustraciones, dibujos o imágenes (mapa de bit y vector) interactuando dentro de un mismo contexto, lo que denota una serie de modos distintos de comunicar que resultan interesantes para los niños de hoy en día, según información recopilada en investigación de campo en torno al tema. En algunos casos, las fotografías o dibujos son recortados y pueden eventualmente tener algún tratamiento gráfico (filtro, contraste, efecto, etc.) para integrarse de mejor forma a la escena, y así sobresalir respecto del fondo.

En relación al fondo de cada escena, se utilizan texturas animadas evocativas de épocas pasadas como base, y sobre ellas se disponen elementos como pinturas, dibujos, o bien fotografías que sirven para recrear algún evento histórico, donde pueden (o no) haber otros elementos en un primer plano. El fondo, en algunas ocasiones, se conserva tal cual, o bien se vale de recursos gráficos (desenfoco, desaturación, sepia, o saturación de color o algún filtro entre otros). En relación a lo mismo, a veces se utilizan efectos visuales, como brillos, sombras, colores o luces, además de animaciones cortas para generar matices en la narrativa visual.



Texturas animadas evocativas de épocas pasadas, utilizadas como fondo o base para disponer elementos sobre ella.

Un elemento en primer plano dispuesto sobre la textura base.

## » Color

Los colores a utilizar en las ilustraciones responden a la estética de los siglos XVII, XVIII y XIX, principalmente serán primarios y secundarios, destacando tonalidades como rojo, azul, amarillo, gris y negro, además de algunas variaciones de éstos para efectos de sombras. En algunos casos será necesario aplicar filtros cromáticos o efectos visuales a toda la escena o sólo al fondo, como recurso de contraste cromático. A partir de un Pantone estándar, se define los colores para la piel y sus respectivas sombras en el caso de los personajes, para así lograr destacarlo respecto del escenario. Para el sombreado de las ilustraciones no se utilizan efectos de degradaciones o difuminados, ya que este marcado estilo de sombra permite un buen manejo de la iluminación y acentúa los rasgos faciales, logrando un énfasis en la expresión del rostro y la piel en general, además de permitir completar elementos de las vestimentas (arrugas, brillos). Se utiliza entre 1 y 3 tonos para generar las sombras en la piel y la vestimenta. Las ilustraciones se desarrollarán a partir de dibujos vectorizados y posteriormente pintados mediante software.



La figura muestra las distintas tonalidades utilizadas tanto para el pintado, como para la construcción de sombras. Este tipo de sombras basado en tonos planos, permite complementar la figura dándole mayor expresión y luminosidad a la ilustración. Este criterio se extiende para todas las ilustraciones.

## » Composición

La técnica del collage brinda la opción de componer la escena de un modo dinámico, lúdico y sorpresivo, mediante los distintos tipos de elementos. Como criterio general, la escena está compuesta de un fondo (o escenario) y un elemento en primer plano, pudiendo ser éste un personaje, una tipografía, una iconografía o cualquier elemento que se requiera destacar. Como muestra la figura, cada escena se articula a través dibujos, ilustraciones, fotografías, pinturas, videos, entre otros, pero dentro de una lógica compositiva determinada por el modo, y por el tono cromático. Cada escena, considerando que se constituye por un fondo (o escenario) y un elemento en primer plano, entrega la información mediante 3 pasos: aparición de un elemento, la permanencia y retirada de éste de la escena, siempre a través de una impredecible dinámica de movimiento.



Estas capturas dan cuenta del modo compositivo de articular cada escena. En la primera escena, se monta un dibujo antiguo recortado de la casa de Mozart, sobre una actual fotografía de la misma. La segunda muestra la ilustración de Mozart, junto a una tipografía, y en el fondo una dinámica de elementos en movimiento y efectos de brillo. La tercera y cuarta escena reflejan la revolución industrial mediante máquinas en blanco y negro, en contraste con el fondo de tonalidades marrones. Finalmente las escenas 5 y 6 muestran el nacimiento de Mozart de un modo humorístico.

Para el caso de los videos que “no animados”, vale decir, las grabaciones de los niños interpretando instrumentos, el dinamismo estará determinado por el modo en que se trabaje con la cámara, considerando tomas mayormente en movimiento, distintas panorámicas, mostrando detalle de instrumentos, rostro de los niños interpretando instrumento, captando ángulos en picada y contrapicada, planos superiores, close up, y otros recursos que otorguen la dinámica necesaria que se requiere para mantener la atención del espectador, en lugar de incurrir en tomas fijas que terminan finalmente otorgando estatismo a cada escena.



Las escenas corresponden a la Orquesta Sinfónica Infantil de Valparaíso durante un ensayo. Se destaca el trabajo de cámaras, cuyas tomas logran transmitir de manera aislada algunos detalles, como por ejemplo el trabajo de un solo instrumento, como también da una referencia general de la orquesta mediante planos superiores, como en las 2 últimas escenas.

b) Dimensión estética de sitio web.

» Forma

En rigor, un sitio web a diferencia de un video, tiene principalmente una naturaleza estática, considerando que su objetivo es disponer de espacio para almacenar información. Por lo anterior, se propone un modo dinámico de exponer el tema basado en elementos geométricos que sirven como base para textos (palabras o títulos), cuya característica principal es no tener líneas paralelas, ni aristas pronunciadas, las cuales por lo general tienen al estatismo. Otro elemento utilizado corresponde a iconografías dispuestas sobre un cuadrado con aristas redondeadas. Las ilustraciones, principalmente las referidas a los compositores, corresponden a las mismas que forman parte del material audiovisual, pero en su presentación más tradicional o representativa.

En cuanto a las tipografías, también al igual que en el video se utilizan 3 tipos, una antigua y una moderna para títulos, y una tercera de carácter neutral y legible para grandes extensiones de textos.

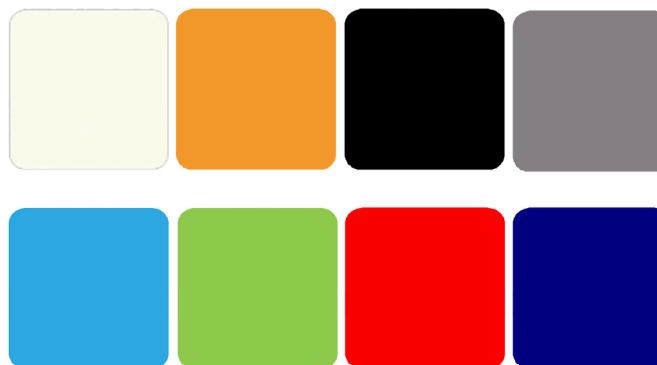


Formas de algunos elementos geométricos que forman parte del sitio web, según descripción anterior.

## » Color

El uso del color en el sitio web debe cumplir el mismo criterio que el material audiovisual en relación a “renovar” la imagen de un contenido antiguo, considerando que los tópicos abordados guardan relación con épocas de siglos pasados. La aplicación de color debe ser en su estado puro, es decir, sin degradaciones (colores planos). Visualmente se aprecia un tono blanco como fondo, sobre el cual se dispondrá toda la información, sea ésta textos o elementos gráficos, lo cual es esencial para la claridad de la información. Eventualmente se utilizarán efectos como brillos o sombreados sutiles que no atenten contra la limpieza visual requerida.

A continuación, se presenta una muestra algunos de los colores utilizados tanto en el diseño de templates del sitio web como en las ilustraciones, y a partir de las mismas se derivan sus respectivas variaciones de tono para efectos de sombra o iluminación.



La iluminación de los colores da cuenta de la imagen renovada que se aplica a las fotografías, pinturas y dibujos que reflejan épocas del pasado, cuyo aspecto es inadecuado para niños. Estos colores particularmente intensos y brillantes, logran en definitiva una apropiada renovación gráfica.

## » Composición

Como criterio general, se establece una estructura compensada visualmente, dada por el equilibrio cromático y tamaño de elementos, a su vez, el color blanco del fondo aporta al ordenamiento y reconocimiento de cada elemento, además de lograr jerarquizar por tamaños y color. Los extremos superior e inferior se mantienen visibles siempre, ya que corresponden a las partes fijas del sitio web. La parte del centro (la que no corresponde a los extremos fijos), cambiará conforme el paso de una sección a otra. Los elementos se disponen bien separados unos de otros para que el usuario no se confunda o seleccionen un botón equivocado por error.



A los extremos superior e inferior se ubican las partes fijas, donde la parte superior contiene la iconografía que vincula con otras secciones del sitio web, y la parte inferior aloja a los colaboradores. El centro del template cambiará cada vez que se pase de una sección a otra, dicho de otra forma, el "contenido" irá variando, y las partes de color verde siempre estarán visible.

## 6.2 Funcionamiento.

### a) Material audiovisual

#### » Funcionalidad

La propuesta brinda la oportunidad de acceder a información referente al mundo de la música clásica, a través de un modo comunicativo acorde al público objetivo planteado. Este material audiovisual, constituido por 2 dvd, está pensado como una serie de 8 capítulos que dan a conocer una selección de los aspectos más relevantes, e inspiradores respecto de la vida de 8 compositores representativos de este género. Además de modo paralelo, se muestra la experiencia que viven algunos niños de colegios regionales, que en la actualidad están involucrados directamente con la temática participando de orquestas infantiles. Esto tiene por objetivo transmitir las bondades que implica dicha rutina para ellos, demostrar como les ha cambiado la vida a partir de la música, como han conocido diversos lugares y escenarios gracias a las presentaciones, y básicamente cuan gratificante resulta esta actividad. Así es como se pretende brindar una experiencia amena, entretenida y didáctica, que invite al usuario a seguir explorando la disciplina, mediante los capítulos posteriores y su respectivo sitio web. Para dicho cometido, el guión de cada capítulo se estructura de la misma forma, considerando los siguientes aspectos:

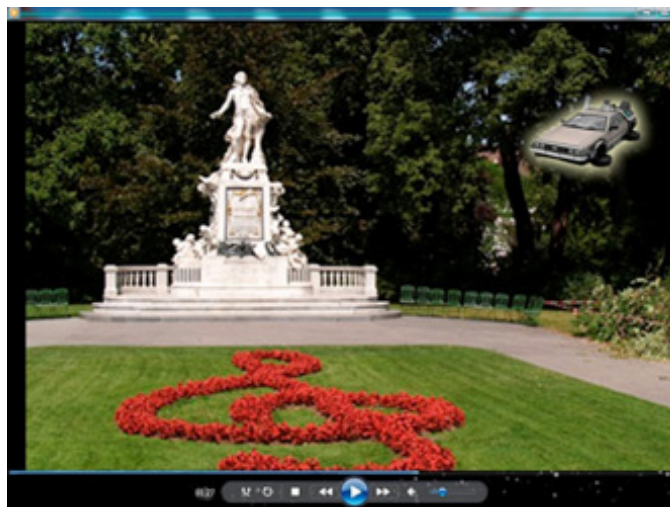
- » Presentación del contexto: Época, acontecimientos, año, lugar, personaje.
- » Vida del personaje: Contexto familiar, motivaciones, experiencias, juventud, adultez, muerte.
- » Legado: Trascendencia, obras musicales, aplicaciones o uso de obra musical (películas, por ejemplo).
- » Paradigmas: Niños, o escolares chilenos involucrados con la música.
- » Avance del capítulo siguiente: De manera casual presentar al próximo artista.

Cada uno de estos aspectos debe procurar mantener la atención y expectación a través del modo comunicativo en que se presenta la información, y producto de aquello el usuario irá incorporando información nueva a su bagaje cultural. El humor como componente de entretenimiento, se constituye a partir de la descontextualización de elementos fuera de época, la repentina animación sorpresa de los personajes, la exageración (ridiculización) de situaciones, algunos efectos de sonido, entre otros recursos.

### » Comprensibilidad

Para un mejor entendimiento, y captación de atención, se hará uso de elementos o personajes de reconocimiento mundial, por ejemplo Einstein, don Quijote, actores de cine, Torre Eiffel, muralla china, o algún elemento fuera de época, como un ferrari, un avión, u otro similar que finalmente logre explicar alguna idea partir de la descontextualización. Este recurso aporta significativamente en el usuario, ya que así podrá relacionar personajes, o elementos, con los compositores, o hechos históricos, y por tanto tener un real proceso de aprendizaje.

El hilo conductor que articule la narrativa visual, estará determinado por la aparición, permanencia y salida de la escena del elemento en primer plano, que será en definitiva el modo en que el usuario pueda seguir cada escena. Además de lo anterior, se agregan recursos gráficos como transiciones que aportarán a guiar la narrativa visual de estos elementos, tales como fotografías, ilustraciones, tipografías, videos entre otros que forman parte de la escena.



La imagen muestra un monumento dedicado a Mozart, el cual repentinamente es visitado por el auto DeLorean de la película "Volver al futuro". Esta escena corresponde a una ironía respecto de indigna sepultura que tuvo el mencionado compositor al momento de su fallecimiento.

En esta escena Einstein se mira al espejo, y en su reflejo ve el rostro de Mozart, pues el científico lo admiraba y veía en la genialidad de su música cierta relación con la genialidad de su física.



La figura presenta el momento exacto en que se muestra el lugar de origen de Mozart, a través de una tipografía en primer plano, otra en segundo plano junto con un elemento (mapa), y de fondo una base blanca, similar a lo que se aprecia en el sitio web.



Las 4 primeras imágenes muestran una secuencia que parte con una palabra, la cual se mueve a la derecha para darle paso a una imagen (pintura). Luego mediante efectos de transición, se reemplaza la pintura por la ilustración, y la tipografía clásica, por otra más moderna. Las 2 últimas escenas muestran el contraste entre la figura y el fondo, basado en el color, en el tamaño y el movimiento.



## b) Sitio web

### » Funcionalidad

El sitio web tiene por objetivo complementar y profundizar los contenidos entregados en el material audiovisual con más antecedentes y personajes al respecto, además de proporcionar información relacionada con conservatorios, orquestas, venta de instrumentos musicales, y contacto con otros niños activos en la temática, a fin de otorgar opciones reales de acercamiento a la actividad artística. Para esto, al finalizar cada episodio, el material audiovisual invita al usuario a visitar el sitio web [www.artisticus.cl](http://www.artisticus.cl) para realizar unas actividades relacionadas con el capítulo recién visto.

Al ingresar al sitio web, el usuario se registra y responde las preguntas relacionadas con el video, y al mismo tiempo se encuentra con información y datos relacionados con la música clásica, ya sea para iniciarse en este mundo, o bien, para nutrirse de distintos contenidos y propuestas para estudiar, comprar instrumentos, asistir a eventos, etc. Para quienes no hayan visto el video, tienen la opción de inscribirse y acceder a cierta cantidad de información, dependiendo de la adquisición del material audiovisual, ya sea por capítulos o por la serie completa. El resto de la información, como la referente a conservatorios, tiendas de música o similares, estará disponible para todos, y eventualmente pueden existir cupones de descuentos o promociones.

Como instancia educativa y dinámica, se requiere de actualización constante para que el usuario no siempre se encuentre con la misma información, a fin de evitar el estatismo y aburrimiento. Por lo tanto se pretende cada cierto tiempo además de actualizarlo o incorporar nueva información, cambiar algunos fondos, banner, o apariencia a fin de ir variando la presentación del sitio. A lo anterior, se suma la opción de interactuar con otros usuarios mediante redes sociales, y con proveedores de productos y servicios, para así mantener comunicación constante en torno a la materia.

### » Comprensibilidad

Por presentar una mayor cantidad de escritura, se procura un lenguaje simple que no incurra en sofisticados tecnicismos ni en interminables extensiones de textos, a fin de hacer de la lectura algo de mayor utilidad para los niños. Las secciones del sitio web se presentan de un modo simple, apoyado por iconografías que reducen la cantidad de textos. De este mismo modo se conservan los íconos originales de otros sitios asociados para facilitar la comprensión, como por ejemplo, las redes sociales.

En cuanto al tiempo de interacción, estará determinado por el usuario, de acuerdo a sus intereses, los cuales son guiados conforme a los criterios de usabilidad dispuestos por el sitio. A ello, se agrega la potencialidad que ofrece la instancia de comunicación de las comunidades virtuales asociadas al sitio web.

El sitio web ubica toda la información importante a la vista mediante títulos principales enmarcados o dispuestos sobre una base de un color plano, y de manera secundaria dispone iconografías con otras informaciones relacionadas con las distintas secciones del sitio web. Se destaca la distribución de sus elementos claramente separados unos de otros para que la información no sea confundida. Los textos, se distinguen por el contraste cromático con el fondo, además de contar con un tamaño adecuado a la lectura. Como interfaz, las iconografías, las ilustraciones, y la diagramación se encargan de optimizar el trabajo del usuario al guiarlo en cómo debe entender la información.



Como muestra la captura de pantalla, cada elemento está separado uno de otro, el contraste del color blanco de fondo, aporta positivamente a la lectura, y la iconografía se deja ver cuando se pasa sobre ella.



» Legibilidad

Al igual que en el material audiovisual, la apariencia del sitio web está pensada y diseñada para niños, razón por la cual debe destacarse por su claridad visual. Así mismo, cada elemento se contrasta cromáticamente con el color blanco del fondo, y cada elemento estará notoriamente separado uno de otro. Los textos más extensos se ubicarán a la derecha, pues la lectura se termina haciendo hacia la derecha, y las tipografías a utilizar corresponden a las mismas del material audiovisual, y también evocan épocas según sus aspectos formales.

## 6.3 Características técnicas.

### a) Material audiovisual

La propuesta audiovisual considera una serie de especificaciones técnicas, dentro de las cuales se mencionan las más generales:

- » Formato: El video será renderizado como avi dv, para posteriormente ser convertido en DVD norma NTSC, con 4 capítulos por disco.
- » Tamaño: 480x720, wide screem.
- » Duración: 25 minutos por capítulo.
- » Tipografías empleadas: Bauhaus - My Puma - Century Ghotic.
- » Panttone: "Solid a Coated", en RGB incluyendo ilustraciones, y filtros cromáticos.
- » Respecto de lo anterior, se consideran los siguientes elementos para la presentación del Material audiovisual:
- » Disco impreso con carátula impresa en cuatricromía.
- » Caja cartón forrado color blanco, 13x13 cm capacidad para 2 discos, impresión en adhesivo transparente.
- » Fichas de personajes (8), impresión sobre cartón forrado de bajo gramaje 11x11 cm.
- » Tríptico de carátula impreso en Glossy doble fast.
- » Dentro de los elementos corporativos y soportes de difusión, se consideran los siguientes elementos:
- » Afiches 45x70 cm (tentativo), cuatricromía

- » Tríptico cuatricromía tamaño carta apaisado
- » Díptico

### b) Sitio web

- » Versión: 1.5
- » Compatibilidad: Navegador Internet Explorer - Google Crome - Mozilla firefox
- » Tipografías: Bauhaus - My Puma - Century Gothic,
- » Panttone: "Solid a Coated", en RGB incluyendo ilustraciones y filtros cromáticos.

## 6.4 Bocetos finales

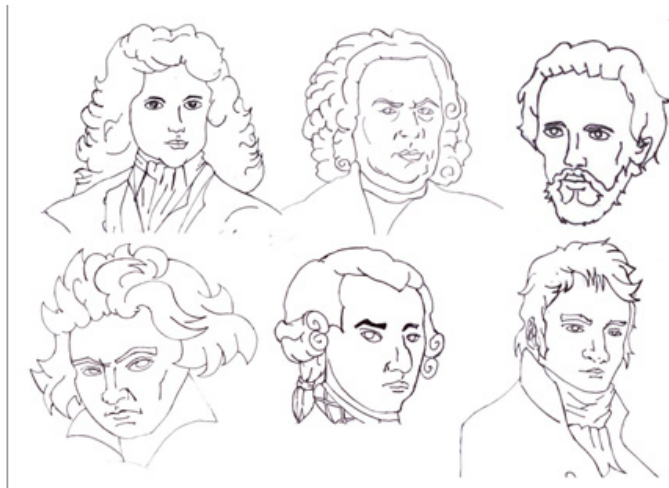
Desarrollo de personajes para el material audiovisual y sitio web.



Boceto de Antonio Vivaldi

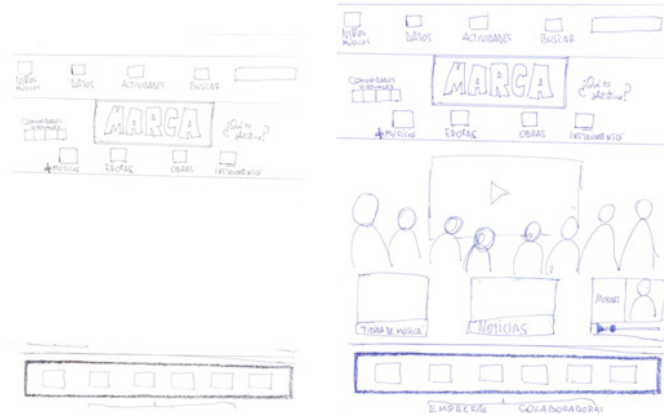


Boceto de Mendelson  
Boceto de Mozart, cuando niño



Luego el dibujo se digitaliza para tener una imagen más limpia, y así poder trabajarla.

Desarrollo de templates para el sitio web



A la izquierda se muestra el template base, el cual dará origen a todo el resto del sitio, y a la derecha se concibe la portada del sitio.



A la izquierda se aprecia el momento en que se selecciona un compositor, y a la derecha se muestra como luciría la sección "compositores".

Algunas ilustraciones finales que se pueden encontrar tanto en el material audiovisual, como en el sitio web.



Proceso que se llevó a cabo para el diseño de Vivaldi, desde los distintos tipos de bocetos,



Mendelssohn



Beethoven



# 6.5 Productos finales.





La presentación del material incluye 8 fichas técnicas de cada autor, dispuestas sobre un cartón en cuyo reverso se entregan datos relevantes del personaje.



Aquí se aprecia la interacción del usuario con el sitio web.



En la imagen se muestra ahora la situación de interacción dada entre el usuario y el material audiovisual en el contexto del hogar.

***CAPÍTULO VII***  
**PRODUCCIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL**



## 7.1 Producción y difusión.

Subetapas y tareas específicas de las etapas de producción y difusión

Etapa	Subetapa	Detalle
Materialización de propuesta (productos y servicios)	Pre-producción	Guión técnico y literario, locaciones, recolección de imágenes, videos, sonidos, programaciones
	Producción	Grabaciones, entrevistas, ilustraciones definitivas, "montaje" del video, construcción del sitio web
	Post-producción	Edición, máster de grabación, <b>packaging</b>
Difusión (comunicación)	Establecimiento redes estratégicas	Identificación y contacto de posibles clientes y/o financiadores
	Divulgación	Marca corporativa, afiches, folletería, videos de presentación

a) Producción.

En lo que respecta a la etapa de materialización de la propuesta —que implica el desarrollo concreto de dos de los componentes del sistema-producto: los productos y el servicio—, ésta se ha dividido en tres subetapas consecutivas: pre-producción, producción y post-producción. A continuación se describe cada una de ellas.

» Pre-producción.

La pre-producción involucra una planificación detallada del desarrollo del material audiovisual y del sitio web, así como la realización de todas aquellas

tareas que permiten emprender la construcción de ambos productos. Por ello, en esta fase se consideran tareas como la elaboración del guión técnico y literario del material audiovisual (storyboard, planificación de escenas, sonido, narración, etc.), la construcción del mapa de sitio de la página web, la selección de las locaciones o fondos, la recolección de imágenes, videos, música necesarios, entre otras.

» Producción.

La fase de producción, por su parte, comprende la concreción general de la propuesta, principalmente los productos. Entre las actividades a desarrollar en esta subetapa se distinguen la grabación de videos,

grabación de orquestas interpretando temas a usar en la serie, grabación de sonido, entrevistas a personas (mayormente niños) relacionados activamente con la música clásica, fotografiado y desarrollo definitivo de ilustraciones para el material audiovisual. Por supuesto, las tareas más importantes de la producción son el “armado” de material audiovisual, la construcción del sitio web, y todo lo referente a la elaboración de la folletería (para la difusión) y la elaboración de lo necesario para el packaging.

» Post-producción.

Finalmente, la post-producción correspondería a la etapa en la cual se lleva a cabo aquellas tareas que permiten la finalización acabada de los productos y los subproductos resultantes (folletería, afiches, etc.). En este sentido involucra, entre otras actividades, la edición del video (material audiovisual), el máster de grabación, el packaging propiamente tal, entre otras.

» Requerimientos logísticos necesarios para la producción.

Para la etapa general materialización de la propuesta, se precisa la utilización de ciertas herramientas y recursos necesarios para dar cumplimiento a cada una de las instancias de producción, cuyo detalle es el siguiente:

- » Profesionales: Diseñadores, psicólogos, pedagogos, músicos, etc.
- » Fuentes de información: Libros, sitios web, fotografías, entrevistas, grabaciones, etc.
- » Herramientas físicas: Computadores, cámaras fotográficas y de video, micrófonos, luces, papel, lápices, cuadernillos, etc.
- » Herramientas digitales: Softwares de edición de imagen, video y audio, y construcción de páginas web (Affter Effects, Photoshop, Illustrator, Premiere, Flash, Joomla); conexión a internet.
- » Servicios externos: Producción de discos, producción de papelería y publicidad, etc.

#### b) Difusión.

La difusión tiene que ver con todo aquello referente a la presentación de la propuesta (de la idea) a las instancias que podrían servir de financistas y/o clientes potenciales. Por eso incluye tanto los aspectos referidos a la presentación de la idea —del proyecto—, como a la publicitación del sistema-producto ya concretado, o en vías de serlo.

» Establecimiento de redes estratégicas.

Esto implica la gestión de reuniones previas con aquellas entidades que podrían potencialmente interesarse por financiar y/o adquirir el sistema-producto para luego implementarlo. Se supone que esto sea llevado a cabo antes que la propuesta de-



finitiva sea materializada, con el fin de visualizar las posibilidades de financiamiento y comercialización de la misma.

» Divulgación.

La divulgación de la propuesta puede ser paralela a la etapa de establecimiento de redes estratégicas. Todo dependerá de si existe la posibilidad de contar con autofinanciamiento, y particularmente de la posibilidad de desarrollar con fondos propios versiones preliminares de los productos, a partir de lo cual pueda hacerse una presentación de la propuesta a las instancias relevantes (colegios, empresas, Mineduc, etc.). Como sea, esta actividad incluye un trabajo basado en la “instalación” de la marca corporativa de la propuesta, la preparación de videos de presentación, afiches y folletería.

## 7.2 Financiamiento, comercialización e implementación.

a) Opciones de financiamiento.

El financiamiento del proyecto puede ser llevado a cabo por una u otra vía, y ésta dependerá, en algunos casos, de la instancia en la cual eventualmente sea posible la implementación del mismo. El siguiente cuadro muestra algunas de las vías de financiamiento disponible.

Vía de financiamiento	Instancia específica
<b>Fondo concursable</b>	Comunicación audiovisual Educativa Arte y cultura CNTV
<b>Mineduc</b>	Presupuesto anual de educación
<b>Corporación municipal</b>	Presupuesto anual de educación
<b>Colegios privados</b>	Fondos propios
<b>Empresas privadas</b>	Área RSE

Respecto al cuadro anterior, a la izquierda se aprecia las vías generales de financiamiento posibles para el desarrollo de la propuesta, y a la derecha la instancia específica, en cada caso, en la que se enmarcaría ello.

» • Fondo concursable.

En relación a los fondos concursables, o capitales

de inversión, el Gobierno dispone bastantes recursos destinados para iniciativas de emprendimiento vinculadas con lo audiovisual y lo educativo, por tanto habría que considerar a qué opción se adecúa mejor el proyecto, donde se pueden distinguir distintas categorías: Comunicación audiovisual; Educativa; Arte y cultura; CNTV. A lo anterior se agregan otras vías de financiamiento que guardan relación con fondos concursables esporádicos que surgen a



nivel regional, municipal o privado, a los cuales se postula según cada categoría.

- » Mineduc, corporación municipal y colegios privados.

Para financiar el proyecto a través de fondos del Mineduc, la corporación municipal o un colegio privado, la metodología es la misma y funciona en base a 3 fases: presentación de la oferta, evaluación y adjudicación. Una vez aceptada la propuesta, el proyecto se incorpora al presupuesto del año siguiente.

En los 3 casos el proyecto recibe apoyo económico y logístico para su implementación (funcionamiento). Cabe destacar que el financiamiento tanto vía corporación municipal como Mineduc está basado en fondos gubernamentales, mientras que éstos son propios en el caso de los establecimientos educacionales privados.

- » Empresas privadas.

Como tercera opción de financiamiento, se considera a empresas privadas pertenecientes principalmente al grupo Acción RSE (Responsabilidad Social Empresarial), quienes manifiestan su interés en participar o financiar proyectos de índole social o educativo, no obstante en la eventualidad podría tratarse de cualquier otra empresa que no forme parte de este grupo, o bien alguna ONG o fundación con fines sociales. Ahora bien, la principal ventaja del fi-

nanciamiento por parte de empresas radica en que cuentan con grandes recursos económicos, de gestión, logísticos y comunicacionales que facilitarían el desarrollo del proyecto.

Es importante considerar que las implicancias asociadas a la vía de financiamiento que pueda elegirse finalmente para el desarrollo de la propuesta no sean incompatibles con el carácter socioeducativo que posee la misma según cómo ha sido ésta concebida inicialmente. La propuesta ha sido pensada con propósitos sociales y no lucrativos.

b) Opciones de comercialización.

Opciones de comercialización para la propuesta

Vía de comercialización	Instancia específica
Venta por internet	Sitio web "Artisticus"
CNTV	Señal abierta Señal cable
Contexto escolar	Red Enlaces Corporación municipal Colegio privado
Retail	Tiendas
Otro	Convenios con revistas, diarios Productos para niños, empresas

Cada opción de comercialización de la propuesta tiene sus ventajas y desventajas, por lo que se da una somera referencia de las implicancias de cada caso, teniendo presente que existen muchas otras consideraciones.

» Venta por internet.

Como primera opción de comercialización se propone la venta por internet, una plataforma bastante utilizada hoy en día, gracias a los diversos beneficios que ofrece, que van desde la facilidad de acceso, los traductores de idioma automáticos incorporados en los navegadores, los comentarios de otros usuarios que ya adquirieron el producto, la visualización previa y muchos otros más. En relación al producto, dada la naturaleza de éste, el contar con visualizaciones previas, podrá entregar a usuario información necesaria para conocerlo y así motivar su compra. Los medios de pago que manejan las tarjetas de compra por internet, por lo general otorgan distintas opciones de pago en cuotas o similares. La única complicación radica en la logística involucrada para la transacción, ya sea por el transporte, el cambio de moneda, el idioma, entre otras. En caso de comercializarse principalmente por cualquier otra vía, el internet sigue siendo como una opción alternativa que como servicio otorga valor al producto.

» CNTV.

Otra opción que se plantea es la comercialización en el CNTV (Consejo Nacional de Televisión), frente a lo cual se exhibiría la serie por televisión, ya sea por señal abierta o bien señal de cable. Como plataforma informativa, la televisión tiene bastante potencial, ya que puede abarcar todo el país, o bien toda la cobertura que tenga el canal, además si el producto logra tener una buena aceptación por parte de los televidentes, se puede dar origen a subproductos complementarios, merchandising, nuevas temporadas, e incluso puede ser exhibido en otros canales (de otros países, o locales) dado que como producto de exportación es único en su tipo.

Por otra parte, la televisión tiene bastante poder e influencia, lo cual facilitaría las condiciones para la implementación del proyecto, sin embargo, dependiendo de sus políticas, podría pretender adquirir los derechos del producto para desarrollarlo de manera particular. Como aspecto negativo, el horario y la programación podrían afectar a la serie en caso de no ser los adecuados.

» Contexto escolar.

De comercializarse el sistema en el contexto escolar, se visualizan a lo menos 3 opciones, que a continuación se detallan.



A través del MINEDUC el proyecto podría implementarse en muchos colegios a lo largo del país, por medio de la Red Enlaces\*<sup>9</sup> por ejemplo, lo cual ayudaría significativamente a lograr un impacto cuantitativo mayor.

Para llegar a los establecimientos educacionales municipales, la comercialización de la propuesta podría ser dirigida también por medio de la corporación municipal respectiva. Dicha entidad recibe, evalúa, aprueba y se encarga del financiamiento de los proyectos, incorporándolos dentro del presupuesto anual de educación (para el año siguiente). Sin embargo cabe considerar que, dado los escasos recursos con los que cuentan los colegios municipales, podrían priorizarse otras actividades, además de que la implementación del proyecto podría verse limitada por una inadecuada infraestructura existente en los establecimientos más vulnerables.

Finalmente, puede realizarse la comercialización directamente a los establecimientos educacionales, que en este caso serían colegios privados, pues éstos disponen de fondos propios para la implementación de iniciativas del tipo que se presenta aquí. Por lo tanto, una vez que se aprueba un proyecto, se incluye dentro del presupuesto del año siguiente. Cabe mencionar que el arte y la música son temas considerados como importantes para el desarrollo de los alumnos dentro de los contenidos que imparten los establecimientos particulares, además por parte de los alumnos es posible que exista un interés por temas como éstos, ya que muchas veces son fomentados desde el mismo colegio y desde el hogar.

» Venta a través de Retail.

Para comercializar la propuesta (particularmente el material audiovisual) a través de este mercado existen distintas opciones como multitiendas, locales de arriendo de películas, tiendas de música, librerías, megamercados. De todas maneras, hay que tener presente que pese a la gran cobertura que brindan estas instancias, la propuesta podría no destacar dentro de la diversidad de productos existentes en ellas, por lo cual en este caso no existiría una vía directa y exclusiva para llegar al usuario, a diferencia de lo que puede suceder con otras instancias.

» Comercialización a través de otros medios.

Eventualmente existen otras opciones de comercialización, bajo la condición de “producto coleccionable”. Por ejemplo podría incluirse el material audiovisual como parte de algún periódico o revista, asociado a algún alimento destinado al público infantil u otro medio similar que dé la opción de coleccionar la serie capítulo a capítulo.

\*<sup>9</sup> La Red Enlaces es una plataforma que administra material educativo digital, ya sean softwares o videos que tienen como finalidad complementar la educación mediante tecnologías de la información. Dicha red está a disposición de todos los establecimientos educacionales del país, por lo que el formar parte de esta instancia permite una llegada directa con los usuarios, que en este caso son los niños que sean parte del segundo ciclo escolar.

## 7.3 Costos de inversión del proyecto.

El cuadro siguiente entrega una estimación general y preliminar de los costos parciales y del costo total de inversión asociados al desarrollo del proyecto, es decir, del diseño y materialización del sistema-producto propuesto.

Resumen de los costos de inversión del proyecto.

Item	Costo (en pesos)
Investigación y recopilación de antecedentes	400.000
Desarrollo del guión preliminar y preparación de la oferta	1.000.000
Gestión estratégica con potenciales clientes y vías de financiamiento	200.000
Grabaciones, viajes	1.215.000
Diseño de marca, personajes, storyboard	800.000
Edición de los 8 episodios	3.200.000
Desarrollo de sitio web	270.000
Producción de video y papelería.	300.000
Asesorías de profesionales	300.000
Infraestructura (arriendo de oficina)	900.000
Recursos tecnológicos: Cámaras de video, computadores, softwares	1.500.000
<b>Costo total del proyecto</b>	<b>10.085.000</b>

**CAPÍTULO VIII**  
**CONCLUSIONES**





## 8.1 Conclusiones y proyecciones.

Como se ha señalado en un capítulo anterior, el progreso de una sociedad no solo está dado por su avance social y económico, sino que también por otros aspectos, dentro de los cuales se encuentra el nivel cultural, lo cual resulta relevante para nuestro país considerando que cada año se destinan cuantiosos recursos para el fomento de la cultura tanto en eventos, como en fondos concursables.

Pese a la preocupación que han demostrado los últimos gobiernos en esta materia, una sociedad mayoritariamente mediática como la nuestra, que tiene por hábito consumir conceptos y modas impuestos por la televisión o el entorno social, difícilmente logra tener conciencia, respeto o interés por conocer o apreciar el valor de las bellas artes, particularmente el de la música clásica. Esto corresponde a una tendencia que está lejos de disminuir, puesto que las nuevas generaciones adoptan la misma postura al verse sometidas al mercado mediático, y como consecuencia de ello terminan ineludiblemente alejándose de las bellas artes. Esta situación se vio claramente reflejada en una investigación realizada en 3 colegios de la quinta región, cada uno de distintos nivel socioeconómico, en cuanto al conocimiento sobre arte y hábitos de consumo que los alumnos del segundo ciclo escolar manifiestan tener.

Esta investigación evidenció notorias diferencias entre los distintos tipos de colegios, la escuela municipal fue la que presentó menor conocimiento sobre arte, y peores condiciones de infraestructura, ade-

más de la casi nula existencia de actividades extra-curriculares relacionadas con alguna forma de arte. Por su parte, el colegio privado y el subvencionado, presentaron mayor nivel de conocimiento y práctica de actividades artísticas, debido en gran parte a los contenidos curriculares relacionados con alguna temática sobre arte, además de las instancias extra-curriculares existentes en cada establecimiento escolar. A este respecto, la realidad detectada arrojó que los niños son susceptibles de realizar actividades artísticas si éstas nacen como iniciativas desde el colegio, y el hecho de continuarlas fuera de éste de manera formal, conlleva a una serie de beneficios en el desarrollo integral del individuo al estimular procesos intelectuales, emocionales y creativos que resultan relevantes para la vida del sujeto.

De la citada investigación se desprendió también que el escuchar música resultó ser la actividad más recurrente en los jóvenes, gracias a tecnologías de almacenamiento y a la facilidad de descarga en internet, destacando en particular el "Reggaetón", como estilo más representativo del universo estudiantil del segundo ciclo escolar. Esto podría deberse a que el individuo no recibe una formación sistemática en cuanto a la música durante su etapa de niñez, por tanto no es capaz de adquirir un criterio musical propio, y como consecuencia de aquello, termina aceptando lo que la sociedad le dicte.

Respecto de los hábitos de consumo de tecnología que manifestaron los niños, la investigación arrojó



que la televisión junto con las redes sociales son las actividades que demandan el mayor interés y cantidad del tiempo por parte de los encuestados, y además son estos medios los que los incitan a asumir rutinas sin que exista un proceso de cuestionamiento o reflexión previa, donde a veces el único criterio podría limitarse a “estar a la moda”, la cual proviene y es impuesta por la misma televisión, en la mayoría de los casos.

Pese a que los 3 roles de este medio son: informar, entretener y educar, la investigación arrojó que los 2 primeros son los mejor considerados por la población escolar, por tanto el rol de educar queda un poco postergado al no ser adecuado tanto en contenido, forma y horario, dado que el tiempo que los niños emplean para ver televisión es utilizado para exhibir programas juveniles o teleseries que poco o nada hacen por la difusión del arte o temáticas relacionadas con la creación de valores que le puedan dar la oportunidad al niño de cultivar su mente y alejarlo así de los vicios tan recurrentes en la sociedad actual como el consumo de alcohol y drogas o las tendencias agresivas. No obstante lo anterior, hoy en día la televisión por cable brinda la oportunidad de acceder a contenidos más específicos con canales especializados que cubren las más diversas temáticas, donde efectivamente existe material de calidad orientado educar al televidente, sin embargo, la preferencia se centra en los canales nacionales.

En cuanto al internet, las redes sociales, son las que

demandan la mayor cantidad de tiempo del individuo, básicamente por el funcionamiento las 24 horas al día, y la facilidad de acceso gracias a la conexión inalámbrica de notebook, teléfonos móviles y otros dispositivos que mantienen a los niños conectados en todo momento y lugar. El problema de estas redes sociales, radica en que como canal informativo persiguen un fin netamente de entretenimiento, lo cual tampoco aporta en términos educativos o valóricos, pues en la gran mayoría de los casos, las temáticas tratadas por este medio carecen de criterios, orden, lógica o coherencia, y como resultado de aquella interacción, no se logra ningún tipo de aprendizaje.

Ambas tecnologías, tanto la televisión como la internet, están concebidas para facilitar el acceso a la información poniendo a disposición todos los datos posibles de los más diversos temas, pero el problema se suscita en que los niños no son capaces de canalizar, filtrar o discriminar tanta información, ya que al no ser adecuada y sistemática termina perdiéndose, y por tanto también la posibilidad de lograr algún tipo de aprendizaje. Por otra parte, existe demasiada información innecesaria e incluso dañina en ambos casos, y lo lamentable es que productos con estas características suelen ser los que lideran las preferencias de los niños, y dicha tendencia no parece disminuir conforme al paso del tiempo, lo cual resulta grave si se piensa que ellos serán quienes dirijan el curso del país en el futuro.

» Cumplimiento de objetivos

A raíz de estos antecedentes, surge la inquietud por el bajo nivel cultural que presentan los niños y jóvenes del país, por lo cual se hace necesario proponer instancias educativas de acercamiento a alguna actividad de carácter más beneficioso para el individuo, en términos valóricos, y prácticos, pero con una clara orientación a informar, entretener y motivar un involucramiento con dicha actividad, que este caso es la música clásica.

Por este motivo, el diseño de productos multimediales con las mencionadas cualidades (informar, entretener y motivar), le permite al sistema-producto incorporarse a la rutina de productos que comúnmente consume el usuario, es decir, la televisión o el internet. El sistema-producto da su primer paso con la serie animada, cuyo objetivo es despertar en el usuario cierto interés o curiosidad por conocer más acerca de la música clásica a través de su particular manera de presentar información relevante y adecuada. De este modo se logra invitar al usuario a adentrarse en el mundo en la temática, para que posteriormente pueda involucrarse de manera más directa mediante un sitio web que presente las opciones existentes en torno a la materia.

Para ello es crucial contar con a lo menos 2 tipos de colaboradores, donde los primeros tienen por objetivo difundir el proyecto mediante sus canales más directos, y eficaces, pudiendo ser éstos, radios, canales

de televisión, fundaciones y otra instancia que convoque la actividad. El segundo tipo de colaborador tiene por objetivo brindar la oportunidad de iniciarse en la disciplina a través de sus productos y servicios, sean éstos, clases de música, venta de instrumentos, venta de música, conservatorios, profesionales vinculados con el tema y cualquier otra entidad que pueda verse beneficiada con la incorporación de un nuevo individuo al mundo de la música. Este colaborador, deberá retribuir al sistema, pagando por concepto de publicidad, o marketing directo con el potencial usuario, y así mantener vigente el sitio web. Eventualmente un tercer colaborador del proyecto tiene que ver con sujetos que ofrezcan beneficios gratuitos para el usuario, tales como incorporación a orquestas, becas de estudio, realización de conciertos, etc.

» Productos y resultados esperados

El material audiovisual reúne los conceptos necesarios para lograr un adecuado acercamiento introductorio a la música clásica, basado en una lúdica presentación de la vida de grandes compositores de la historia, a través de un modo distinto a lo tradicional, ya que incorpora elementos conceptuales relacionados con la descontextualización, la sorpresa, lo dinámico y el humor, cualidades presentes en los productos multimediales que suele consumir el usuario. Dentro del aprendizaje que se puede lograr con cada capítulo de la serie, más allá de los datos biográficos del músico, está la información de



contexto histórico, hitos, estética y vestimenta de época, reconocimiento de los personajes históricos, instrumentos, estilos y piezas musicales según autor. El material audiovisual como producto multimedial, tiene la ventaja de ser reproducible en diversos aparatos, desde televisor, computador, consolas de videojuego, teléfonos móviles u otros dispositivos tecnológicos, lo cual brinda la opción de portabilidad y además la posibilidad de desarrollo de aplicaciones para las distintas tecnologías de comunicación (juegos, imágenes, publicidad, estilos gráficos, etc.).

En cuanto al sitio web se puede señalar que constituye un importante rol de intermediario entre la oferta y la demanda, donde lo primero tiene que ver con las empresas o entidades que ofrecen servicios y productos en torno a la música clásica, y la demanda se refiere a los interesados en adentrarse en la disciplina, que en este caso serían los usuarios de la web, y del video. Bajo los mismos conceptos formales del video, opera el sitio web, pero su sentido se centra en reunir personas con intereses en común, lo cual se traduce en un importante nicho a explotar por parte de la oferta al respecto.

Un detalle no menor tiene que ver con la oportunidad que tendrán los niños de conocer una actividad que difícilmente podrían descubrir de otro modo, dado el carácter adulto, solemne, y formal que prejuiciosamente se tiene de la música clásica, pese a que en realidad no se diferencia de lo que implica pertenecer a una banda de otro estilo musical. Cier-

tamente el proyecto está diseñado para un objetivo superior, que es elevar el nivel cultural de los niños, por lo que el involucramiento directo o indirecto con la disciplina, vale decir, participando en la interpretación de instrumentos o bien, sólo escuchando música, se logrará cumplir a cabalidad con este fin.

Toda esta proyección puede dar origen a etapas posteriores de "Artisticus", donde a partir del mismo formato, se pueden desarrollar otros personajes históricos u otras disciplinas artísticas como por ejemplo la pintura, la escultura, o simplemente otros estilos musicales que apunten a un acercamiento a la música.

- » Contexto de funcionamiento del sistema producto.

Si bien, ambos productos, tanto el video como el sitio web, pueden eventualmente funcionar por sí solos de forma independiente, es importante y recomendable que trabajen en conjunto complementándose entre sí para poder llevar a cabo un correcto proceso, por lo cual se requiere que "Artisticus" se entienda como "un sistema" en lugar de una simple serie animada con soporte on line. Por lo anterior, se sugiere que el sistema se desarrolle dentro de un contexto en donde exista cierta cantidad de usuarios, y se inste a través de un mediador a continuar el proceso en el sitio web.

El contexto escolar, particularmente el segundo ci-



clo, se proyecta como una favorable oportunidad para el sistema-producto, pues además de cumplir con las condiciones necesarias para llevar a cabo la implementación, estos hábitos recreativos y conocimiento culturales se gestan durante este período (entre los 10 y 13 años), por lo cual resulta oportuno un acercamiento con la temática durante esta etapa, ya que posteriormente en la enseñanza media se podría seguir entendiendo la música desde sus diversas aristas. Por tanto podría darse continuidad en el tiempo al proceso de involucramiento con la música clásica.

Además de lo anterior, es importante recordar que la realización de actividades artísticas debe ser motivada desde el colegio y continuada fuera de éste de manera formal si es que se pretende lograr un aprendizaje adecuado, es decir, los niños son susceptibles de realizar actividades artísticas si éstas nacen como iniciativas desde el colegio. Así mismo cada vez que un individuo se interesa por algún estilo musical, se involucrará con nuevos conocimientos en torno al tema, del mismo modo que ocurre con los videojuegos, el deporte u otras actividades, lo cual redundará en el logro de un aprendizaje significativo.

En este momento la propuesta multimedial cobra mayor relevancia en el contexto escolar, dado el anuncio que hizo el gobierno hace poco tiempo atrás, el cual señala que: “el decreto exento 1363 del Ministerio de Educación (Mineduc) disminuye una hora semanal de Educación Artística en 5° y 6°

básico y funde Artes Musicales con Artes Visuales en 7° y 8° básico. Así Música y Artes Visuales tendrán tres horas en los colegios con jornada escolar completa y dos en los que no adhieran a este régimen”.

En virtud de lo anterior, cabe señalar que en la actualidad, los productos disponibles para los colegios a nivel nacional, en cuanto a material multimedial (como las Unidades Didácticas Digitales) referido al arte, se limitan a rescatar y poner en valor específicamente lo chileno, o bien, algunas manifestaciones latinoamericanas, desperdiciando así la oportunidad de dar a conocer referentes de carácter más universal.

La televisión por su parte, sea ésta señal abierta o de cable, también ofrece una importante oportunidad de comercialización e implementación del sistema producto, cuyo impacto dependerá de su área de cobertura, horario, perfil editorial del canal, y lo más importante, una adecuada difusión, ya que de no ser así el material audiovisual podría pasar desapercibido o simplemente perderse dentro de una programación inadecuada. La gran ventaja de la televisión tiene que ver con sus recursos de producción, influencias en demás medios y entidades, y el impacto social inherente. Esto es importante, considerando que el proyecto supone una instancia de acercamiento para las entidades en torno a la música clásica, y los potenciales consumidores de servicios o productos, tales como conservatorios, escuelas de música, tiendas de instrumentos musicales, además de ser una

base de datos para las instituciones interesadas en captar nuevos exponentes de la música, como: fundaciones, orquestas, estudios, etc.

Esto resulta de gran relevancia, si se piensa que el gobierno ha manifestado un gran interés en las orquestas sinfónicas juveniles e infantiles mediante la creación de la Fundación Orquestas Sinfónicas Juveniles e Infantiles" cuyo objetivo apunta a la creación de orquestas que representes a la mayor cantidad de ciudades del país. Respecto de lo mismo, el país ha mostrado un marcado interés por la cultura, lo que ha significado un importante aumento en los conciertos a lo largo de Chile, durante estos últimos años.

» Rol del diseño

Ciertamente el diseño como disciplina esencialmente comunicativa, tiene un importante rol que cumplir, respecto de todo lo expuesto anteriormente, pues le atañe directamente la preocupación por el modo en cómo se expresan los diferentes elementos simbólicos que intervienen el panorama cultural de una sociedad, es decir los aspectos principalmente referidos a la comunicación visual. En este sentido, no es novedad saber que todo lo que nos rodea es diseño, los productos, la publicidad, las marcas y conceptos nos mantienen a cada momento consumiendo diseño, por tanto el enfoque como diseñador, debe avocarse a construir una mejor sociedad, en lugar de crear necesidades caprichosas o satisfa-

cer vanidades superficiales que terminan fomentando malas prácticas y conductas negativas que tan mal le hacen a la comunidad. Si como diseñadores asumiéramos un compromiso social, perfectamente podríamos aportar significativamente diseñado herramientas educativas adecuadas para los niños, y el arte como temática de desarrollo permitiría modificar ciertas conductas, cuyo impacto sería tremendamente positivo para nuestra sociedad que adolece de un nivel cultural preocupante.

En consecuencia, en este caso, el diseño como disciplina de carácter social debe tomar parte y servir de canal para generar este punto de encuentro entre el niño y las Bellas Artes, mediante la utilización de un lenguaje adecuado y motivador para el mismo.

# BIBLIOGRAFÍA

## 1) Libros.

BAQUERO, R. (2001). Introducción a la psicología del aprendizaje escolar. Universidad Nacional de Quilmes.

BRUNER, J. (1985). Desarrollo cognitivo y educación. Madrid: Morata.

BURDEK, B. (2002). Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

HARGREAVES, D. (1998). Música y desarrollo psicológico. Barcelona: Ediciones Grao.

FLEMING, W. (1985). Arte, música e ideas. México: Ediciones McGraw Hill.

GOMBRICH, E. (2008). La historia del arte. Londres: Ediciones Phaidon Press Limited.

NORMAN, D. (2005). Diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

SOROKIN, P. (1966). Sociedad, cultura y personalidad. Su estructura y su dinámica. Sistema de sociología general. Madrid: Aguilar Ediciones.

STANLEY, S. (1995). Guía Akal de la música. Una introducción. Ediciones Akal.

TATARKIEWICZ, W. (2001). Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética. Madrid: Editorial Tecnos.

## 2) Artículos.

Gobierno de Chile, Ministerio de Educación (2002). Objetivos fundamentales y contenidos mínimos obligatorios de la educación básica.

Universidad de Chile, Facultad de Artes (2010). Revista Musical Chilena.

## 3) Sitios web.

[www.mineduc.cl](http://www.mineduc.cl)

[www.memoriachilena.cl](http://www.memoriachilena.cl)

[www.emoderna.cl](http://www.emoderna.cl)

[www.nuestro.cl](http://www.nuestro.cl)