MDI

MAESTRÍA EN
DISEÑO E
INNOVACIÓN
INDUSTRIAL

# Mecanismos de comunicación y difusión para la Escuela Regional del Mariachi

Reporte técnico

**LDCG.** Ana Lourdes González Hernández
**LDIN.** Erick Tomás García Contreras

# Resumen

El proyecto de Estrategias de comunicación que a continuación se presenta, forma parte de una estrategia de intervención social en favor del municipio de Cocula, Jalisco. En el presente reporte se documenta la parte de la gestión, desarrollo y estructuración de propuestas que inciden en la construcción de una identidad marcaría, la promoción de actividades y el posicionamiento de la Escuela Regional del Mariachi como una institución dedicada a la enseñanza y la promoción del legado que representa el mariachi para la cultura y tradición de México, con la finalidad de contribuir a la identidad y sentido de pertenencia.

# Abstract

The communication strategies project presented below is part of a social intervention strategy to benefit the municipality of Cocula, Jalisco. This report documents the management, development and structuring of proposals that have an impact on the construction of a brand identity, the promotion of activities and the positioning of the Escuela Regional del Mariachi as an institution dedicated to the teaching and promotion of the legacy that the mariachi represents for the culture and tradition of Mexico, with the purpose of contributing to the identity and sense of belonging.

# Índice

**Resumen** 3

**Abstract** 3

**Índice** 4

**Introducción** 6

**Contexto** 6

Cocula 6

Principales sectores, productos y servicios 7

Agricultura 7

Ganadería 7

Industria 7

Explotación forestal 7

Minería 7

Pesca 8

Artesanía 8

Sector económico 8

Educación 9

Habitantes 9

Índice de migración 10

Escuela Regional del Mariachi 10

Historia 10

Estado actual 11

**Comunicación y difusión** 13

**Problemática** 14

**Insights y oportunidades** 14

Insights 15

Áreas de oportunidad 15

**Objetivo** 16

**Objetivos particulares** 16

**Stakeholders** 16

**Valores** 17

**Marco Teórico** **18**
Estado del arte 18
Justificación 24
Construcción de una marca 25

**Método utilizado** **27**
Criterios de función 27

**Concepto** **28**
Personalidad 30

**Áreas de intervención** **31**
Diseño de signos gráficos 31
Símbolo 31
Tipografía 32
Imagotipo 33
Imagotipo secundario 34
Paleta de color 34
Narrativa 35
Gráfica complementaria 38
Participación social 39
Difusión 47
Señalética 53
Módulos de información y plataforma web 60
Herramientas comerciales 64
Mercancía 64
Inversión 68

**Propuesta de valor** **71**
Implementación 71
Escalabilidad 72
Descripción de la validación 73

**Conclusiones** **80**

**Referencias bibliográficas** **81**

# Introducción

El presente proyecto se desarrolla en el entorno de la Escuela Regional del Mariachi (ERM) del municipio de Cocula, Jalisco, México. En la cual se busca aportar a la estructuración, funcionamiento y operatividad a través de mecanismos de aprendizaje, difusión e intervención de los espacios. Dicho proyecto se desprende y da continuación a un trabajo previamente realizado por parte de alumnos de la maestría en Diseño e Innovación Industrial, en colaboración con alumnos de la Licenciatura en Diseño Industrial y de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica.
Puntualmente en esta intervención se busca destacar la identidad de la cultura de mariachi y fomentar el sentido de pertenencia en el ámbito local y regional, a través de diseño de mecanismos de comunicación y difusión, teniendo como propósito el posicionamiento de la escuela como formador, contenedor y divulgador de la cultura local.

# Contexto

## Cocula

Para tener un mejor entendimiento del contexto social es necesario entender parte de la historia que envuelve al municipio, el cual está situado en el sureste de la Región Lagunas de la que forma parte, y en el centro poniente con relación al estado. Limita al norte con los municipios de Villa Corona y San Martín Hidalgo; al sur, con Tecolotlán y Atemajac de Brizuela; al este, con Villa Corona; y al oeste, con Tecolotlán y San Martín Hidalgo.[1]
Cocula antiguamente llevó el nombre de Cocollán o Cocolán, a cuya etimología, según la Enciclopedia de los Municipios y delegaciones de México, se le ha dado el significado del “lugar de ondulaciones” o “lugar que se mueve en lo alto”.
Su población en 2020 era de 29 mil 267 personas; que corresponde a un 49.2 por ciento de hombres y 50.8 por ciento de mujeres, los habitantes del municipio representaban el 12.5 por ciento del total regional (INEGI Censo de Población y Vivienda).

[1] *Enciclopedia de los Municipios y delegaciones de México. (s. f.). Los Municipios de Jalisco. Recuperado de http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM14jalisco/index.html*

## Principales sectores, productos y servicios

De igual manera, y para tener una mejor entendimiento de las actividades económicas del municipio, se presentan algunos de los sectores con mayor relevancia en este ámbito.

## Agricultura

De los cultivos locales destacan: la caña de azúcar con 3,310 Ha. con una producción media de 75 Ton/Ha, 6,365 Ha. de maíz, 665 Ha. de garbanzo, 165 Ha. de hortalizas, 350 Ha. de agave, 47 Ha. de durazno y 13 Ha. de otros frutales.

## Ganadería

Se tiene un inventario ganadero en el municipio durante 2004 de: 14,536 cabezas de ganado bovino de carne y 904 de ganado lechero, 16,931 cabezas de ganado porcino, 6,588 de ovino, 1,925 de caprino de carne, 6,592 aves ponedoras, 10'175,769 aves de carne y 722 colmenas.

## Industria

Los establecimientos de este ramo son: fábricas y maquiladoras de ropa, herrerías, talabarterías, curtidurías, desgranadoras, carpinterías, fábrica de maquetas de azúcar, de veladoras, huaracheria, de la construcción y de elaboración de jabón.

## Explotación forestal

La zona de recursos forestales que corresponde al municipio se encuentra en su mayoría dentro de la Sierra de Quila, la cual es Zona de Protección de Flora y Fauna, por esto la explotación de recursos maderables se encuentra prohibida, solamente en algunos pequeños núcleos se aprovechan las especie de encino para producir carbón.

## Minería

Los recursos que se explotan son minerales no metálicos como la piedra negra y la caliza.

### Pesca

Esta actividad se realiza en pequeña escala para el autoconsumo, capturándose las especies de carpa y tilapia.

### Artesanía

Predomina la elaboración de sogas de ixtle, productos de cera, talabartería, dulces tradicionales y pirotecnia.

### Sector económico

Así mismo, en un ámbito comercial, se muestra de manera general las principales unidades económicas en 2019, que forman un factor relevante en la estructuración y realización del proyecto (figura 1). De esta manera se observan 3 principales sectores que representan un ingreso económico del 89.8 % total del municipio, los cuales corresponden a el comercio al por menor con 42.7 % ($997M MXN), comercio al por mayor con un 31.5 % ($736M MXN) e industrias manufactureras con un 15.6 % ($364M MX).

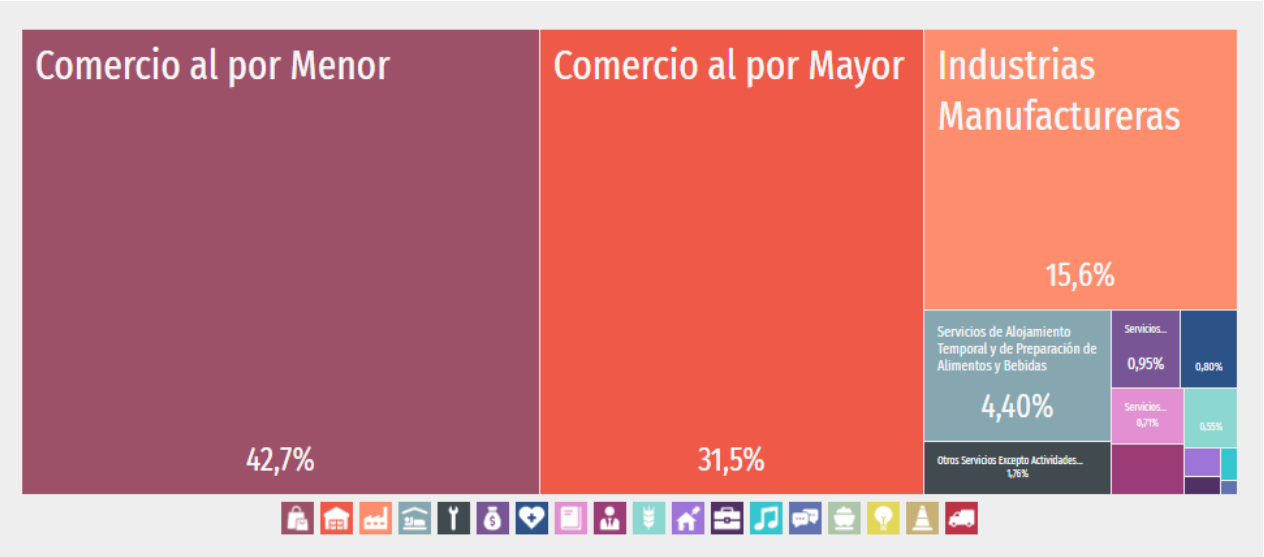



*Figura 1. Ingreso total según sector económico en 2019*[2]

[2] *Fuente DataMéxico. https://datamexico.org/es/profile/geo/cocula-14024?indicatorCensus=Total+Income#economia*

## Educación

El municipio de Cocula tiene 77 centros de enseñanza, los cuales se encuentran distribuídos de la siguiente manera.

| Nivel | Cantidad |
|---|---|
| Preescolar | 28 |
| Primaria | 30 |
| Secundaria | 12 |
| Media superior | 4 |
| Superior | 1 Instituto Tecnológico Superior de Cocula |
| CAM (Centro de Atención Múltiple) | 1 Idolina Gaona Ruiz |

*Tabla 1. Centros de enseñanza en Cocula, Jalisco. Elaboración propia*
*Fuente: Escuelas en Cocula (los-municipios.mx)*[3]

## Habitantes

| Periodos | Población total | Porcentaje de hombres | Porcentaje de mujeres |
|---|---|---|---|
| 2020 | 29267 | 49.2 | 50.8 |

*Tabla 2. Población de Cocula. Elaboración propia Fuente: Banco de Indicadores INEGI* [4]

[3] *Escuelas en Cocula (los-municipios.mx)*
[4] *Banco de Indicadores INEGI*

### Índice de migración

El municipio a su vez, cuenta con un alto índice de migración, pues según el Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco (IIEG), el 11.54 por ciento de las viviendas del municipio recibieron remesas en 2010.[5]
En este sentido, de las 7090 viviendas del municipio para el año 2010, 818 de ellas recibían algún tipo de apoyo económico por parte de sus familiares en el extranjero.

## Escuela Regional del Mariachi

### Historia

El espacio que ocupa en la actualidad la Escuela Regional del Mariachi, en el #75 de la calle Victoriano Martínez ha sido un escenario que a lo largo de su historia se ha promovido como un inmueble dedicado a la formación y enseñanza, aunque no sólo del mariachi, pues según investigaciones de López (1999) y Septién (1993), el actual inmueble fue donado por la Sra. Luisa Garibi de Terán, quién buscaba promover una escuela de calidad para la comunidad, es por ello que de la mano de los hermanos maristas se abrió la "Escuela de la Purísima Concepción" el día 28 de diciembre de 1908. Sin embargo, debido a la intervención carrancista en el municipio, en 1914 la escuela es cerrada y los hermanos maristas desterrados.
Luego de 9 años, y por segunda ocasión se reabre el colegio, y nuevamente es cerrado en 1926, ahora debido a la persecución cristera promulgada por el presidente Plutarco Elías Calles. Así, el edificio actuó como cuartel militar a lo largo del periodo de la Guerra Cristera (1926-1929), durante el cual los túneles subterráneos recientemente descubiertos en su interior, fueron empleados para conectar las principales edificaciones del municipio

Es así que en 1937, y por tercera ocasión se instaura el colegio por los hermanos maristas. Desde ese entonces el espacio ha sido un espacio de enseñanza, desde su última apertura hasta el año 1993 se dedicó a la educación primaria, cuando se introduce la enseñanza musical por las tarde, y en 2008 el espacio queda establecido como escuela meramente musical, y que conserva este principio hasta la fecha.

[5] *IIEG, Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco con base en estimaciones del CONAPO, 2010*

## Estado actual

En el año 2020 fue anunciado el apoyo por parte del gobierno estatal para intervenir en el remozamiento de los espacios del Museo de Cocula, así como de la Escuela Regional del Mariachi. Para dicho proyecto se destinaron 1.5 millones de pesos, y en el cual las obras fueron entregadas en el marco de la celebración del día de la independencia del año 2021.[6]

En los trabajos realizados se intervinieron los espacios de manera superficial, debido al ajustado presupuesto con el que se contó. En ellos se realizaron labores de enjarre y pintura de los muros internos y externos sin más. Por lo que los aspectos organizacionales, académicos, de comunicación y de sostenibilidad quedaron en un estado similar a como se encontraban antes de las intervenciones.
A su vez, en el año 2022 se realizaron labores de acondicionamiento de los túneles subterráneos que fueron encontrados en el interior de la escuela (donde el primer registro encontrado del descubrimiento de estos túneles data de un artículo de diciembre de 2002 del periódico Mural)[7], los cuales hasta la fecha se desconoce la ruta que siguen, aunque se especula que pudiesen estar conectados a las principales edificaciones del municipio, pues se dice fueron utilizados durante la guerra cristera y posteriormente clausurados. Estos hallazgos generan una incertidumbre en la prospectiva del espacio, debido a los riesgos estructurales que representan para el inmueble, así como la posible explotación de los mismos como atractivo turístico e histórico, lo que conduciría a una mayor afluencia de personas dentro de la escuela, entorpeciendo su función y operación como tal.

Actualmente, la escuela ofrece servicios de educación inicial para el aprendizaje de los instrumentos de: violín, guitarra, trompeta, vihuela y guitarrón. De manera complementaria se imparten clases de solfeo y armonía a todos los estudiantes. Algunas de estas clases se llevan a cabo en espacios comunes o en los pasillos, debido a las condiciones de las aulas, las cuales no desempeñan una correcta función acústica para la práctica de repertorio. De igual manera, otros espacios en el inmueble se encuentran ocupados por elementos públicos o de archivos administrativos, por lo que los hace inutilizables para la impartición de clases.
Por último, la escuela cuenta un escenario para las presentaciones de conjuntos y ensambles de mariachi, y también con un patio central el cual no tiene un uso establecido ni funcional, ni a su vez cuenta con elementos de sombra o vegetación natural, que se traduce en un espacio de poco aprovechamiento espacial.

---

[6] *Mejorarán el museo y la escuela de mariachi en Cocula. El occidental. https://www.eloccidental.com.mx/local/noticias-obras-remodelacion-mejoraran-el-museo-y-la-escuela-de-mariachi-en-cocula-6067213.html*
[7] *Están sin clasificar túneles de Cocula.8 de Diciembre de 2002. Mural. Guadalajara, Noticias, VLEX*

*Figura 2. Fotografía del patio central de la Escuela Regional del Mariachi*

*Figura 3. Fotografía de los portales de la Escuela Regional del Mariachi*

*Figura 4. Interior de una de las aulas de la Escuela Regional del Mariachi*

*Figura 5. Fotografía de la fachada de la Escuela Regional del Mariachi*

## Comunicación y difusión

Para entender la complejidad del proyecto es necesario, en primer lugar, entender a lo que nos referimos con la comunicación y la difusión, pues son estos conceptos los que dan sustento al desarrollo de propuestas. Por una parte está la comunicación, que la podemos entender como un acto de transferencia de información, ya sea de manera intencionada o no, por parte de los elementos que componen un sistema estructurado en el espacio con la finalidad de difundir un mensaje.

Para ello es necesario una intervención de tres elementos esenciales en la práctica de la comunicación, como señala Santos García (2012. p. 8), donde es necesario un emisor, quien transmite la información, un mensaje, que lo conduce a través de un canal, y un receptor, quien recibe la información para su posterior interpretación.

Ante este proceso es importante señalar que aún cuando cada una de las partes involucradas ejercen su labor, ello no garantiza el acertado entendimiento del mensaje. Pues existen factores diversos que pueden conducir a una equívoca interpretación por parte del destinatario final. Desde la concepción y ordenamiento que da el emisor a la idea, el medio por el que se transmite o el contexto en el que se encuentran cada uno de los elementos que conjugan el acto de comunicar

(Santos García, 2012). Por lo que si bien la comunicación de los mensajes a través de un formato visual puede resultar una gran herramienta para expresar e informar, ha de ser pertinente considerar el entorno y contexto en el que se presenta para limitar la subjetividad que seguramente siempre existirá en cada una de las personas que la perciben.
Por otro lado, se encuentra la difusión, que para efectos prácticos de este proyecto se centra en la divulgación de la información y de contenidos audiovisuales, distribuidos a través de diferentes canales y medios de comunicación.
Lo anterior se usa como sustento y paraguas en la identificación de la imagen de la Escuela Regional del Mariachi tanto como institución como de referente y semillero cultural.

## Problemática

Entendiendo a la escuela como un semillero y formador de talento, y al mariachi como valor intangible de la cultura mexicana es que se parte de un análisis formal del entorno con la intención de identificar la relación y pertenencia que estos transmiten a la población del municipio de Cocula. De esta manera, se percibe una nula reciprocidad de los habitantes en la identificación tanto de la escuela como de la cultura local, esto provocado por la disgregación de adecuados mecanismos de difusión y comunicación que propicien el arraigo y la pertenencia a una comunidad tan basta en términos de identidad y valor cultural.
A su vez, dentro de la Escuela Regional del Mariachi, se denota una deficiencia en los sistemas de comunicación visual en función a la reglamentación, organización y homogeneización de los elementos que conforman su identidad. Estos factores repercuten en la escasa difusión y transmisión de mensajes sobre su historia, objetivos, programas y actividades.
Es por lo anterior que el planteamiento se centra en la pérdida del legado e identidad cultural que incumbe a la población de Cocula, y que la escuela, como institución dedicada a la transmisión del conocimiento y los valores, no funge como un organismo contenedor ni facilitador de instrumentos que propicien la reapropiación de la cultura.

## Insights y oportunidades

Como parte de una inmersión primaria al contexto de la escuela regional del mariachi, se reconocen algunas posibles necesidades por parte de los grupos de interés de la misma.

## Insights

- No existe una identidad institucional.
- No hay una estructuración de un modelo de sostenibilidad económica para la ERM.
- No hay presencia de identificación visual de los espacios interiores y exteriores (señalización).
- Existe una falta en la normativa y definición de uso de los espacios.
- Se percibe poca valorización de la cultura por parte de los habitantes.
- Se percibe un estado de conformidad por parte de los que participan en la ERM.
- Existe poco reconocimiento en los atributos de los instrumentos que se imparten.
- No se cuenta con una adaptación en los espacios que comuniquen una invitación al aprendizaje musical.
- Es evidente la escasez de difusión de la oferta cultural de la ERM hacia el público visitante.
- No se perciben técnicas ni herramientas que permitan preservar el legado cultural del mariachi.
- Se denota un deterioro del sentido de pertenencia debido a la poca promoción de actividades culturales.
- No se reconocen referentes locales que ayuden a la identificación y posicionamiento de la escuela y del municipio.

## Áreas de oportunidad

- Difundir de manera efectiva cada uno de los cursos que se imparten dentro de la escuela
- Hacer extensible a los interesados en formar parte de la ERM las características físicas y sonoras de cada uno de los instrumentos que se ofertan
- Demostrar las cualidades que brinda la práctica del arte y la formalización para su vocación
- Contribuir a través de la comunicación visual en el revestimiento de los espacios para beneficiar la enseñanza y el aprendizaje
- Mejorar la accesibilidad y el reconocimiento de los espacios a través de un sistema de comunicación
- Dar a conocer la agenda cultural de la ERM de manera que cautive el interés de aquellos grupos afines
- Destacar el legado y la relevancia de los personajes reconocidos por su aporte al enaltecimiento de la cultura local.

## Objetivo

Con base al planteamiento anterior es que se define un objetivo general del proyecto, el cual tiene como propósito generar narrativas que ayude a la construcción de vínculos emocionales con habitantes, turistas y personas con intereses afines a la cultura del mariachi, con la finalidad de proyectar a la Escuela Regional del Mariachi y las actividades que se desarrollan en ella como referente cultural a nivel internacional, teniendo como medio la comunicación y la generación de experiencias.

## Objetivos particulares

Con el propósito de cumplir con el objetivo anteriormente mencionado, se plantean las siguientes áreas de intervención:

1. Diseñar signos gráficos que propicien la identificación de la Escuela Regional del Mariachi, así como sus respectivos lineamientos de aplicación.

2. Proponer mecanismos de difusión a través de diferentes medios que permitan el alcance y la interacción con la sociedad para incidir en el posicionamiento de la escuela.

3. Diseñar herramientas comerciales que aporten a la solvencia económica y promoción de la escuela.

## Stakeholders

Para el desarrollo de un proyecto colaborativo y multisectorial se busca la implementación de un método de innovación abierta, el cual consiste en la integración de diversos actores que contribuyan a la generación de valor a través de la vinculación y la participación conjunta. Dichos actores están conformados por los grupos que a continuación se describen.

### Academia

Escuela Regional del Mariachi

- Alumnos
- Maestros
- Administrativos
- Padres de familia

Universidad de Guadalajara

- Maestrantes de la Maestría en Diseño e Innovación Industrial
- Núcleo académico
- Plantilla docente

### Sociedad

Habitantes del municipio de Cocula, Jalisco, México.
Turistas con gustos afines a la cultura del mariachi.

### Gobierno

Ayuntamiento del municipio de Cocula, Jalisco, México.
Dirección de cultura y turismo

### Empresa

Comercios locales
Inversiones privadas
Asociaciones culturales
Asociaciones mariacheras

## Valores

En la estructuración del presente proyecto, estipulado para el funcionamiento y posicionamiento de la escuela regional del mariachi, se busca transmitir valores que aporten a la construcción colectiva de un espacio semillero, formador y contenedor de la cultura. Así se establecen los siguientes aspectos que permitan tener una relevancia en la conformación de la imagen de la Escuela Regional del Mariachi.

- Compromiso con la formación musical.
- Enaltecimiento de la cultura.
- Fortalecimiento del sentimiento de pertenencia y arraigo.
- Salvaguarda y protección de la herencia cultural.

# Marco Teórico

## Estado del arte

En un análisis primario de proyectos análogos al que se aborda en el presente trabajo, se identificaron algunas instituciones dedicadas a la enseñanza musical del mariachi a lo largo del territorio nacional, mismas que corresponden a la Escuela Municipal de Mariachi en Guadalajara (figura 6), la que no cuenta con una imagen institucional propia, sin embargo utiliza recursos en su difusión de actividades que forman parte de los lineamientos gráficos de la marca ciudad de Guadalajara, Jalisco (figura 7). Dicha difusión de contenidos se lleva a cabo a través de la red social de facebook de la misma institución, en donde se realizan publicaciones esporádicas respecto al espacio y contenidos, sin embargo no cuenta con una plataforma formal de comunicación.

*Figura 6. Fachada de la Escuela Municipal de Mariachi*

*Figura 7. Publicación en redes sociales de la Escuela Municipal de Mariachi*

Una segunda referencia de instancias educativas de ésta índole es la Escuela de Mariachi Ollin Yoliztli, en la Ciudad de México (figura 8). Misma que en su difusión presenta una caso similar al anteriormente mencionado, ya que no presenta una imagen institucional propia, sino más bien utiliza los recursos gráficos pertenecientes a la marca de la ciudad para la promoción de sus actividades (figura 9). Esta institución promueve sus contenidos través de su página de facebook, la que si bien solo tiene éste medio de contacto, lo utiliza de manera eficaz en el contenido que muestra, pues la publicaciones que realiza se hacen de manera

constante y con una estructura en su contenido, relevante para dar difusión a las actividades que en ella se realizan.

*Figura 8. Fachada de la Escuela de Mariachi Ollin Yoliztli.*

*Figura 9. Página de Facebook de la Escuela de Mariachi Ollin Yoliztli.*

Una tercera institución dedicada a la formación de mariachis, es la Academia Mexicana del Mariachi, ubicada en Guadalajara, Jalisco, la cual no cuenta con una estructurada estrategia de promoción, pues cuenta con una página de facebook que denota una deficiente promoción del espacio e imagen de la misma, en la que sus contenidos muestran una incongruencia gráfica entre sí, además de un identificador poco legible y con una saturación de elementos en su conjunto (figura 10).

*Figura 10. Difusión en redes sociales de la Academia Mexicana del Mariachi*

Por último, y en un contexto temporal de lo más reciente se encuentra la Escuela de Mariachi Pedro Rey en Ajijic, Jalisco. Si bien dicha institución aún no se encuentra en funciones operativas a mayo de 2022, la promoción de sus actividades se ha visto en creciente auge, pues se han realizado publicaciones a través de su página en facebook (figura 11) en la que promocionan su próxima apertura e inscripción a cursos. A pesar de ser la más reciente en éste análisis es la institución que proyecta una mejor estructuración de lineamientos gráficos, dando una percepción de formalidad y compromiso.

*Figura 11. Imagotipo de la Escuela de Mariachi Pedro Rey*

*Figura 12. Publicación en redes de la Escuela de Mariachi Pedro Rey*

De manera complementaria se realizó un relevamiento visual para entender cómo la identidad e imagen de instituciones de formación musical y dancística se transmite a través del conjunto de elementos que se disponen en su imagen. Siendo a continuación un resumen de sus principales atributos y características.

**Tagline / Desambiguador**
Música para la paz
**Descripción adicional**
Parecido al logo de Cultura Jalisco
**Nombre**
Ecos

**Tipo**
Isologo
**Tipografía**
Estilo sans serif geométrica en caja baja
**Colores**
Blanco con fondo según con aplicación
**Forma**
Tipografía
**Elementos gráficos**
Forma circular con líneas que la intersectan a través y concéntricamente

EL SISTEMA
MÚSICA PARA TODOS

**Tagline / Desambiguador**
Música para todos
**Descripción adicional**
Método de aprendizaje muy bien explotado para el reconocimiento mundial
**Nombre**
El Sistema
**Tipo**
Imagotipo
**Tipografía**
Tipografía sans serif en caja alta
**Colores**
Negro, verde, naranja, azul, rosa.
**Forma**
Líneas y círculo
**Elementos gráficos**
Líneas y círculos simples que parten de un punto de fuga

YOLA

**Tagline / Desambiguador**
N/A
**Descripción adicional**
Empalmado con la imagen y marca de la Orquesta filarmonica de Los Angeles
**Nombre**
Youth Orchestral of Los Angeles
**Tipo**
Logotipo
**Tipografía**
Tipografía sans serif en caja alta, elegante
**Colores**
Negro
**Forma**
Tipografía
**Elementos gráficos**
Letras con entendimiento de proximidad

**Tagline / Desambiguador**
N/A
**Descripción adicional**
Letra S como abstracción de cabeza de las notas o claves musicales
**Nombre**
Sistema Sonemos Morelos
**Tipo**
Isologo
**Tipografía**
Tipografía sans serif en caja baja y con intervención en la letra "S"
**Colores**
Azul, rojo, naranja, rosa, verde
**Forma**
Letra S con curvas

**Tagline / Desambiguador**
N/A
**Descripción adicional**
Representación de personaje autóctono
**Nombre**
Ballet Folclórico de la UdeG
**Tipo**
Imagotipo
**Tipografía**
Combinación de serif y sans serif geométrica. En caja alta y baja.
**Colores**
Rosa, negro
**Forma**
Danzante prehispánico

**Tagline / Desambiguador**
De Amalia Hernández
**Nombre**
Ballet Folklórico de México
**Tipo**
Imagotipo
**Tipografía**
Tipografía serif en caja alta y baja

**Colores**
Blanco, negro
**Forma**
Greca en forma de rombo
**Elementos gráficos**
Greca prehispánica

Por lo anterior, es que en general se puede inferir que las instituciones que actualmente ofrecen servicios educativos orientados a la formación del mariachi, no cuentan con una eficiente comunicación y difusión de su contenido, que no permite un claro reconocimiento de las mismas como promotoras de la cultura y el patrimonio del mariachi.

## Justificación

La pandemia del COVID-19 trajo consigo un cambio en la manera en que nos relacionamos con los espacios, pues los recintos que promueven el acercamiento e interacción social tuvieron que adaptar estrategias que garantizaran dar una efectiva continuidad en la prestación de sus servicios. Dando como resultado la utilización de recursos tecnológicos y de comunicación como medios de acercamiento a las experiencias –entendiendolas como valor conjunto que genera la utilización de un bien o adquisición de un servicio– que ofrecían antes de la pandemia.

Sin embargo, con el levantamiento escalonado de restricciones y el eficaz funcionamiento de las tácticas implementadas, las empresas e instituciones han adoptado estrategias híbridas (involucrando factores humanos y tecnológicos) que faciliten la gestión y operatividad de las mismas. Dejando entrever que la comunicación efectiva, el análisis de las tendencias y el aprovechamiento de los recursos disponibles, son factores clave en las organizaciones para lograr adaptarse a un contexto actual.

Con base la problemática planteada y en lo descrito anteriormente es que se aborda este proyecto bajo un esquema de reestructuración de la imagen, comunicación y difusión de la Escuela Regional del Mariachi, en aras de contribuir al desarrollo de la identidad social y el sentido de pertenencia. Con ello se busca destacar el legado y los valores como componentes en el proceso de la socialización (López & Jesús Fuentes, 2015) y que tengan una incidencia en la formación de vínculos afectivos, relaciones sociales y la transmisión de costumbres y valores culturales.

Y es que el municipio de Cocula, como referente histórico del nacimiento del mariachi, no se destaca como semillero, formador o contenedor artístico de este género, que aunque definitivamente lo hay, no ha proyectado una postura que ayude a construir el referente cultural que es. La escuela, por ello, es un conducto ideal para posicionar en la imagen colectiva de las personas un modelo enfundando en las raíces culturales del municipio. Dando una importante carga semiótica al patrimonio que significa el mariachi, y que influya en la percepción y significado tanto para los habitantes como para los visitantes; que transmita la autenticidad que según Steche (2021), se necesita para crear una imagen representativa del patrimonio local, y una congruencia y atractivo para el visitante.

## Construcción de una marca

Para el desarrollo del presente proyecto se considera la implementación de un sistema de marca para la Escuela Regional del Mariachi, bajo un enfoque que involucra la participación de los usuarios, así como de mecanismos que incentiven la asistencia a las actividades que ahí se realizan. Esto debido al reconocimiento de una creciente fragmentación del sentido de identidad entre la comunidad y la cultura del mariachi, donde se percibe a las personas con un desganado interés por reestablecer y fomentar la apropiación de este patrimonio inmaterial, que alguna vez identificó al municipio de Cocula, Jalisco, como cuna y referente del mariachi.

Para ello es importante considerar los criterios identitarios que motivan a una comunidad, como dice Varela (2010), los cuales se concentran en dos variables que hacen de la identidad un imaginario social que se busca externar de manera individual, y paradójicamente, colectiva. Pues por un lado, la *identidad individual* siempre ha sido un elemento de carácter distintivo, sin extremarse a un complejo narcisista, siempre hemos buscado la diferenciación con nuestros semejantes, y más en una misma sociedad, en donde si bien crecemos en entornos diferentes, el contexto suele ser muy parecido al de nuestros allegados, es por ello que desde edad temprana vamos construyendo un *criterio* con base a nuestros gustos y experiencias con el fin hacerlo evidente hacia quienes nos rodean y externandolo a través de nuestra propia imagen, la música, nuestra manera de comunicarnos, etc. Sin embargo, una *identidad colectiva*, aun cuando podría sonar contradictorio respecto al punto anterior, resulta de una necesidad inherente de formar parte de un grupo, en donde si bien cada individuo manifiesta una personalidad propia, se busca la aceptación por parte de una comunidad que comparte una misma ideología y/o cultura, la cual es proyectada hacia el exterior a través elementos sígnicos y simbólicos con el fin de reforzar esa visión, así como también de hacer de los integrantes una comunidad que respalda los valores en los que sustentan sus ideales.

De manera complementaria, Costa (2014, p. 90) emplea el concepto “poner en forma visual” para describir parte del proceso comunicacional de los signos gráficos. El  mismo Costa describe cómo éste concepto converge en dos variables que forman parte intrínseca de la comunicación; por un lado es *representar* algo que no está, o al menos de manera física, donde bien puede ser una idea, concepto, filosofía, etc. Y por otro lado está el *informar*; el cómo se da a entender eso que no es tangible. Así describe la idea de “la forma informa”, donde, de nuevo, enfatiza dos aspectos por los que se puede entender la forma de informar. Uno de ellos es mediante la construcción y representación de los objetos para promover las funciones utilitarias que el mismo constituye. Y de la misma forma, destaca la manera de transmitir ideas mediante la comunicación de los signos.
Así pues enuncia un contundente planteamiento de lo que es la manera en que comunicamos y entendemos los elementos que nos rodean:

> *“El lugar privilegiado donde forma e información convergen en un Todo es, pues, el mensaje gráfico.”*

De esta manera destaca la labor del diseño gráfico, en donde reflexiona sobre cómo la finalidad de todo mensaje es informar, y por consiguiente, comunicar.

Todo lo anterior nos conduce a un desarrollo en el proyecto que conlleva intrínsecamente a difundir y destacar los valores culturales del mariachi, los cuales son compartidos y heredados generacionalmente, lo que otorga un emotivo significado en la construcción de la identidad comunitaria del municipio de Cocula, mismo que puede ser empalmado con el discurso de Gimenez (2003) que establece lo siguiente:

> *“Los elementos colectivos destacan las semejanzas, mientras que los individuales enfatizan las diferencias, pero ambos se conjuntan para constituir la identidad única, aunque multidimensional, del sujeto individual.”*

Pues la identidad colectiva es inherente al sentido de pertenencia que se tiene respecto a una comunidad, en donde nos podemos cobijar como miembros de una estructura social mucho mayor, pero siempre con la tangente de nuestras percepciones y experiencias que construyen nuestro criterio intelectual, formal, social, etc. Eso que nos hace ser lo que somos, y que en definitiva nos diferencia (de manera intencionada o no) de nuestros homólogos en nuestra propia comunidad.

# Método utilizado

La metodología en la que se trabajó para el desarrollo del presente proyecto está basada en el pensamiento de diseño (design thinking), en la cual se trabaja de manera conjunta buscando lograr una coordinada participación entre los actores involucrados y se ve motivado por la detección de necesidades que a partir de una matriz de necesidades se prioriza el aporte de valor a la comunidad. En un entendimiento previo de los espacios potencialmente viables para su intervención y en la cual se evaluaron aspectos sociales, económicos y factibles para su implementación, se decanta por la intervención de la Escuela Regional del Mariachi como foco estratégico para la reunificación del emblema que representa el mariachi para la comunidad.

Así mismo, con base a las consideraciones que se plantearon en el despliegue de oportunidades, se establecieron 6 ejes que ponderan el rumbo del proyecto, y se formalizaron en función de las habilidades y aptitudes de cada uno de los integrantes. Para el caso particular del presente proyecto, se estipula el desarrollo de Mecanismos de comunicación y difusión para la Escuela Regional del Mariachi, atendiendo la deficiencia en los sistemas de comunicación visual en función a la reglamentación, organización y homogeneización de los elementos que conforman su identidad.

El periodo que comprende el desarrollo del proyecto es de Enero a Junio de 2022 y concerniente, en primera instancia, por el sector académico, conformado por maestrantes, el núcleo académico y la plantilla docente de la Maestría en Diseño e Innovación Industrial (MDII), así como de alumnos y profesores de 2° y 7° semestre de la Licenciatura en Diseño Industrial; el sector social, en donde se buscó la participación de miembros de la comunidad que externaran necesidades latentes en cuestión de comunicación dentro del municipio; el sector gubernamental, que se vio fortalecido con la participación de autoridades municipales y funcionarios públicos; en segunda instancia y como parte de un modelo escalable, se busca la participación empresarial a través de estrategias que promuevan la cooperación entre estos sectores para con la escuela regional del mariachi.

## Criterios de función

Como parte de un de un proyecto de participación social se realizaron constantes validaciones con diferentes personalidades que encajaban con un perfil acorde al que actualmente asiste a la escuela.

Así, la validación formal de la propuesta de marca se vio retroalimentada por los comentarios de propios alumnos, maestros, administrativos y padres de familia de la Escuela regional del mariachi, y en segunda instancia por visitantes del municipio. Dichas retroalimentaciones se llevaron a cabo en el entorno de la misma escuela, así como en sus alrededores, en donde se consideraron aspectos que según Costa (2015) resultan importantes para el desarrollo de una marca, estos aspectos son:

### Funciones sensoriales

**Pregnancia**
Visibilidad. Generar recuerdo
**Estética**
Despertar emoción. Seducir
**Asociatividad**
Vincularse a significados positivos y a la empresa
**Recordabilidad**
Imponerse en la memoria emocional

### Funciones estratégicas

**Comunicar**
Conectar bien con la gente (empatía)
**Designar**
Nombrar, señalar inequívocamente
**Significar**
Representar valores
**Identificar**
Diferenciar, singularizar la empresa/productos/servicios

## Concepto

El planteamiento que se aborda anteriormente, da pie y sustento a la construcción de una marca que incentiva la participación y la generación de vínculos emocionales, en donde intervienen factores que se fundamentan en una narrativa construida en el entorno del mariachi y las emociones que se transmiten en cada una de sus diferentes representaciones toman un protagonismo en el discurso presentado para inspiración de la marca.

# El alma del mariachi

El alma mexicana se encuentra compuesta por una amplia riqueza de colores, sabores, aromas y melodías que representan a México ante el mundo con gran viveza. Las expresiones tradicionales y artísticas forman parte de este mosaico cultural, destacándose entre ellas el sonido de las cuerdas vibrantes y las potentes voces del mariachi.

La música del mariachi, declarada como Patrimonio Cultural Inmaterial por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés), es un elemento simbólico identificador de la cultura regional mexicana que encuentra sus raíces en el occidente del país, específicamente en el municipio de Cocula, Jalisco, de acuerdo con la creencia popular.

Conocido como “cuna mundial del mariachi” por su herencia musical, Cocula es fuente de inspiración de diversas obras, entre ellas la canción “Cocula”, compuesta por Manuel Esperón, musicalizada por Ernesto Cortázar e inmortalizada en la voz de Jorge Negrete, cuya letra relata: “De esta tierra de Cocula, que es el alma del mariachi, vengo yo con mi cantar” (1943), destacando el papel del municipio en el origen del género musical.

De esta manera, es fundada en 1993 la Escuela Regional del Mariachi de Cocula, Jalisco; semillero de talento de generaciones de músicos y hogar de la herencia artística de la región, cuya labor de formación cultural motiva el desarrollo del proyecto “Escuela Regional del Mariachi de Cocula, el alma del mariachi”, que tiene como principal objetivo difundir las actividades del recinto como medio de preservación de la esencia y el legado patrimonial que representa el mariachi. Se trata de una invitación a participar en el redescubrimiento, apreciación y redefinición del mariachi como intangible cultural que promueve la inclusión, el crecimiento y la formación de artistas.

La propuesta se encuentra delimitada dentro del diseño de mecanismos de comunicación y difusión para promover la identificación de la Escuela Regional del Mariachi, fomentar la construcción de vínculos emocionales incentivando el sentido de pertenencia en el ámbito local y facilitar el acceso a la información relacionada con el recinto, propiciando elementos identificables a través de la marca, la señalización de los espacios y narrativas transmedia, impactando en el reconocimiento del espacio por parte de la comunidad de la escuela conformada por estudiantes, académicos y personal administrativo, así como habitantes, turistas y personas con intereses afines a la cultura del mariachi.

Los elementos simbólicos de la marca toman inspiración de las formas de la notación musical buscando hacer referencia al carácter distinguido y artístico de la cultura del mariachi, la cual inspira el desarrollo de una identidad cercana al afecto

colectivo de las personas que represente la expresividad de esta tradición musical, a través de las siguientes emociones:

- *Apasionado*
- *Melancólico*
- *Bravío*
- *Festivo*
- *Emblemático*

## Personalidad

En el desarrollo de la marca se buscaron atributos que respondieran a los cuestionamientos que estipulan Jimenez y San Eugenio (2009) para la construcción de una identidad territorial, para luego poder replicarlo en el entorno de la escuela.

> *"la estrategia de posicionamiento turístico de cualquier destino debe responder a las siguientes preguntas: ¿Qué imagen de marca deseamos transmitir? ¿Cómo queremos que nos perciban los diferentes públicos a los cuales vamos a dirigir nuestra estrategia de comunicación? ¿De qué atributos asociados al destino –tangibles e intangibles- nos podemos valer para transmitir la esencia de nuestro mensaje?".*

Para responder a estas preguntas, se define como punto de partida el planteamiento de los siguientes valores afectivos asociados a la cultura del mariachi, buscando traducirse en elementos estéticos para la Escuela Regional del Mariachi.

**Artístico**

Es decir, algo o alguien que destaca entre los demás por sus cualidades. Otras palabras asociadas con este concepto son: *ilustre, eminente, apreciado, famoso, notable.*

**Cercano**

Referente a la sensación de cercanía que permite a los individuos sentirse acompañados, reconocerse y presentarse como parte de un grupo al compartir lazos, experiencias y pensamientos. Relacionados a este término se encuentran los siguientes conceptos: *próximo, inmediato, afín, semejante y adyacente.*

**Distinguido**

Empleado para referirse a todo aquello propio o relativo al arte o los artistas. Algunos términos similares son los siguientes: *creativo, decorativo, atractivo, bello, ornamental.*

**Expresivo**

Este término es aplicado para aquellas personas o manifestaciones que muestran con gran viveza los sentimientos o pensamientos. Otros conceptos relacionados son: *vehemente, vivo, efusivo, afectivo y comunicativo.*

Éste discurso es el que da origen y sustento al desarrollo de la imagen que se propone a continuación.

# Áreas de intervención

Con base a los objetivos del Proyecto de Innovación Social para la Escuela Regional del Mariachi, a las problemáticas planteadas y a la narrativa del concepto que se establece con anterioridad es que se estipulan las áreas de intervención del trabajo de Estrategias de comunicación para la Escuela Regional del Mariachi, en donde se establecen criterios de aporte a la misma con una estructura para la identificación y la promoción del espacio, mismas que se presentan a continuación.

## Diseño de signos gráficos

Para el diseño de una marca unificadora del significante de la escuela regional del mariachi como semillero de talento se optó por una identificación gráfica acompañada de un discurso emocional que permitiese el acercamiento y la apropiación de la institución. La propuesta busca el equilibrio entre la síntesis formal de las claves utilizadas en la lectura de la música de mariachi (Sol-Fa) y los trazos de peso variable que caracterizan a las mismas, acompañado una tipografía institucional que transmite un esencia sobria pero tradicional.
Estos recursos se empalman con una paleta de color que busca ser dinámica según los usos y aplicaciones que se le dan, dictados por cinco expresiones que se rescatan de las narrativas que se identifican en diferentes canciones del género mariachi.
Así, tanto el símbolo, la tipografía y los colores convergen en un imagotipo, que remonta a una marca formal y comprometida con la enseñanza musical.

**Símbolo**

La elección de un símbolo como elemento gráfico para la representación de la marca surge con base en la necesidad de reconocer de manera práctica a la escuela, a través de un mensaje que permita generar la memorabilidad y asociatividad del mismo.

Por ello es que el elemento simbólico de la ERM (figura 11) busca ser un elemento simple en su construcción pero con una carga simbólica que remita a la práctica de la música. De esta manera, toma de referencia las formas de dos símbolos de la notación musical, la clave del sol y la de fa, utilizadas en las partituras de los instrumentos que conforman el mariachi.
Las formas orgánicas que integran a la figura, así como el cambio de la calidad de línea, hacen referencia a su vez a la cualidad humana y artística de la enseñanza musical.

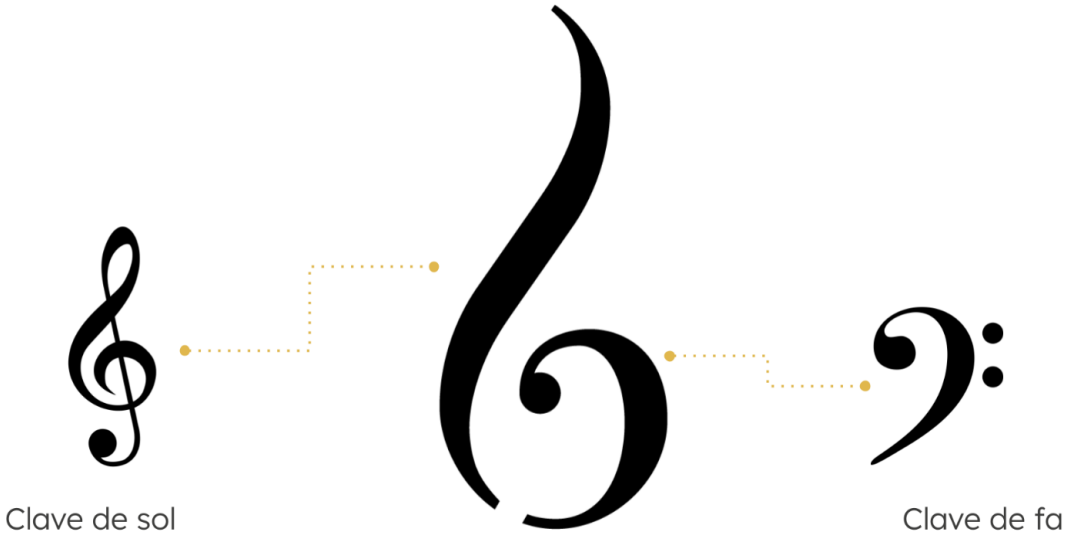



*Figura 11. Elemento simbólico del imagotipo y su inspiración formal*

**Tipografía**

Para la selección de tipografía se realizó un relevamiento tipográfico en el que se evaluaron los siguientes aspectos:

- Tipo de licencia
- Qué personalidad tiene
- Qué evoca
- Relación con marcas
- Características

Siendo así la tipografía Abhaya Libre como fuente principal por su estructura y construcción, que debido a sus terminaciones serif remiten a una presencia elegante y de carácter formal, aspectos que se buscan destacar de la escuela como institución comprometida con la enseñanza.

# Abhaya Libre

**Tipo**
Serifa
**Licencia**
Libre
**¿Qué personalidad tiene?**
Elegante, neutral.
**¿Qué evoca?**
Modernidad, seriedad.
**¿Relación con marcas?**
Marcas de moda.
**¿Características?**
Tiene variedad de grosor, no tiene itálicas.

### Imagotipo

La imagen gráfica de la Escuela Regional del Mariachi se encuentra representada por un imagotipo, integrado por el elemento simbólico posteriormente descrito y su conjunción con los elementos tipográficos que escriben el nombre del espacio (figura 12). La tipografía empleada para la escritura del imagotipo fue modificada para adoptar un diseño más adecuado para las necesidades del identificador gráfico. La forma tipográfica de los caracteres serif remite a la expresión tradicional emblemática de la música del mariachi, mientras que la variación en la calidad de línea guarda relación con la parte simbólica del imagotipo.

*Figura 12. Integración de la propuesta de imagotipo para la Escuela Regional del Mariachi*

## Imagotipo secundario

El sistema gráfico también integra una versión secundaria del imagotipo, cuyo propósito es fortalecer el reconocimiento de las iniciales ERM (figura 13) y su asociación directa con la Escuela Regional del Mariachi. De la misma forma, el diseño es adecuado para su uso en tamaños de impresión reducidos

*Figura 13. Integración del imagotipo secundario de la Escuela Regional del Mariachi*

## Paleta de color

**Rosa**

Este color fue definido a la pasión debido a las delicadas letras y melodías que se ejecutan en el mariachi como discursos para el cortejo hacia otra persona, en donde se perciben sensaciones de amor y seducción en las que este color tiene una marcada influencia.

**Azul**

La representación del azul como la melancolía se debe al tono frío que proyecta debido a la percepción de la lejanía y lo sombrío que nos resulta, pues los objetos más lejanos o que están bajo la sombra los percibimos con estas tonalidades.

**Rojo**
Debido a la fuerza y notoriedad que tiene el color rojo es que se define para un sentimiento bravío, en donde las canciones con argumentos de ira, venganza o valentía expresan un carácter enérgico.

**Azul celeste**
Esta tonalidad de azul fue elegida por la expresa alegría que genera, en la que se percibe como un tono vivo y de fiesta, influenciado incluso por su constante utilización en globos y papel picado que vemos en las festividades.

**Dorado**
La tonalidad elegida para la representación de lo emblemático es derivado de la relación con el lujo y la distinción que se presenta en canciones que enaltecen las cualidades de origen y personalidad.

**Negro/gris**
Como color complementario a cada uno de los anteriores se eligió un negro con tintes fríos, esto debido a la sobriedad y elegancia que representa, sobre todo en el mariachi, en el que el traje de gala es de este tono.

| Emblemático | Festivo | Melancólico | Bravío | Apasionado |
|---|---|---|---|---|
| #E0B74D<br>Pantone 142 C<br>C15 M28 Y78 K0<br>R224 G183 B77 | #66B1CC<br>Pantone 7458 C<br>C61 M14 Y16 K0<br>R102 G177 B204 | #6A71A0<br>Pantone 7668 C<br>C67 M56 Y18 K0<br>R106 G113 B160 | #EF80A8<br>Pantone 204 C<br>C0 M63 Y8 K0<br>R239 G128 B168 | #D2491C<br>Pantone 173 C<br>C14 M82 Y98 K0<br>R210 G73 B28 |

*Figura 14. Paleta de color de la marca*

## Narrativa

El amplio repertorio de los músicos de mariachi guarda una estrecha relación con el espíritu, la vida y la cultura de nuestro país, dando lugar a una diversa cantidad de piezas que relatan el orgullo, la alegría, los pesares, la pasión y la intensidad del pueblo mexicano. La identidad gráfica de la Escuela Regional del Mariachi, reconociendo la cualidad efusiva de la música vernácula mexicana, busca enaltecer a Cocula como “El alma del mariachi”, tomando como inspiración la expresividad de este género musical a través de cinco paletas de colores, que encuentran su origen en las temáticas más recurrentes de la música de mariachi. Así mismo, teniendo como misión la salvaguarda y difusión de la cultura regional mexicana, la variedad de colores que integra la marca nos permite acercarnos al afecto colectivo,

invitando a participar al público en el redescubrimiento, apreciación y redefinición del mariachi como intangible cultural que promueve la inclusión, el crecimiento y la formación de artistas. Cada paleta de colores se relaciona con una expresión sigular del marichi, por lo que idealmente se utilizará una paleta de color por cada recurso que se genere, de acuerdo a la expresión que más se busque transmitir. En su utilización, no deberá de intervenir más de 1 paleta de color que corresponda a la expresión deseada, salvo casos particulares, en los que solo se podrá utilizar un maximo de 2 paletas, tomando los 2 tonos más claros de una y el más obscuro de la otra. Cabe destacar el uso de la paleta conocida como “Emblemático” como colores principales y distintivos de nuestra escuela como institución

**Emblemático**

La expresión musical mexicana por excelencia, el mariachi, relata de manera vivaz la devoción por nuestra tierra y el orgullo que nos identifica como mexicanos, por medio de canciones como México lindo y querido, ¡Ay, Jalisco, no te rajes!, Guadalajara y Cocula, por mencionar algunos ejemplos, representando el más puro sentimiento de amor por nuestra cultura y tradiciones. De esta manera, la paleta de colores Emblemático busca enaltecer al mariachi y su poder como símbolo de la cultura mexicana ante el mundo, adoptando una gama de colores dorados que remiten a los elementos ornamentales de los trajes charros.
La paleta de colores Emblemático, al resaltar la cualidad esencial del mariachi con relación a nuestra cultura, es también la paleta de colores principal de la Escuela Regional del Mariachi y deberá ser empleada en todas las piezas institucionales oficiales de carácter organizacional (hojas membretadas, notas, documentos oficiales, etc.) cuyo sistema de reproducción permita el uso de color. Así mismo, la personalidad dinámica de la marca permite el uso de la paleta de colores emblemáticos en aquellas piezas cuyo mensaje a transmitir corresponda con la esencia de esta expresividad.

**Festivo**

Para muchos, el mariachi es sinónimo de alegría y celebración, encontrándose presente en los acontecimientos más importantes de la vida del pueblo mexicano. Al ritmo de piezas como El mariachi loco, La fiesta del mariachi, La cucaracha y Yo soy el aventurero, se escuchan las voces en las reuniones sociales, entonando las letras acompañadas de los instrumentos y disfrutando de la amplia variedad gastronómica mexicana. Destacando el entusiasmo y la vivacidad del género musical, la paleta de colores Festivo toma inspiración en el contexto social y de celebración donde el mariachi asume un rol protagónico, adoptando una gama de

color azul celeste, comunmente presente en globos y papel picado. La personalidad dinámica de la marca permite el uso de la paleta de colores Festivo en aquellas piezas cuyo mensaje a transmitir corresponda con la esencia de esta expresividad.

**Melancólico**

Como el día y la noche, la expresividad del mariachi es tan amplia y contrastante que puede llevarnos desde un ritmo muy alegre hasta una interpretación sumamente vibrante que toque las fibras más sensibles de nuestros seres. Piezas musicales como Cucurrucucú paloma, Cielo rojo, De los besos que te di y La media vuelta, poseen las características especiales para emocionar de sobremanera a cualquier espectador. La expresión más nostálgica y vulnerable que comparte el mariachi, permite adoptar una paleta de colores más sobria, denominada Melancólico, cuyos tonos azules hacen referencia a la añoranza y los pesares que forman parte del alma mexicana y los repertorios musicales mexicanos. La personalidad dinámica de la marca permite el uso de la paleta de colores Melancólico en aquellas piezas cuyo mensaje a transmitir corresponda con la esencia de esta expresividad.

**Apasionado**

Teniendo como escenario un balcón a la medianoche, la música del mariachi expresa su voz más romántica, buscando enamorar al público y compartir la pasión por la tradición mexicana. El latido del corazón mariachero se encuentra muy presente en canciones como La malagueña, Si nos dejan, Hermoso cariño y Yo quiero ser, que conquistan el alma de las personas. La paleta de colores Apasionado, incorpora una gama de colores rosados que representan la delicadeza de las letras y melodías ejecutadas por el mariachi como medio para el cortejo hacia otra persona. La personalidad dinámica de la marca permite el uso de la paleta de colores Apasionado en aquellas piezas cuyo mensaje a transmitir corresponda con la esencia de esta expresividad.

**Bravío**

El traje charro portado por los músicos de mariachi, es reconocido como un símbolo de gallardía, la cual también se encuentra presente en diversas piezas musicales como El rey, El hijo desobediente, Pelea de gallos y El cascabel, que expresan la valentía, audacia e incluso la picardía que caracteriza a la figura heróica mexicana del charro. De esta manera, la paleta de colores Bravío representa la fuerza y

notoriedad de esta expresión, adoptando una gama de colores rojizos para reflejar la energía, la intensidad y el furor que caracterizan a estas piezas musicales. La personalidad dinámica de la marca permite el uso de la paleta de colores Bravío en aquellas piezas cuyo mensaje a transmitir corresponda con la esencia de esta expresividad.

### Gráfica complementaria

El sistema visual de la marca se complementa con la propuesta de elementos gráficos alusivos al bagaje del mariachi y la escritura musical, tales como los pentagramas, barras y claves, entre otros signos musicales (figura 15); empleados con el propósito de representar la labor de formación musical de la Escuela Regional del Mariachi.
Estas gráficas corresponden a los elementos del pentagrama que más destacan en su construcción, siendo así un fragmento de las 5 líneas del pentagrama con variación en la longitud según su uso en los diferentes recursos, y de la misma manera con la implementación de ondulaciones que remiten a una expresión más dinámica en su contenido. Así mismo se cuenta con una “doble barra”, utilizada en el sistema de escritura musical como signo de finalización de una obra, mientras que su utilización dentro de recursos que denotan la finalización del contenido, y en casos particulares como inicio o indicador puntual de ciertos elementos.

*Figura 15. Elementos de la gráfica complementaria*

### Tipografía secundaria

Así mismo, de manera secundaria se eligió la tipografía Lexend como complementaria debido a su forma sans serif, que destaca por su legibilidad y el aspecto moderno que transmite, ideal para su utilización en textos largos.

Lexend

**Tipo**
Sans serif
**Licencia**
Libre
**¿Qué personalidad tiene ?**
Simple
**¿Qué evoca?**
Amabilidad.
**Relación con marcas**
Juguetes, tecnología.
**Características**
Tiene variedad de estilos.

## Participación social

Buscando transmitir la cercanía que sentimos al escuchar un mariachi, es que se interviene con una estructuración de actividades que permitan el alcance y la participación de la comunidad, en donde cada persona que se encuentra en el entorno de la escuela sea incentivada a participar en las actividades que realiza, independientemente si estudia o no en la misma, pues la escuela como institución formadora y promotora de la cultura del mariachi debe propiciar una estrecha colaboración social para la estructuración de sus actividades. Así, se busca promover esta participación a través de  la construcción de una red de valor fundamentada en la escucha y expresión de los mismos habitantes.
Es por ello que se propone la estructuración y difusión de una agenda cultural, en la que se aborden temáticas de diferente índole que, según el contenido, sean promovidas por las organizaciones correspondientes y de la mano de la Escuela Regional del Mariachi.

**Elección de contenidos**

En una propuesta primaria se busca proponer contenidos en modalidad de talleres, cursos, conferencias, master class, etc., con cinco diferentes temáticas de interés para la población. Una vez estipulados los contenidos se procede a identificar los recursos necesarios para llevarlos a cabo  (sin la necesidad de concretarlos en ese momento), en donde se primará por conseguirlos de manera local, ya sean insumos, herramientas y personal, a fin de promover el comercio local. Una vez identificados, se publicará la oferta de contenidos a través de medios digitales, redes sociales y de manera física dentro de la escuela (figura 16), en donde todo el público podrá participar en una votación democrática y con previa estipulación de plazos (preferentemente durante la primer semana del mes), para luego elegir a los dos con mayor cantidad de votos. Esta votación deberá ser llevada a cabo sin condición

particular de edad, género ni posición, y será de manera particular con previo registro según el medio de votación.
Así los contenidos seleccionados serán parte de la oferta de actividades correspondiente al mes inmediato siguiente y con un espaciado temporal de 15 días aproximadamente, dictado por la disponibilidad de los recursos necesarios (figura 17). Para el desarrollo de esta propuesta se busca la retribución monetaria a través de una pequeña cuota de recuperación para la solvencia del espacio así como de los recursos necesarios, y a su vez se promueve la incorporación de patrocinadores locales que faciliten algunos recursos necesarios, según el contenido ofertado.

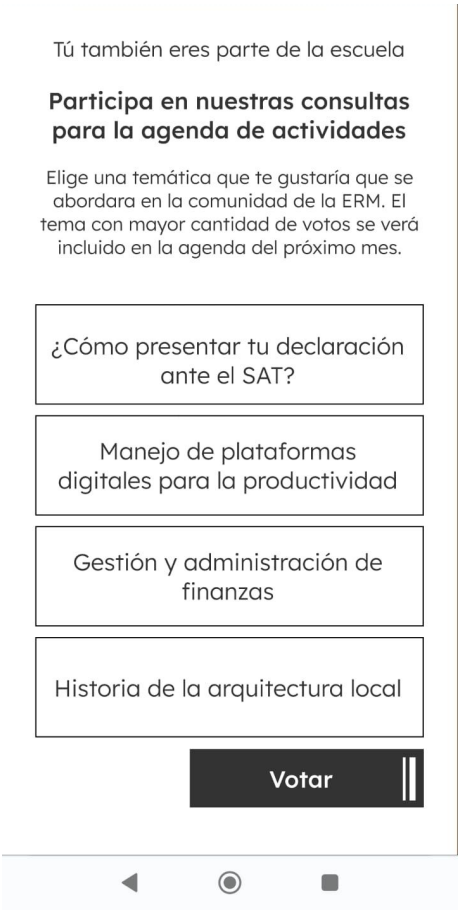



*Figura 16. Esquema de votación a través de página web*

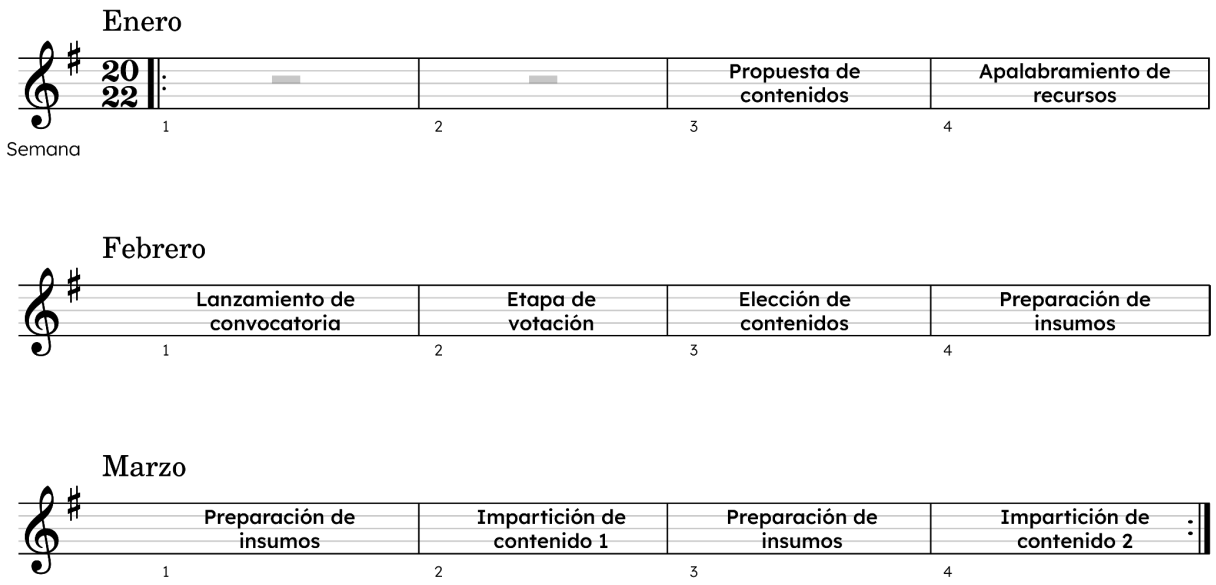



*Figura 17. Representación de cronograma para la propuesta de realización de contenidos con la participación social.*

**Participación de artistas**

De igual manera, se promueve la participación local a través de una propuesta de divulgación de actividades en las que artistas de todo tipo tengan la oportunidad de intervenir los medios de difusión como carteles, volantes, ilustraciones, etc. para dar a conocer actividades que suceden en el contexto de la escuela (figura 7). Para ello se busca promover convocatorias de participación, en las que los participantes muestren alguna intervención artística con temática sobre el tema al que se dará difusión, esto para su posterior evaluación imparcial por parte de instancias designadas como pares de valoración en materia de impacto, concordancia y representación del contenido.

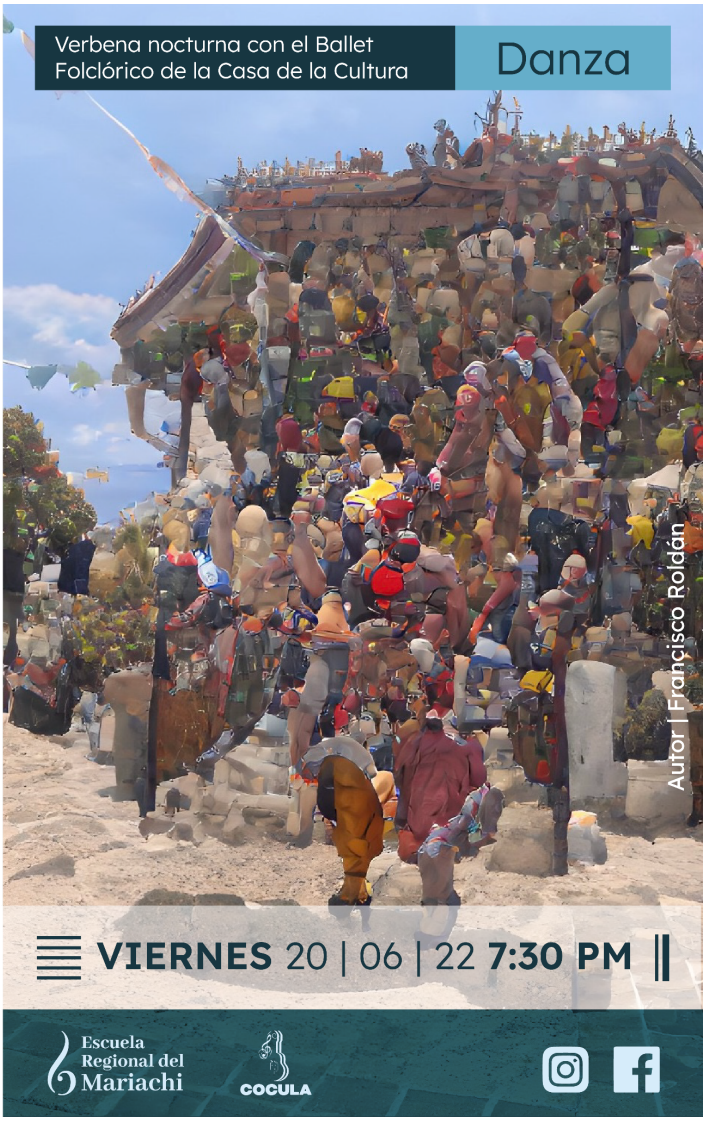



*Figura 18. Representación de intervención artística de pintura en cartel de difusión de baile folklórico*

**Agenda cultural**

Aunado a lo anterior, y bajo el discurso del "Alma del mariachi" se busca dar una difusión más estructurada de las diversas actividades que se realizan en la escuela, por ello se propone la estructuración de una agenda cultural (figura 19) que establezca la planeación de eventos llevados a cabo por la escuela para así preveer recursos e insumos necesarios para su realización, a su vez de promover estratégicamente cada uno de ellos, de esta manera se puede dar difusión a la misma escuela y paulatinamente posicionarla como instancia referente y promotora de la cultura local. Así una tentativa estructura sería la que se muestra a continuación.

Enero

- Impartición de contenido 1. Segunda semana del mes
- Concierto de gala Dia del mariachi. Sábado más proximo al 21 de enero
- Impartición de contenido 2. Cuarta semana del mes

Febrero

- Impartición de contenido 1. Segunda semana del mes
- Concierto de los Enamorados. Sábado más próximo al 14 de febrero
- Impartición de contenido 2. Cuarta semana del mes

Marzo

- Evento El poder femenino. Concierto, charlas, exposiciones de la participación de la mujer en el mariachi. Primera semana del mes
- Impartición de contenido 1. Segunda semana del mes
- Impartición de contenido 2. Cuarta semana del mes

Abril

- Impartición de contenido 1. Segunda semana del mes
- Realización de representación de actividades de la semana santa con música de mariachi. Variables en función de la semana santa
- Recital musicalizado de poemas Elías Nandino. 19 de abril
- Impartición de contenido 2. Cuarta semana del mes

Mayo

- Impartición de contenido 1. Segunda semana del mes
- Serenata Madre mía. 9 de mayo por la noche
- Evento a la Madre. 10 de mayo
- Impartición de contenido 2. Cuarta semana del mes

Junio

- Impartición de contenido 1. Segunda semana del mes
- Impartición de contenido 2. Cuarta semana del mes
- Concierto de fin de cursos. Último viernes del periodo escolar

Julio

- Impartición de contenido 1. Segunda semana del mes
- Cursos de verano. Master class, charlas, conciertos. A lo largo del periodo vacacional
- Impartición de contenido 2. Cuarta semana del mes

Agosto

- Concierto de clausura de cursos de verano. Viernes inmediato anterior al inicio de clases

- Impartición de contenido 1. Segunda semana del mes
- Impartición de contenido 2. Cuarta semana del mes

Septiembre

- Impartición de contenido 1. Segunda semana del mes
- Grito de independencia ERM. Concierto, verbena. 15 y 16 de septiembre.
- Impartición de contenido 2. Cuarta semana del mes

Octubre

- Impartición de contenido 1. Segunda semana del mes
- Impartición de contenido 2. Tercer semana del mes
- Recorridos nocturnos de la ERM y sus túneles. Todas las noches de la última semana del mes
- Concierto de gala Encuentro internacional del mariachi. Viernes más cercano al encuentro internacional del mariachi

Noviembre

- Serenata de Día de muertos. 1 de noviembre por la noche
- Concierto y competencia de altares de Dia de muertos. 2 de noviembre
- Impartición de contenido 1. Segunda semana del mes
- Impartición de contenido 2. Cuarta semana del mes
- Serenata en honor a Santa Cecilia. 22 de noviembre

Diciembre

- Impartición de contenido 1. Segunda semana del mes
- Concierto de navidad. 23 de diciembre
- Musicalización de la misa de navidad. 24 de diciembre
- Impartición de contenido 2. Tercer semana del mes
- Concierto de fin de año. 30 de diciembre

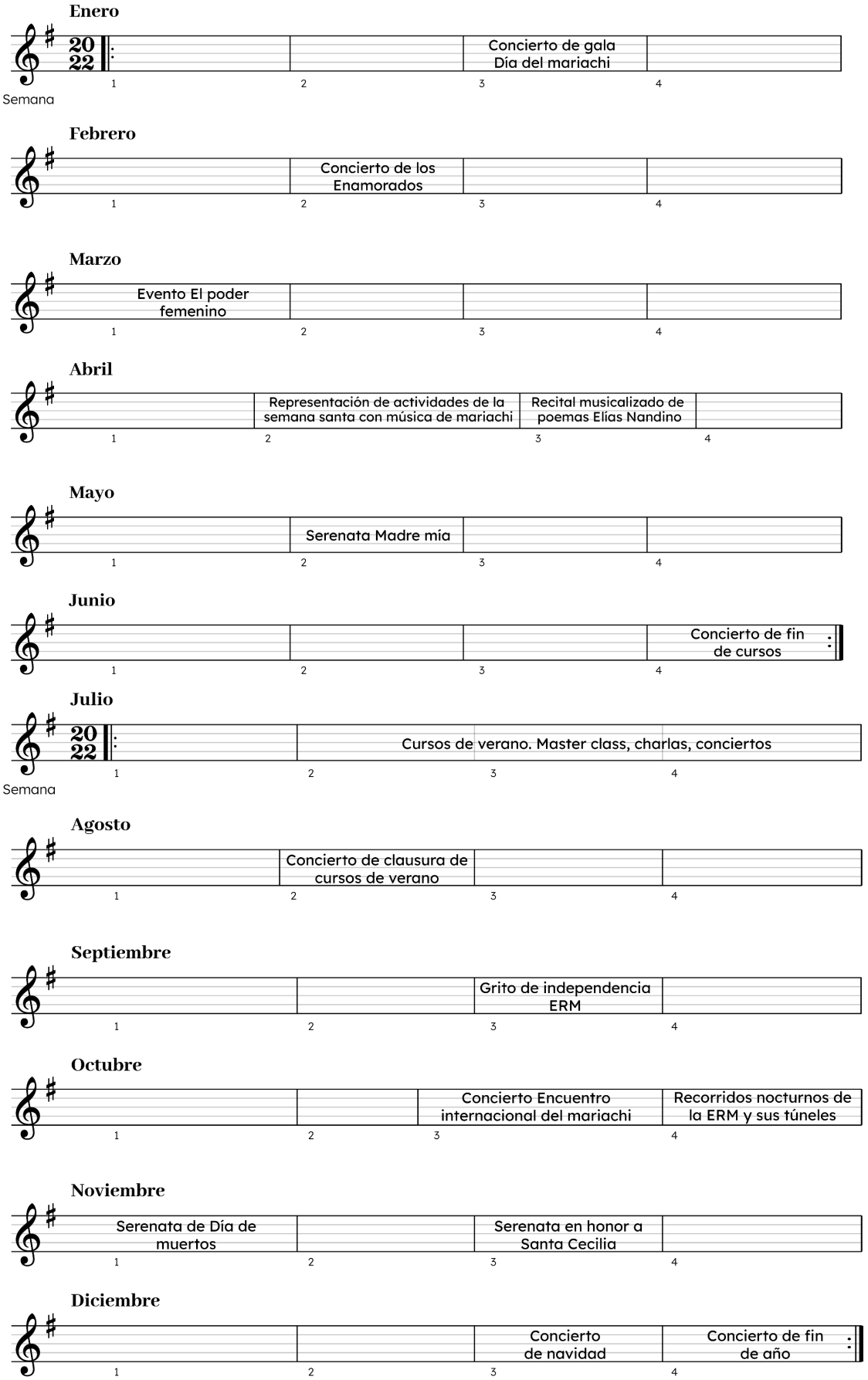



*Figura 19. Representación esquemática de propuesta para la agenda cultural*

**Recolección de narrativas "Los herederos"**

Por último, como recurso de difusión del legado cultural, se promueve la recolección de narrativas históricas por parte de los habitantes con mayor experiencia. Se promueve como un discurso de "*herederos*", en el cual se busca rescatar el bagaje intelectual de las personas en documentales audiovisuales para su posterior resguardo y difusión de los mismos a través de cápsulas multimedia, en las que se dará promoción mediante plataformas digitales (figuras 20 y 21), así como en la misma escuela, dentro de la propuesta de la sala memorial de mismo nombre desarrollada por el proyecto de *Métodos e infraestructura para una educación centrada en los usuarios de la Escuela Regional del Mariachi.* Debido a la complejidad de recursos y producción que conlleva la realización de esta propuesta, es que se estipula una periodicidad de 3 meses, para realizar labores de planeación, gestión, desarrollo  y producción de los mismos.

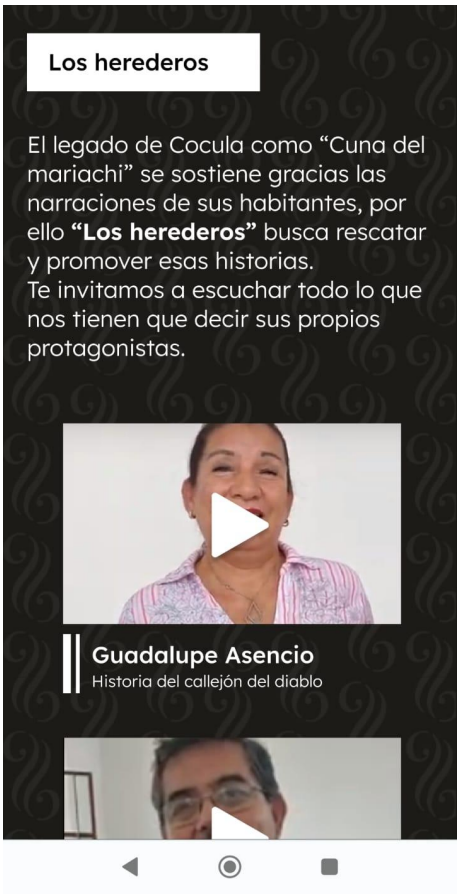



*Figura 20. Captura de pantalla de la documentación de Los herederos en plataforma de dispositivos móviles.*

*Figura 21. Captura de pantalla de la documentación de Los herederos en plataforma web.*

Es de mencionar que en la disposición de estas actividades se promueve la participación imparcial de todo aquel que así lo desee, por lo que la participación de las personas no deberá verse condicionada por factores externos o de índole personal, sino al contrario busca fortalecer el sentido de pertenencia y la participación, en donde los niños y niñas, alumnos, profesores, personal administrativo, miembros de la comunidad, y todo aquel que visite el municipio se perciba como actor y promotor del legado a través de estos contenidos.

## Difusión

Como parte de la estrategia para dar difusión tanto al  espacio como a las actividades que se desarrollan en él, se busca la integración de un sistema de señalización interno, un módulo de información interactivo y el desarrollo de una plataforma en línea con información de la escuela.

**Comunicación en medios**

La difusión para eventos podrá hacer uso de todas las paletas de color de la marca, con el propósito de transmitir la expresión que más se asocie con el mensaje de la campaña, evento o temporada del año en la que se realice la publicación.
Nuestros medios electrónicos podrán hacer uso de las distintas paletas de la marca, con el propósito de transmitir la expresión que más se asocie con el mensaje de la campaña, evento o temporada del año en la que se realice la publicación (figuras

de la 22 a la 31). Idealmente se utilizará una paleta de color por cada recurso que se genere, de acuerdo a la expresión que más se busque transmitir; sin embargo, si la pieza lo requiere, pueden emplearse hasta dos paletas de color diferentes, tomando los 2 tonos más claros de una y el más oscuro de la otra.

*Figura 22. Cartel que retoma la paleta de colores Apasionado para su diseño*

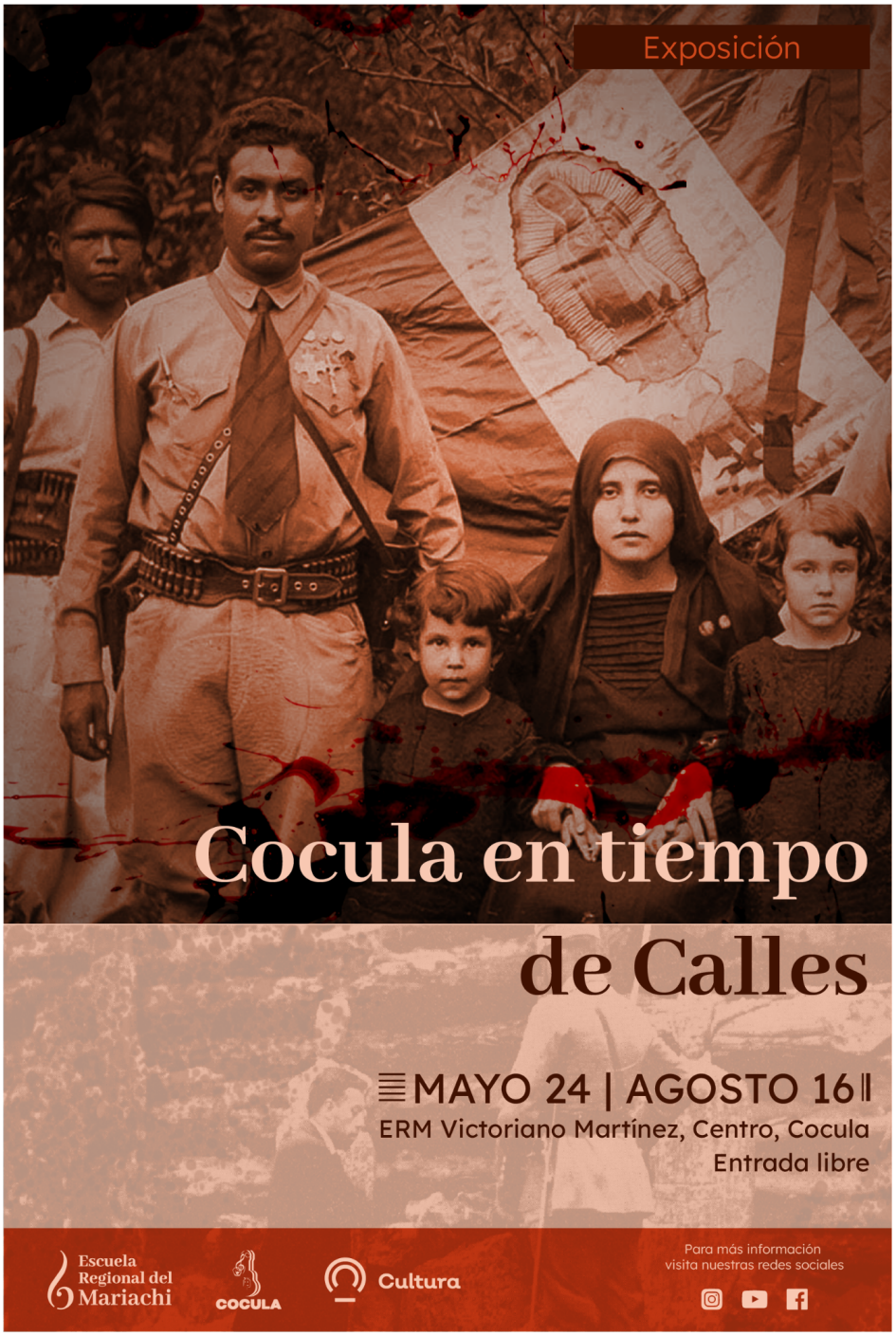
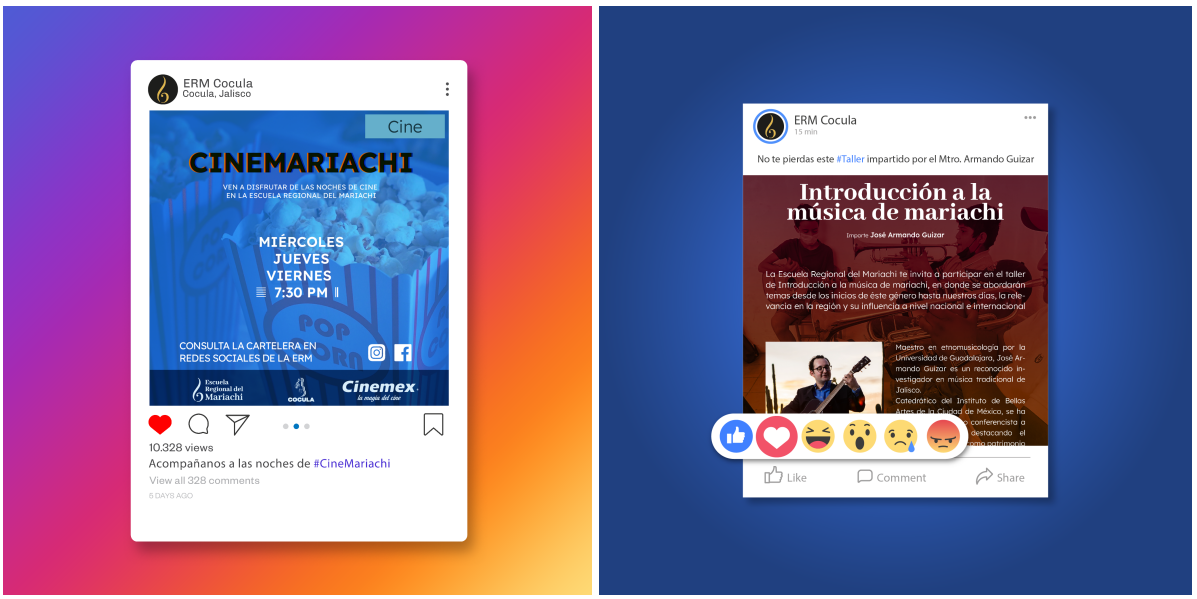



*Figura 23. Cartel que retoma la paleta de colores Bravío para su diseño.*

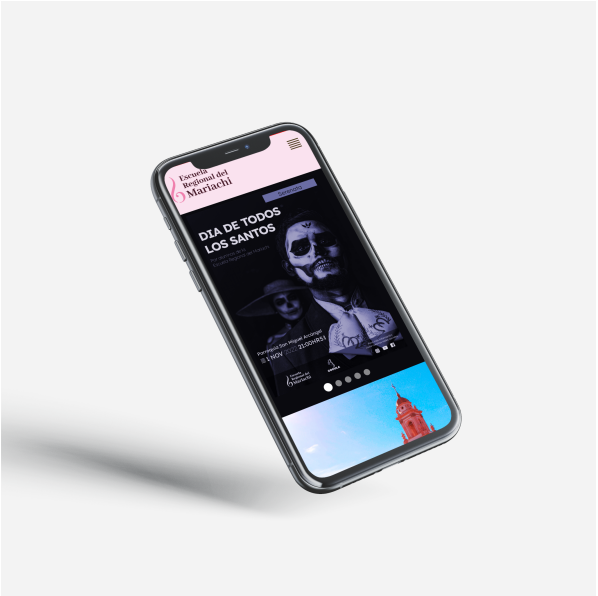
*Figura 24. Cartel que retoma las paletas de colores Emblemático y Apasionado para su diseño*

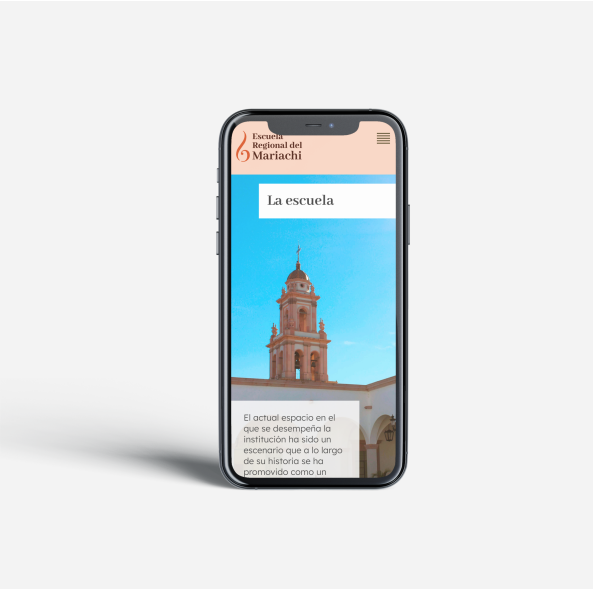
*Figura 25. Cartel que retoma la paleta de color Melancólico en su diseño.*




*Figuras 26 y 27. Publicaciones que retoman las paletas de colores Festivo, Apasionado y Emblemático para su diseño*

*Figura 28. Pieza de comunicación para medios electrónicos que retoma la paleta de colores Festivo.*




*Figuras 29, 30 y 31. Visualizaciones de la plataforma web en dispositivos móviles.*

## Señalética

Citando a Joan Costa, “Señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo, es la técnica que regula y organiza estas relaciones” (1987, p. 9).
Es bajo esta definición que se trabajó para el desarrollo de un sistema de información y ubicación dentro del espacio de la escuela regional del mariachi, esto debido a la ausencia de elementos identificadores de las aulas y espacios habilitados dentro de la misma.

El desarrollo formal de la propuesta parte del análisis de los elementos que hacen alusión al bagaje del mariachi y la escritura musical, de manera particular por cada instrumento que se imparte en la escuela, así como las claves de sol y fa, mismas que intervienen en la construcción del símbolo institucional. Así se conjugan secciones de los perfiles de cada recurso formal que se utilizó con bloques apaisados, y dispuestos a manera de señalización tipo bandera, con la intención de aprovechar la extensa dimensionalidad de las puertas de cada aula y espacio.
De esta manera, el sistema de señalización consta de 8 diferentes variaciones formales para delimitar los espacios, cada una en función del espacio que se busca representar (figura 32). Siendo una representación figurativa de los instrumentos que se imparten como lo son violín, vihuela, trompeta, guitarrón y guitarra (figuras de la 33 a la 38). El motivo de estas figuraciones más textuales se ve reforzado por una problemática puntual que nos refirieron los administrativos de la escuela, donde en ocasiones, los alumnos más nuevos o con mayor timidez no preguntan por el aula que les corresponde, y a su vez no se cuenta con la identificación de las aulas, por lo tanto los estudiantes no saben a dónde dirigirse para llegar a su clase, por ello se opta por una forma legible y entendible para todos los usuarios.
Como complemento, disponen de un corte en vinil que indica el espacio al que corresponde y se señala en la tipografía institucional secundaria. Misma con las especificaciones en caja alta, para una mejor legibilidad en la distancia, alineadas a la parte inferior más cercana al sistema de sujeción, y con el elemento gráfico complementario de la doble barra, que indica el lado de la entrada más cercana al espacio que señala.

**Especificación técnica**

En cuanto a las especificaciones técnicas de las propuestas se propone una construcción en material acrílico de 6 mm en color negro, esto para generar un contraste con la tipografía en vinil de la indicación. La señalética interna consta de 18 piezas cortadas en sistema láser con medidas aproximadas de 55x25 cm. A su vez cuenta con un sistema de sujeción que consta de un clip de media luna, implementado en canceleria de baño para materiales de cristal.
Para ver más especificaciones se complementa con el plano técnico de las estructuras (tabla 3, figuras 39 y 40).

| **Descripción** | **Insumo** | **Especificación** | **Costo** |
|---|---|---|---|
| Señalética tipo bandera | Lámina de acrílico | 1 Lámina de acrílico. 122x244x.6 cm | $ 3,780.00 |
| Mecanismo de sujeción | Herrajes clip de media luna | 40 herrajes con apertura de 6 mm | $ 3,200.00 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Etiquetas | Corte de vinil y Película Elástica de Calibre 80 LLDPE | 36 etiquetas para el sistema, correspondiente a 2 por cada elemento | $ 500.00 |
| Instalación de señalética | Mano de obra | Pago por instalación | $ 1,600.00 |

*Tabla 3. Tabla de costos y materiales para implementación de señalética. Elaboración propia.*

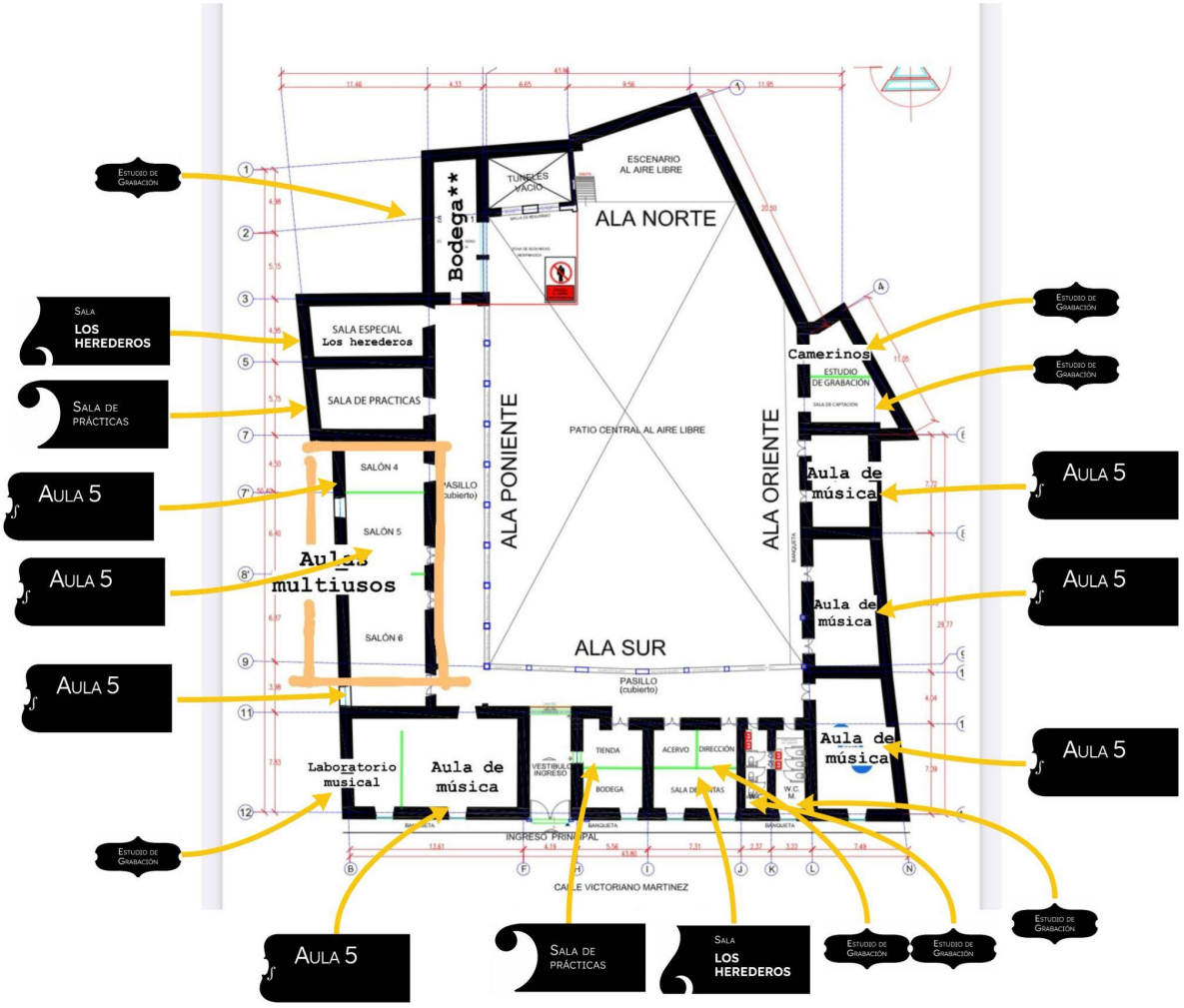



*Figura 32. Distribución tentativa para la definición de espacios.*

*Figura 33. Visualización en el espacio de la propuesta de señalética de bandera, cuya forma es una abstracción del violín.*

*Figura 34. Visualización en el espacio de la propuesta de señalética de pared.*

*Figura 35. Visualización en el espacio de la propuesta de señalética de bandera cuya forma se sintetiza de la clave de Fa.*

*Figura 36. Visualización en el espacio de la propuesta de señalética de bandera cuya forma se sintetiza de la clave de Fa.*

*Figura 37. Visualización en el espacio de la propuesta de señalética de bandera.*

*Figura 38. Visualización en el espacio de la propuesta de señalética de bandera.*

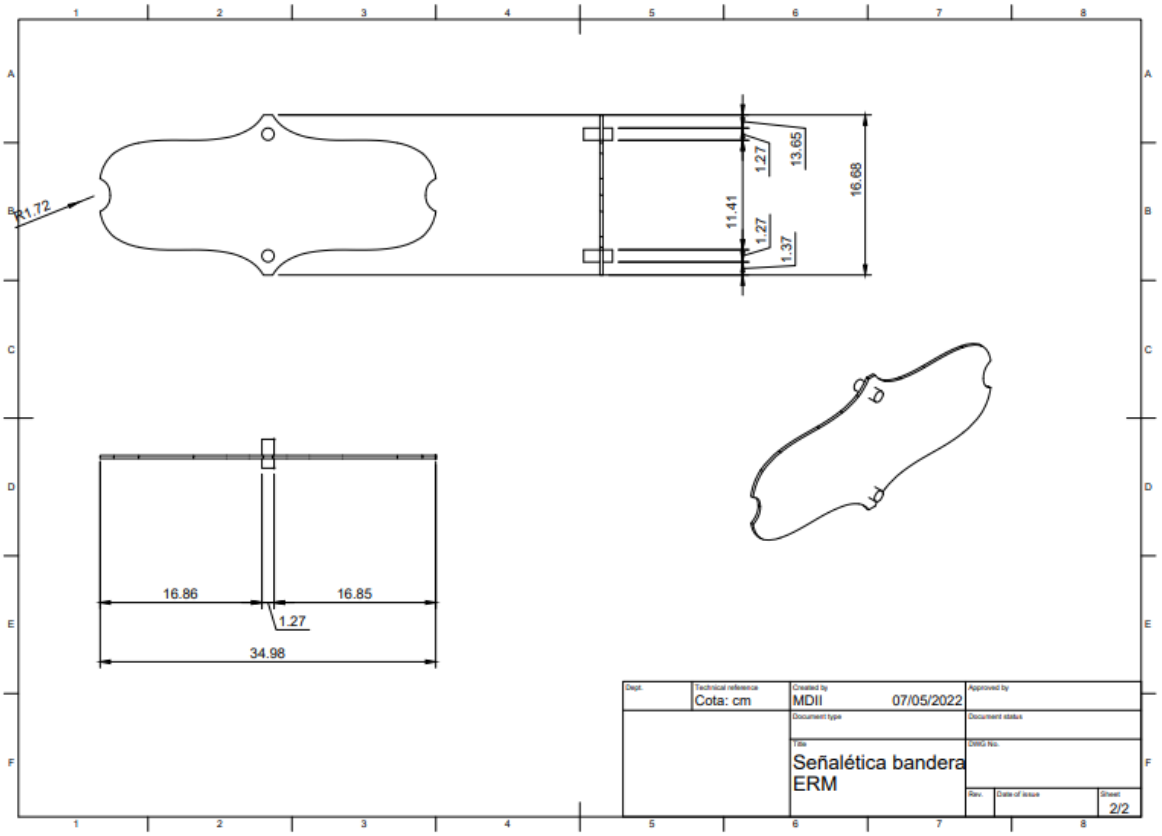



*Figura 39. Plano técnico de señalética auxiliar*

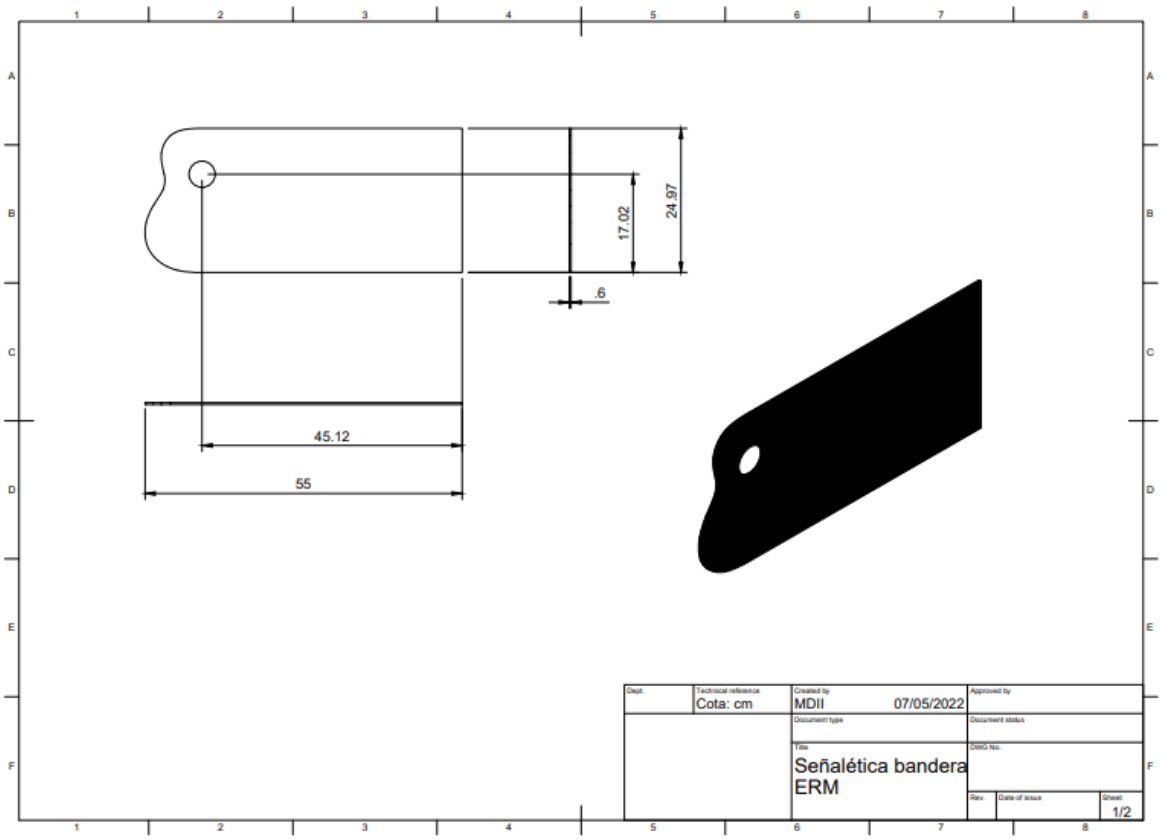



*Figura 40. Plano técnico de señalética de guitarra.*

### Módulos de información y plataforma web

En segunda instancia se interviene con un módulo de información local (figura de la 42 a la 44), en el que se dispone de información relevante no solo de la escuela, sino del municipio en general,en busca de facilitar el acceso a la información por parte de los habitantes.
Ya que si bien los alumnos, maestros y padres de familia están en comunicación a través de diferentes medios sociales, como lo son grupos de whatsapp o de facebook, la triangulación de la información entorpece la difusión de la misma.
Es por esta razón que la propuesta busca disponer de puntos de información que se unifiquen con la accesibilidad a la información a través de una plataforma en línea que promueve la agenda, eventos, la impartición de clases y demás actividades que se llevan a cabo por la escuela y dentro de ella. A su vez, y debido a la gran demanda de recursos que se necesitan para la implementación de estos módulos, se plantea la oportunidad de mostrar información que pudiese resultar relevante para la comunidad en general, como sitios de instituciones públicas, directorios gubernamentales, asistencia y pago de servicios, o demás funciones que se pudiesen implementar dentro de la plataforma que se contiene en cada módulo, y de esta manera disponer de ellos en edificios públicos del municipio.
El diseño de los módulos utiliza los recursos formales que se implementaron en la concepción de la marca, incitados por las líneas curvas y de peso variable, mismos que se observan en la estructura de las claves antes mencionadas.
Por contraparte, la plataforma que se promueve se rige bajo el lenguaje comunicativo de los signos gráficos que se usan en la marca, y en su contenido estructura la información en consonancia con la oferta educativa y cultural de la institución. Contando así con apartados de la enseñanza, participación y promoción, tanto de la escuela, el espacio y el legado musical que representa el mariachi.
Dentro de la plataforma (figura 41) se propone un sistema de personalidad según el sentimiento que se transmite en el discurso de la marca, teniendo como variable las expresiones del mariachi que se mencionan anteriormente, y donde el usuario puede elegir la representación con la que desee interactuar durante su navegación.

*Figura 41. Código QR con enlace a la maqueta de la página web.*

**Especificación técnica**

Para la construcción de estos módulos, se propone un cuerpo de una placa de acero negro de calibre 16 y reforzada con una estructura de PTR a manera de travesaño, y recubierto con lámina de  acero de acero inoxidable de 3 mm, la cual enmarca una pantalla de 50” dispuesta de manera vertical, sujetada a ambos costados por una estructura de acero. Para una aproximación a las medidas se proporcionan medidas generales en el siguiente plano (tabla 4, figura 45).

| **Descripción** | **Insumo** | **Especificación** | **Costo** |
|---|---|---|---|
| Estructura del módulo | Lámina de acero | 1 Lamina negra c16 de 122X305cmX1/8” | $2,050.00 |
| Cuerpo del módulo | Lámina de acero inoxidable | 1 Lámina de acero inoxidable de 91X305cmX1/16” | $10,421.00 |
| Sujeción | Tornillos y taquetes para sujeción | 16 tornillos de ½” | $200.00 |
| Pantalla | Pantalla | TCL Pantalla 50″ 4K UHD ANDROID TV | $8,999.00 |
| | Recubrimiento touch para pantalla | Ultra thin Overlay 49″/50″ Dual (2) G5 | $1,276.00 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | 2K Cell Imaging Technology<br>Multi-touch Overlay | |
| Producción y ensamblado | Mano de obra | Corte y ensamblaje de materiales | $3,000.00 |
| Instalación | Mano de obra | Instalación en sitio | $1,500.00 |
| | | Total | $27,471.00 |

*Tabla 4. Tabla de costos y materiales para implementación de módulo de información. Elaboración propia.*

*Figura 42. Propuesta de módulo de información.*

*Figura 43. Módulo de información colocado en el pasillo de entrada a la Escuela Regional del Mariachi.*

*Figura 44. Módulo de información con pantalla que permite navegar a través de la plataforma web.*

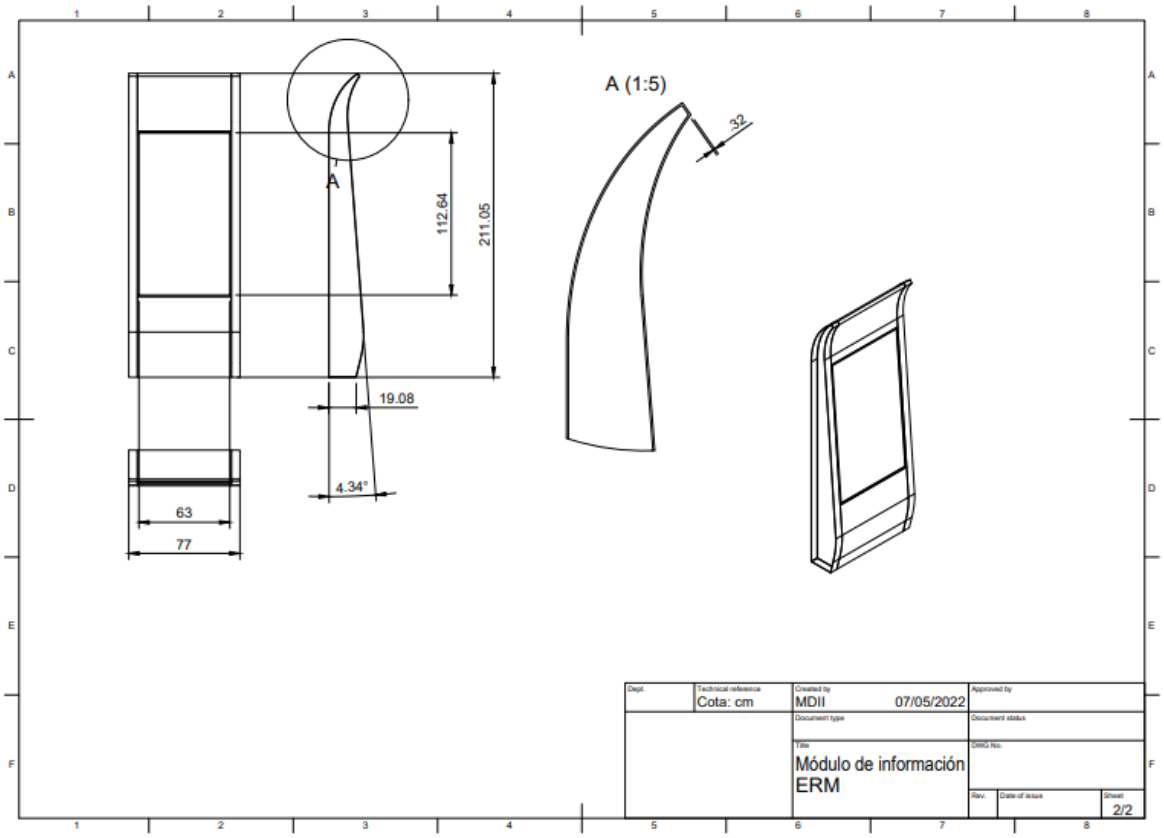



*Figura 45. Plano técnico con medidas generales del módulo de información.*

## Herramientas comerciales

De manera paralela, se desarrolla la propuesta de incorporar herramientas comerciales que aporten a la solvencia económica y promoción de la escuela. En ella se promueve la venta de mercancía que a continuación se describe.

### Mercancía

Como parte de una promoción *boca a boca,* la propuesta está enfocada en la venta de mercancía intervenida con recursos gráficos de la marca, ello para contribuir al imaginario colectivo de quienes visitan la escuela y paulatinamente posicionar a la Escuela Regional del Mariachi como insignia de la formación musical.
La mercancía, en una primera etapa, está constituida por papelería con la imagen institucional, artesanías y gastronomía local, en busca de promover el comercio local (figuras de la 46 a la 51).

*Figuras 46, 47 y 48. Propuesta de mercancía con la imagen institucional.*

*Figuras 49, 50 y 51. Propuesta de mercancía con la imagen institucional.*

Así mismo, la participación de otros niveles del mismo centro universitario, específicamente del segundo semestre de la licenciatura en Diseño Industrial, se vio involucrada en la generación de propuestas para la promoción de la escuela y retribución económica hacia la misma. Para ello se generaron propuestas de artículos con una intensa carga emocional en el discurso que presentaban, así se gestaron ideas con una ilación que conecta con la identidad y el legado que conlleva la música de mariachi. Estas propuestas consisten en mercancía emocional como lo son las que a continuación se mencionan.

**Achis**

Figuras coleccionables de vinil con representaciones de artistas del género regional mexicano, los mismo cuentan con un chip para el emparejamiento con dispositivos móviles que llevan a una lista de reproducción que enfatiza el género al que representa su figura (figura 52)

*Figura 52. ¡Achis! Figuras coleccionables*

**Nuestro recuerdo**

Consiste en una representación sintetizada de un teatro del siglo XX, espacios que fueron promotores del cine de oro y que bajo esta premisa busca generar esta añoranza y sentimiento que provoca la proyección de imágenes de ésta época, a través de un mecanismo de proyección.

*Figura 53. Visualización de Nuestro Recuerdo.*

**Mi cantar**

Juego de joyería que está inspirado en las formas y grecas del típico traje de mariachi, que en su conjunto transmite una expresión elegante pero a su vez ornamentada, símbolo de la representación artística que significa la interpretación de música de mariachi.

*Figura 54. Joyería Mi Cantar*

## Inversión

A continuación, se describe de manera general el costo que tendría el diseño de la marca presentada (tabla 5), así como la realización e implementación de cada una de las estrategias anteriormente descritas (tabla 7), tomando en cuenta el valor de la marca como una inversión directa para la institución y por último considerando una implementación escalonada, la propuesta de inversión inicial para la operatividad en la comunicación y difusión (tabla 6).

| **Diseño de signos gráficos de identidad institucional y lineamientos de uso** | **Costo** |
|---|---|
| Elementos:<br>• Diseño de marca<br>• Manual de identidad<br>• Registro de marca | Más de $30,000 MXN, de acuerdo con los costos promedio en el gremio. |

*Tabla 5. Costo aproximado del diseño de marca a fecha del 25 de mayo de 2022.*

| Proyecto | Descripción | Monto |
|---|---|---|
| Registro | Registro de la marca | $2,700.00 |
| Difusión | Dominio web<br>Campaña de publicidad | $8,300.00 |
| Gestión | Gestor de contenidos<br>Licencias de software | $24,000.00 |
| Insumos | Computadora<br>Celular<br>Cámara | $40,000.00 |
| | **Total** | $75,000.00 |

*Tabla 6. Costos aproximados para una inversión inicial a fecha del 25 de mayo de 2022.*

| Área de intervención | Proyecto | Descripción | Cantidad | Periodicidad | Implementación | Monto | Monto por proyecto |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Diseño de signos gráficos** | Registro | Registro de marca | | 10 años | Corto plazo | $2.500,00 | $2.700,00 |
| **Mecanismos de difusión** | Difusión de marca* | Campaña de publicidad | 1 | 1 mes | Corto plazo | $5.000,00 | |
| | | Dominio web | 1 | 1 mes | Corto plazo | $30,00 | |
| | | Programación del dominio web | 1 | Única | Corto plazo | $10.000,00 | $15.030,00 |
| | Gestión marca* | Licencias de software | 1 | 1 mes | Mediano plazo | $1.200,00 | |
| | | Gestores de contenido | 2 | 1 mes | Mediano plazo | $24.000,00 | $25.200,00 |
| | Insumos de publicidad | Computadora | 1 | 4 años | Mediano plazo | $25.000,00 | |
| | | Celular | 1 | 4 años | Mediano plazo | $12.000,00 | |
| | | Cámara | 1 | 4 años | Mediano plazo | $12.000,00 | $49.000,00 |
| | Señalética | Señalética de acrílico | 18 | Única | Mediano plazo | $1.940,00 | |
| | | Herrajes y chapetones | 40 | Única | Mediano plazo | $3.200,00 | |
| | | Instalación de señalética | 1 | Única | Mediano plazo | $1.600,00 | |
| | | Vinil de | 40 | Única | Mediano plazo | $500,00 | $7.240,00 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | señalización | | | | | |
| | Módulo de información | Estructura del módulo | 1 | Única | Largo plazo | $2.050,00 | |
| | | Cuerpo del módulo | 1 | Única | Largo plazo | $10.421,00 | |
| | | Tornillería | 1 | Única | Largo plazo | $200,00 | |
| | | Pantalla 49" | 1 | Única | Largo plazo | $9.000,00 | |
| | | Overlay 49" | 1 | Única | Largo plazo | $1.300,00 | |
| | | Producción de módulo de información | 1 | Única | Largo plazo | $3.000,00 | |
| | | Instalación de módulo de información | 1 | Única | Largo plazo | $1.500,00 | $27.471,00 |
| **Herramientas comerciales** | Mercancía ERM | Productos convencionales | Varios | Variable | Mediano plazo | $25.000,00 | |
| | | Intervención de productos con la marca | Varios | Variable | Mediano plazo | $5.000,00 | $30.000,00 |
| | | | | | | **Total** | **$156.641,00** |

| | |
|---|---|
| *Costo de mantenimiento ideal para la gestión y difusión de la marca. (Mensual) | $30,230.00 |

*Tabla 6. Costos aproximados para la realización e implementación del proyecto a fecha del 25 de mayo de 2022.*

# Propuesta de valor

La comunicación de nuestra escuela, así como el diseño de los elementos simbólicos de la marca, toman inspiración del carácter distinguido y artístico de la cultura del mariachi, buscando a su vez desarrollar una identidad cercana al afecto colectivo de las personas que represente la expresividad de esta tradición mexicana.

Por ello es que la propuesta de valor de las estrategias de comunicación para la Escuela Regional del Mariachi se presenta en función de la narrativa con la que se estructura la marca, favoreciendo de esta manera la interacción y construcción emocional con base a lo que se percibe en cada uno de los mensajes gráficos que presenta la imagen de la escuela. En donde cada persona a la que se llega a través de la marca se sienta correspondiente a la escuela, independientemente de su género, edad, religión, etc. Así se busca involucrar a las personas en una esfera inmersa en la cultura del mariachi, en donde cada nota, color, texto, símbolo y mensaje nos sea significante auténtico de las expresiones que transmite el mariachi.

## Implementación

Como parte de una aproximación al modelo de negocios prospectivo del presente proyecto se considera una estructura fundamentada en la sostenibilidad del mismo, debido a que uno de los principales problemas en la definición de recursos gráficos para las instituciones del municipio, en los que la imagen que se establece para las mismas se ve inestable debido a la rotación periódica de la administración gubernamental, lo cual entorpece el proceso de arraigo de una identidad propia en las instituciones.
Por ello es que la propuesta busca fortalecer la identificación colectiva del espacio, indistintamente de la administración en curso, y con el potencial de generar un sentido de pertenencia hacia la escuela a través de la imagen y el discurso que se proyecta en ella.
Así, las estrategias que se buscan desarrollar mediante la comunicación e identificación de la cultural y el espacio están enfocadas, en primer término, establecer un modelo *rentable* que favorezca la generación y gestión de recursos disponibles a través de la difusión y promoción para hacer de la escuela una institución autosuficiente; a su vez de lograr un posicionamiento como referente en la formación musical de mariachi.
En segundo lugar plantea un seguimiento para lograr una planeación *escalable*, capaz de incrementar su capacidad técnica, estructural y de impacto en los clientes

para fortalecer la imagen cultural de la institución en el colectivo de las personas a las cuales se llega por diferentes vías.
Y por último, se busca estipular un sistema de comunicación que se vuelva *replicable* en otros entornos, independientemente del giro o rama a la que se aplique, así se parte de un modelo adaptable y viable para su posterior implementación.

## Escalabilidad

La proyección del modelo rentable dentro de la comunicación y difusión de la Escuela Regional del Mariachi se estipula en tres etapas que se distinguen por la proyección del reconocimiento que se va teniendo de la escuela como referente de la enseñanza y formalización del mariachi. Estas etapas son las que a continuación se detallan.

*Identificar*

La primera etapa busca generar una identificación del espacio como semillero, contenedor y divulgador de la cultura del mariachi, por ello es que estipular la marca institucional resulta primario en la referencia de la escuela como institución formal. En ésta etapa se prima el refuerzo de la identidad tanto de la marca como del mariachi.

*Atraer*

Una vez generado un cierto nivel de identificación de la escuela es que se pasa a la aproximación y acercamiento de las personas, donde la generación de vínculos sociales con otras instancias resulta clave para una proyección sustentada en la construcción colaborativa de valor.

*Posicionar*

Por último, una vez generado un reconocimiento e interés, es que se busca lograr un posicionamiento de la escuela, en donde ahora la deseabilidad y expectativa de quienes intervienen e interactúan con ella son factores que se han de satisfacer y superar a través de la innovación constante en sus

contenido, oferta y su manera de presentarlo u ofrecerlo.

De esta manera se busca incidir en la difusión y el reconocimiento de la escuela, y como consecuente del municipio, en donde la identidad y el sentido de pertenencia que se puede proyectar es relevante para la promoción del patrimonio que el mariachi representa para Cocula, para Jalisco y en general para todo México.

## Descripción de la validación

En la construcción de una identidad común y con bajo una línea que promueve la participación social es que se realizaron itinerantes validaciones con diferentes actores que coinciden con el rango poblacional de los grupos de interés, así se obtuvo retroalimentación de factores de significación y comunicación de la propuesta realizada. Es por esta razón que una vez definida la imagen gráfica de la escuela se realizó una validación completa de los mensajes gráficos que envuelven toda la propuesta presentada (figura 55). Bajo el esquema de funciones sensoriales y estratégicas (Costa. 2014) que se mencionan anteriormente, se realizaron recursos que permitieron evaluar estos aspectos en función de las formas y colores de la marca. A continuación se describe el proceso y parte de los resultados más relevantes que se obtuvieron con estas evaluaciones.

*Figura 55. Validación de la propuesta.*

**Figuración de la propuesta del símbolo de la marca.**
*Designar. Significar.*

Se presentó a los entrevistados el diseño del símbolo propuesto de manera aislada respectó a la marca general (figura 56).
En estas intervenciones se preguntó a las personas:
*¿Qué figuración le transmite la forma que se presenta?*
En donde hubo respuestas variadas, aunque la gran mayoría tuvieron la coincidencia de percibirlo como un elemento relacionado a la música, particularmente como “nota musical”.
El símbolo presentado parte de la síntesis formal de las claves de Sol-Fa, y donde si bien no es la representación de una nota musical, se puede inferir que el imaginario colectivo de las personas tienen una remembranza a la música cuando se les mostró.

*Figura 56. Símbolo presentado de manera aislada.*

**Presentación de propuesta del imagotipo.**
*Asociatividad. Comunicar.*

En segunda instancia se les mostró el recurso de la propuesta del imagotipo (figura 57), que consiste en el símbolo antes mencionado, acompañado de una tipografía serif, y respecto a este se les preguntó:
*¿Qué tan acorde percibían esta propuesta con el entorno del espacio y la imagen de la institución?*
Las respuestas de los entrevistados fue, en su amplia mayoría, positiva a la concordancia que les significaba para el espacio, e incluso se hizo mención que les transmitía una imagen sobria y formal para la escuela.

*Figura 57. Imagotipo presentado*

**Percepción y correlación de los colores propuestos para la imagen.**
*Estética. Significar.*

En un tercer cuestionamiento y como ejercicio más subjetivo, se les mostró la propuesta de los colores institucionales, y a su vez se les proporcionaron algunas tarjetas con sentimientos impresos en ellas, las cuales se les pidió que relacionaran con alguno de los colores de la propuesta. Y enseguida, bajo el mismo principio, se les pidió que realizaran la misma relación pero ahora con tarjetas impresas con canciones populares de mariachi, esto con el fin de entender un poco cuál es la percepción de cada color con las emociones que les transmite.
Así se mostró una diversa subjetividad en la percepción de cada color, sin embargo se puede observar un patrón en la relación de los mismos, ya que como se muestra en la imagen (figuras 58 a la 61), existen ciertas canciones y sentimientos que se presentan con mayor repetición en la identificación de los colores. Esto nos da pie para inferir que hay un sesgo en el imaginario de las personas entrevistadas con respecto al significado que le transmite cada color.

*Figuras 58, 59, 60 y 61. Relación de emociones y canciones con la paleta de color propuesta*

**Recordabilidad de la propuesta.**
*Recordabilidad. Pregnancia. Designar.*

Como parte del cierre de cada intervención, se les presentó una lámina en la cual se presentaron cuatro variaciones en el imagotipo propuesto (figura 62), y la cual sólo una era correcta, para ello se procedió a preguntar:
*¿recordaban cuál era la propuesta que se les había mostrado con anterioridad y si es que podían señalarla? (Cabe mencionar que para esta actividad habían pasado al menos 5 minutos desde que se les habría mostrado el imagotipo propuesto).*
En esta actividad, hubo un 100% de acierto, en donde todos los participantes tuvieron una gran certeza y seguridad al momento de señalar. Lo que nos habla de una clara pregnancia de la propuesta en las personas.

*Figura 62. Variaciones presentadas para evaluar la recordabilidad.*

**Asociatividad de la propuesta de imagen.**
*Asociatividad. Significar.*

De manera particular se realizaron algunas intervenciones con habitantes, así como con visitantes que se encontraban en la plaza. En ellos se realizaron abordajes más puntuales respecto a la propuesta de imagen.
Como primera instancia se les mostró el mismo símbolo mostrado en las inmediaciones de la escuela, y donde el resultado fue similar al obtenido con anterioridad en la escuela, pues a las personas entrevistadas les resultó alusivo a los recursos de la notación musical.
Y en segunda instancia se les mostraron tres tarjetas (figura 63) con el mismo símbolo y la misma tipografía y en las cuales sólo se hacía referencia a diferentes espacios culturales del municipio; la Escuela Regional del Mariachi, el Museo Regional del Mariachi y la Casa de la Cultura de Cocula. Particularmente en esta actividad hubo dos respuestas que resaltaron al momento de presentar, pues

mencionaron que la asociaban con el museo, aún cuando con anterioridad habían señalado el signo como referente de algún recurso utilizado en la música.
A pesar de ello, se percibe una clara asociación de los elementos de la propuesta de imagen como parte de la escuela.

*Figura 63. Variaciones presentadas para evaluar la asociación.*

# Conclusiones

En el trabajo antes descrito se busca, de la manera más respetuosa, hacer evidente la oportunidad de crecimiento y proyección que tiene la Escuela Regional del Mariachi en el contexto actual, por ello es que las áreas de intervención buscan destacar la importancia de una efectiva comunicación de la institución mediante la construcción de una identidad. Pues si bien la calidad de los productos y servicios que se ofertan en cualquier organización son componentes clave para el éxito comercial de la misma, la comunicación que transmite es el factor primario que permite generar un significado intangible de lo que representa. Siendo de esta manera, resulta de gran relevancia implementar una imagen que propicie la identificación y significancia del espacio que representa la escuela culturalmente hablando, pero precisamente por esto es que existe un segundo componente que se debe llevar de manera paralela en un proyecto de imagen de esta naturaleza, y es el involucrar a la sociedad para quien se diseña; sin ella, existe un gran riesgo de rechazo o indiferencia.

Es así que, si bien las propuestas que se mencionan tienen una estipulada estructura formal, sígnica y de contenido, la relevancia de las mismas están sujetas a la percepción y entendimiento de quienes la perciben.

Esta premisa fue constatada durante la gestión y el desarrollo del proyecto, en donde los criterios personales de cada integrante se vieron cuestionados en favor de la construcción de una imagen para el entorno de la Escuela Regional del Mariachi. Por lo mismo es que el mayor reto fue entender las necesidades y las circunstancias que influyen en el desempeño de la escuela como institución de enseñanza y sobre todo como promotora de la cultura del mariachi.

Esto dio pie a una construcción de imagen institucional en función de lo que se requiere y no lo que se quiere o espera. Por esta razón la estructura del trabajo buscaba dejar a un lado la subjetividad y los intereses de cada uno de los involucrados, primando por sobre todo la resolución de necesidades reales. De esta manera es que el resultado mostrado es la suma del esfuerzo y la participación activa de todas las instancias que contribuyeron al desarrollo del proyecto.

# Referencias bibliográficas


Costa, J. (1987). Señalética. De la señalización al diseño de programas (2.a ed.). CEAC.

Costa, J. (2014). Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma. Grafica, 2. http://dx.doi.org/10.5565/rev/grafica.23

Costa, J. (2015). *La Marca. Creación Diseño Y Gestión* (1.ª ed.). Trillas.

Gimenez, G. (2003). LA CULTURA COMO IDENTIDAD Y LA IDENTIDAD COMO CULTURA. https://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/articulos/gimenez.pdf

Jiménez M. & San Eugenio J. (2009). Identidad territorial y promoción turística: la organización de eventos como estrategia de creación, consolidación y difusión de la imagen de marca del territorio. ZER: Revista de estudios de comunicación,14(26), 277-297. https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/2776/2388

López, F. & Jesús Fuentes, M. (2015). *Desarrollo afectivo y social.* Difusora Larousse - Ediciones Pirámide. https://elibro-net.wdg.biblio.udg.mx:8443/es/ereader/udg/49035?page=23

López, M. (1999). Centenario de la llegada de los hermanos maristas a México. Universidad Marista de México. https://nanopdf.com/download/centenario-de-la-llegada-de-los-hermanos-maristas-a-mexico_pdf#modals

Valera, Sergi. (2020). Identidad y significado del espacio urbano desde una perspectiva psicosocioambiental Nuevo espacio público y nuevos retos sociales. http://hdl.handle.net/2117/120934

Santos García, D. (2012). Fundamentos de la comunicación (1.a ed.). Red tercer milenio.

Septién, V. T. 1993. Los educadores franceses y su impacto en la reproducción de una élite social. In Perez-Siller, J., & Cramaussel, C. (Eds.), México Francia: Memoria de una sensibilidad común; siglos XIX-XX. Tomo II. Centro de estudios mexicanos y centroamericanos. https://books.openedition.org/cemca/848

Steche, G. (2021). La articulación de diseño, arte, ciencia y tecnología en proyectos de identidad regional. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (139). https://doi.org/10.18682/cdc.vi139.5091