

Preservando generaciones musicales dentro del CFIM

Cordeiro Blanco, Begoña

2023-12

<https://hdl.handle.net/20.500.11777/5948>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>



Preservando Generaciones Musicales dentro del CFIM:

Begoña Cordeiro Blanco

Fernanda Izcoa Calderón

Laura Camila Alonso Carrizales

Pamela Botello Contreras

Universidad Iberoamericana Puebla

Departamento de Arte, Diseño y Arquitectura,

Diseño Estratégico de Información y Diseño Gráfico

Diseño Universal II

Edith Hernández Durana

Otoño 2023

Resumen	3
Introducción	5
1. Capítulo I: Planteamiento	9
1.1 Antecedentes	9
1.2 Planteamiento	12
1.3 Objetivo general.....	13
1.3.1 Objetivos específicos	13
1.4 Interrogantes.....	14
1.5 Justificación.....	15
1.5.1 Dimensión de Formación Profesional (DFP).....	16
1.5.2 Dimensión de Formación Social	16
1.5.3 Dimensión de Formación Integral Universitaria	17
1.6 Hipótesis	17
2. Capítulo II: Marco referencial	18
2.1 Marco contextual.....	18
2.2 Líneas teóricas.....	23
3. Capítulo III: Metodología	25
3.1 Metodología de la investigación.....	25
3.2 Variables de la investigación.....	27
3.3 Muestra o sujetos.....	28
3.4 Instrumentos de medición	31
3.5 Método de diseño.....	32
3.6 Tratamiento estadístico o manejo de datos	37
3.7 Comprobación de la hipótesis.....	45
4. Capítulo IV: Presupuesto	47
4.1 Uso de recursos	47
4.2 Costos	48
4.3 Originales de producción	51
5. Capítulo V: Conclusión	53
5.1 Conclusiones.....	53
6. Capítulo VI: Referencias	55
7. Capítulo VII: Apéndices y/o Anexos	61

Resumen

Este proyecto tiene como objetivo abordar de manera integral los desafíos enfrentados por el Centro de Formación Inicial en Música “Cipriano Pérez Cerna”, A.C. (CFIM) en Zaachila, Oaxaca. La estrategia propuesta busca respaldar al CFIM y preservar la riqueza musical zapoteca. El primer capítulo se enfoca en comprender las tradiciones musicales de Zaachila, destacando la importancia de la música en la identidad cultural.

El segundo capítulo amplía la perspectiva con un análisis comparativo a nivel nacional e internacional, incluyendo programas de la UNESCO y escuelas de música. La metodología híbrida del tercer capítulo combina el método del Iceberg y el Design Thinking, utilizando cuestionarios, estudios de campo, entrevistas y mapas de empatía.

En resumen, este proyecto aspira a comprender a fondo los problemas del CFIM y proponer soluciones concretas, mediante la estrategia de diseño de una campaña que busca informar a las personas sobre la importancia de la música como elemento generacional. Esto con el objetivo de preservar las raíces de la música zapoteca a través del CFIM, ubicado en Zaachila, Oaxaca.

Palabras clave: CFIM, Zaachila, Oaxaca, aprendizaje musical, transferencia generacional, preservación de raíces musicales zapotecas, estrategia, campaña de difusión de información, identidad cultural.

Abstract

This project seeks to address comprehensively the challenges confronted by the *Centro de Formación Inicial en Música “Cipriano Pérez Cerna”, A.C. (CFIM)* in Zaachila, Oaxaca. The proposed strategy aims to support CFIM and safeguard the richness of Zapotec music. The first chapter is dedicated to understanding the musical traditions of Zaachila, emphasizing the pivotal role of music in cultural identity.

The second chapter broadens the perspective through a comparative analysis at both national and international levels, encompassing UNESCO programs and music schools. The hybrid methodology of the third chapter integrates the Iceberg method and Design Thinking, employing questionnaires, field studies, interviews, and empathy maps.

In summary, this project endeavors to thoroughly grasp the challenges faced by CFIM and propose concrete solutions through the design of a campaign. This campaign aims to inform individuals about the significance of music as a generational element, ultimately striving to preserve the roots of Zapotec music through CFIM, situated in Zaachila, Oaxaca.

Keywords: CFIM, Zaachila, Oaxaca, musical learning, generational transfer, preservation of Zapotec musical roots, strategy, information dissemination campaign, cultural identity.

Introducción

En el contexto del presente proyecto de investigación, se aborda la situación del Centro de Formación Inicial en Música "Cipriano Pérez Cerna", A.C. (CFIM) en Zaachila, Oaxaca. La iniciativa se enfoca en comprender a fondo los desafíos que enfrenta esta institución, particularmente en relación con la preservación de las tradiciones musicales en la región. El propósito central de este estudio es proponer estrategias y soluciones que permitan respaldar al CFIM, asegurando la continuidad de su labor y contribuyendo a la preservación de la riqueza musical zapoteca.

El primer capítulo de la investigación se centra en la recopilación y análisis de información clave que permita una comprensión más profunda de la problemática. Se exploran las tradiciones musicales arraigadas en Zaachila y se destaca la importancia de la música como elemento distintivo de la identidad cultural de la región. Al mismo tiempo, se identifican y examinan los obstáculos y retos que el CFIM enfrenta en la actualidad.

Una de las propuestas clave que se presenta en este capítulo es la implementación de una campaña integral. Esta campaña tiene como objetivo apoyar al CFIM mediante la difusión de información sobre la importancia de la música zapoteca como un elemento generacional para la identidad de las personas en Zaachila, Oaxaca. La intención es abordar las transformaciones necesarias para superar los desafíos actuales y garantizar la continuidad y fortalecimiento del CFIM.

El segundo capítulo ofrece un amplio marco contextual, donde se analizan diversas iniciativas similares a nivel nacional e internacional. Se examinan experiencias de organismos como la UNESCO, programas gubernamentales, fundaciones y escuelas de música que han enfrentado desafíos similares en la preservación de la herencia cultural y musical. Este análisis proporciona una base sólida para la formulación de estrategias específicas adaptadas al contexto del CFIM.

En el tercer capítulo, se detalla la metodología de investigación empleada en este proyecto. Se optó por una metodología híbrida, combinando la estructura del Iceberg y el Design Thinking. Desde la recopilación de datos mediante cuestionarios y estudios de campo hasta la aplicación de entrevistas y mapas de empatía, se buscó obtener una comprensión integral de las necesidades y desafíos del CFIM.

Este proyecto no solo busca identificar y analizar los problemas, sino también proponer soluciones concretas. El compromiso radica en contribuir al bienestar de la comunidad de Zaachila, apoyando la labor del CFIM que, entre otras cosas, busca preservar las raíces musicales de su comunidad.

En resumen, este proyecto se erige como un esfuerzo para comprender y abordar los desafíos que enfrenta el CFIM en Zaachila. Su propósito es difundir información y captar la atención de posibles patrocinadores, donantes y público mediante la implementación de una estrategia de diseño que resalte la importancia de la música como elemento generacional. De esta manera, se busca preservar la riqueza cultural y musical de la región. Simultáneamente, se espera asegurar que esta institución continúe desempeñando un papel vital en la formación musical y cultural de las generaciones futuras.

Introduction

Within the framework of the current research project, the situation of the *Centro de Formación Inicial en Música "Cipriano Pérez Cerna", A.C. (CFIM)* in Zaachila, Oaxaca, was addressed. The initiative focuses on thoroughly understanding the challenges faced by this institution, particularly regarding the preservation of musical traditions in the region. The main purpose of this study is to propose strategies and solutions that can effectively support CFIM, ensuring the continuity of its work and contributing to the preservation of pre-Hispanic cultural richness in Mexico.

The first chapter of the research centers on the collection and analysis of key information to deepen the comprehension of the issue. It explores the deeply rooted musical traditions in Zaachila, highlighting the importance of music as a distinctive element of the region's cultural identity. Simultaneously, it identifies and examines the obstacles and challenges that CFIM currently faces.

One of the key proposals presented in this chapter is the implementation of a comprehensive campaign. This campaign aims to support CFIM by facilitating interaction with potential sponsors and informing various stakeholders involved in preserving the musical traditions of the Center. The intention is to address the necessary transformations to overcome current challenges and ensure the continuity and strengthening of CFIM.

The second chapter provides a broad contextual framework, analyzing various initiatives at both national and international levels. Experiences of organizations such as UNESCO, government programs, foundations, and music schools that have faced similar challenges in the preservation of cultural and musical heritage are thoroughly examined. This analysis provides a solid foundation for formulating specific strategies tailored to the context of CFIM.

In the third chapter, the research methodology employed in this project is meticulously detailed. A hybrid methodology, combining the structures of the Iceberg and Design Thinking, has been chosen. From data collection through questionnaires and field studies to the application of interviews and empathy maps, the overarching aim is to obtain a comprehensive understanding of the needs and challenges facing CFIM.

This project not only seeks to identify and analyze problems but also proactively proposes concrete solutions. The commitment lies in contributing to the well-being of the Zaachila community by supporting the endeavors of CFIM which, among other objectives, seeks to preserve its musical roots through strategic design and outreach campaigns.

In conclusion, this project stands as an effort to understand and address the challenges facing CFIM in Zaachila. Its purpose is to disseminate information and capture the attention of potential sponsors, donors, and the audience through the implementation of a design strategy that highlights the importance of music as a generational element. In this way, the goal is to preserve the cultural and musical richness of the region. Simultaneously, the aim is to ensure that this institution continues to play a vital role in the musical and cultural education of future generations.

1. Capítulo I: Planteamiento

1.1 Antecedentes

En la actualidad en Zaachila, un municipio de Oaxaca, México, la música y la educación musical no ocupan un lugar prioritario. Esta situación se atribuye a diversos factores, entre los cuales se destacan la escasez de recursos. Como municipio rural con un presupuesto limitado, asignar recursos para la educación musical es complejo, pues a menudo se considera un gasto secundario.

Esto se puede comprender a profundidad por un estudio de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca (UABJO) realizado en 2022. Esto revela una situación preocupante en Zaachila, ya que se descubrió que solo el 20% de las escuelas primarias ofrecen clases de música y de estas, únicamente el 10% proporciona programas de calidad. A su vez, la investigación señala que la educación musical no es considerada importante por la mayoría de los padres de familia en Zaachila, ya que el 60% expresó preferencia por clases de matemáticas o ciencias para sus hijos. (Núñez, 2023)

De esta forma, estos datos sugieren que la música no es una prioridad en la comunidad, lo cual podría tener consecuencias negativas en el desarrollo de los niños y jóvenes locales. La música, al fomentar la creatividad, la inteligencia emocional y las habilidades sociales, así como promover el conocimiento de otras culturas, al igual que la apreciación de la diversidad, ofrece beneficios fundamentales que podrían estar pasando desapercibidos en este contexto.

Por lo tanto, una institución que es fuertemente afectada por esta problemática, es el Centro de Formación Inicial en Música “Cipriano Pérez Cerna”, A.C. (CFIM), ubicado en Alari #100, Barrio La Purísima, Villa de Zaachila, Oax. C.P. 71313. En la actualidad, la institución cuenta con 62 estudiantes, abarcando un rango amplio de edades desde los 8 hasta los 68 años, con una distribución equitativa entre hombres (28) y mujeres (34). Desde su creación, han tenido un total de 80 alumnos. El cuerpo docente actual está compuesto por 5 maestros, todos hombres, con edades que van desde los 23 hasta los 42 años (CFIM, *et al.*, 2022).

También, en el CMIF, la música es más que aprender a tocar instrumentos. Los estudiantes, que asisten a clases cinco días a la semana, no solo adquieren habilidades musicales, sino que también participan en presentaciones semestrales que destacan su crecimiento artístico y promueven la apreciación colectiva de la música. Los maestros, cuyo salario proviene de las colegiaturas de los alumnos, desempeñan un papel crucial al cultivar el desarrollo académico y personal de los estudiantes. Este compromiso educativo no se limita al aula, ya que se extiende a la comunidad, formando individuos comprometidos y bien redondeados que valoran la responsabilidad y la contribución positiva a su entorno.

En relación a esto, en México la distribución desigual de recursos para escuelas de música es un desafío multifacético (Feltés, 2023). El gobierno federal, a través de la Secretaría de Cultura, asignó 2,500 millones de pesos al Programa Nacional de Cultura Comunitaria en 2022, distribuido por estados y municipios (Feltés, 2023). Sin embargo, la contribución de los gobiernos estatales y municipales varía, evidenciando disparidades notables (OCDE, 2019). A pesar de la diversidad de fuentes de financiamiento, las escuelas de música enfrentan problemas como desigualdad, falta de infraestructura y escasez de personal calificado, requiriendo un aumento en el presupuesto y mejoras estructurales (OCDE, 2019).

La música, crucial para la identidad, influye en la rica cultura oaxaqueña, destacando en festividades y tradiciones en Zaachila (Guiajero, s. f). El Centro de Formación Inicial en Música (CFIM) nació en 2019, llenando el vacío educativo y preservando las tradiciones zapotecas (CFIM, *et al.*, 2022). Sin embargo, el CFIM enfrenta desafíos ante la influencia de nuevos géneros musicales en una comunidad pequeña (CFIM, *et al.*, 2022). La música, generadora de identidad, refleja códigos culturales y simbólicos, siendo clave en la diversidad de identidades regionales (Arellano, 2019). La elección musical conecta experiencias, valores y creencias, influyendo en la identidad personal y colectiva (Gómez, 2021).

Por eso mismo, este proyecto tiene como objetivo abordar la falta de respaldo gubernamental y social para la educación musical en el CFIM mediante una estrategia integral de tres partes. La primera fase se centra en la identidad visual, incluyendo el rediseño del imagotipo, la creación de manuales y materiales promocionales para fortalecer la presencia del CFIM.

Simultáneamente, se implementará una estrategia de comunicación visual que tenga como objetivo la recaudación de fondos, económicos y/o en especie (instrumentos musicales, materiales pedagógicos y de construcción). La tercera fase abordará el diseño de ambientes y materiales, incorporando métodos de pedagogía musical. Este trabajo se enfocará específicamente en la segunda etapa, la planificación de la recaudación de fondos.

Durante el desarrollo de este trabajo se pondrá énfasis en el papel de la música como vehículo de identidad al igual que cultura, por lo que puede ser la llave para abrir puertas hacia un futuro más brillante para Zaachila y su valioso Centro de Formación Inicial en Música. Si se dispone de la información correcta y se comparte con las personas adecuadas, es posible dar a conocer esta iniciativa al igual que movilizar el apoyo necesario para disminuir los desafíos que enfrenta.

1.2 Planteamiento

La falta de respaldo gubernamental y social para la educación musical que ofrece el Centro de Formación Inicial en Música “Cipriano Pérez Cerna”, A.C. (CFIM) es un problema que afecta a personas de diversas edades y géneros de orígenes prehispánicos. A pesar de la importancia de la música como un elemento enriquecedor en la formación de las personas, esta problemática se ha convertido en un tema desvalorizado por muchas personas. La falta de atención limita el acceso a los recursos necesarios para impulsar la educación musical, y este desinterés se refleja en la desvalorización de géneros como la música prehispánica.

Estudios de académicos como Gabriela Vargas Martínez y José Antonio Robles han resaltado la falta de información y los prejuicios arraigados que han relegado a un segundo plano esta rica tradición musical (Chávez, 2006). Esta desvalorización no solo afecta a la música en general, sino que también perpetúa estereotipos perjudiciales, como la idea de que la música prehispánica carece de valor estético o es inferior a la música occidental. Superar esta falta de reconocimiento requiere un cambio de perspectiva y un esfuerzo consciente por comprender y valorar la diversidad musical en sus propios términos (Chávez, 2006).

Por eso, la situación actual del CFIM presenta desafíos, pero no son insuperables. Si se difunde la importancia de la música de forma adecuada, mediante una estrategia integral que fortalezca la presencia de la institución y emita la importancia de la educación musical, se puede gestionar el apoyo necesario para preservar, así como también promover la educación musical en su máxima expresión. La propuesta es enfrentar esta problemática mediante una campaña que respalde al CFIM, facilitando la interacción con potenciales patrocinadores, informando y llamando la atención de diferentes actores para respaldar las transformaciones necesarias.

Además, se busca contribuir al bienestar de la comunidad apoyando la labor del CFIM que, entre otras cosas, busca preservar sus raíces musicales. Con un mensaje claro y estrategias efectivas de diseño, la campaña tiene el potencial de informar a la comunidad y fortalecer el apoyo al CFIM, mejorando así la educación musical y el bienestar comunitario.

En consecuencia, se plantearon las siguientes preguntas, ¿cómo se puede impulsar el apoyo económico y social para que el CFIM pueda funcionar de forma adecuada y cumplir con su objetivo de preservar las raíces y costumbres de Zaachila a través de la educación musical? Y ¿cómo podemos llamar la atención de patrocinadores y del gobierno para la preservación de la escuela CFIM?

1.3 Objetivo general

Desarrollar una estrategia de diseño para el Centro de Formación Inicial en Música “Cipriano Pérez Cerna”, A.C. Este enfoque llevará a cabo el branding corporativo, la recaudación de fondos mediante la creación de materiales y comunicación visual, así como el diseño de actividades que incorporen métodos de pedagogía musical. Todo esto con la finalidad de ayudar en el desarrollo del CFIM, al igual que difundirlo para su conocimiento ante el público, fundaciones, como también patrocinadores.

1.3.1 Objetivos específicos

- Crear una página web interactiva basada en la investigación de las necesidades del público objetivo, que destaque programas, logros del CFIM, incluyendo funciones de donación en línea e inscripción.

- Implementar un vídeo animado que destaque la importancia generacional de la música en Zaachila, Oaxaca, la conexión entre la música con la identidad cultural y al mismo tiempo, comunique y destaque la labor del CFIM, esto con el objetivo de informar a la comunidad y a posibles donantes para impulsar el apoyo y la conservación del Centro.
- Desarrollar una presentación que informe a posibles patrocinadores sobre el estado actual del CFIM, su comunidad, sus logros, los objetivos por cumplir y los desafíos que enfrenta, para así lograr el apoyo financiero para el Centro.

1.4 Interrogantes

Para este proyecto, es esencial que se identifiquen las líneas de investigación pertinentes, las cuales contribuirán a la toma de decisiones y facilitarán la formulación de propuestas. Estas áreas de investigación sirven como guía y orientación a lo largo de todo el proceso investigativo.

Por lo tanto, a partir de las variables de investigación, se plantearon las siguientes interrogantes: ¿Cómo afecta a la educación musical del CFIM la falta de un respaldo financiero?, ¿Cómo impacta esta falta de apoyo a diferentes grupos de edad que podrían beneficiarse de la educación musical?, ¿Cómo podemos lograr que las personas de nuevas generaciones se sientan interesadas en aprender sobre su cultura musical y tradiciones? ¿Cómo influye la falta de apoyo social y económico en la preservación de las raíces prehispánicas?

Asimismo, en cuanto al objeto de estudio y contexto, ¿cómo la falta de valoración de la música como elemento enriquecedor, afecta a la formación integral de las personas en la comunidad de Zaachila? ¿Existen iniciativas locales o alternativas que pueden mitigar la falta de respaldo gubernamental y social para el CFIM?

Al igual, en relación a la situación a resolver, ¿cómo la falta de valoración de la educación musical impacta en la percepción pública de su importancia en la sociedad? ¿Cuáles podrían ser estrategias efectivas para comunicar y difundir información sobre la problemática y así conseguir el apoyo gubernamental y social para la educación musical que ofrece el CFIM? ¿De qué manera podemos dar a conocer la importancia del CFIM y su aporte formativo musical y cultural para la preservación de las raíces y costumbres de Zaachila? Y ¿Cómo podemos, a partir de esto, atraer a un sector diferente para ayudar con fondos y recursos a la escuela CFIM?

1.5 Justificación

Como bien se menciona, este proyecto busca desarrollar una estrategia de diseño para el CFIM, para su desarrollo y difusión ante el público, fundaciones, como también patrocinadores. Por esta razón, el proyecto pretende desenvolverse en tres dimensiones tanto profesional, social, como integral universitaria.

1.5.1 Dimensión de Formación Profesional (DFP)

En un ámbito de formación profesional, el resultado final del proyecto intenta ser desarrollado por medio de un proceso basado en conocimientos metodológicos, estratégicos, así como innovadores únicamente enfocados en el diseño como profesión, para así poder involucrar proyectos de dominio social junto con el diseño estratégico y gráfico. Por esta razón, este proyecto fomenta la aplicación de estos conocimientos por parte de los integrantes del equipo, para la resolución de la problemática real de una institución, a partir de estrategias de diseño.

1.5.2 Dimensión de Formación Social

Asimismo, como criterio de la propuesta a desarrollar, como efecto se espera tener un impacto positivo tanto en los estudiantes, comunidad y padres de familia del CFIM, como en la comunidad externa de Zaachila, Oaxaca. De esta manera, poder aportar al pleno desarrollo, así como bienestar dentro del entorno de esta comunidad en conjunto con la música. De igual forma, esto benefició a los miembros del equipo a poder desarrollar empatía, así como sensibilizarse con toda la comunidad del CFIM, para poder brindarles el apoyo adecuado conforme a sus necesidades.

1.5.3 Dimensión de Formación Integral Universitaria

En cuanto a la dimensión de formación integral universitaria, es esencial para los estudiantes de la Universidad Iberoamericana Puebla, conocer los beneficios de los diferentes métodos de enseñanza en los diversos campos específicos, como lo es en el proyecto con la música. Por ello, para la universidad es importante involucrarse en proyectos en beneficio al aprendizaje, debido a la conexión de los objetivos de esta entidad con los del cliente, para que haya un apoyo mutuo para el desarrollo de ambas instituciones en un ámbito académico. Asimismo, este proyecto permitió a los participantes del equipo definir el propósito, al igual que los principios de instituciones académicas, para el desarrollo de sus estudiantes y así poder conocer la importancia de estos, para construir un mejor futuro.

1.6 Hipótesis

En Zaachila, Oaxaca, el interés por la música y las raíces culturales está disminuyendo, lo que resulta en una pérdida de identidad para los habitantes, por lo que el CFIM se esfuerza por preservar este aspecto crucial de la comunidad. Por esta razón, la hipótesis del proyecto es, la realización de una campaña institucional que recupere y difunda la importancia que tiene la música tradicional en el contexto zaachileño y la educación musical que ofrece el CFIM será una estrategia efectiva para recaudar fondos por medio de la sociedad y presentar a la música como un elemento capaz de preservar diferentes manifestaciones culturales.

2. Capítulo II: Marco referencial

2.1 Marco contextual

A lo largo de la historia, el hombre siempre se ha rodeado de música. Lo que muchos no saben es que la música, con sus múltiples beneficios, no solo genera identidad para los ciudadanos de un lugar, sino que también contribuye a la formación de la identidad de la comunidad en su conjunto. La música es cultura y uno de los principales objetivos del CFIM, es preservarla. Pero, ¿por qué se deberían preservar centros musicales como este, en específico el CFIM?

Para empezar, es importante mencionar, que la música se relaciona con la creatividad, resolución de conflictos, así como el trabajo en equipo, ya que influye en la adquisición de conocimientos y contribuye al desarrollo social, cognitivo, así como emocional. Al escuchar música se activan sustancias químicas en el sistema nervioso, que proporcionan sensación de felicidad, como también el cuerpo se vuelve más productivo y positivo (Buades & Rodríguez, 2007, citado por Insuasti & Llanga, 2019).

Asimismo, la música es un medio para transmitir ideas, religión, metáforas y cultura en la sociedad. Esta acerca a las personas a las diversas culturas, promoviendo un diálogo intercultural. A lo largo de la historia, la música ha sido parte integral de nuestras culturas, así como se ha convertido en un lenguaje universal que trasciende las barreras lingüísticas, siendo comprendida y sentida en todo el mundo (Bernabé, 2012). El CFIM busca ejecutar los beneficios mencionados con el fin de llevar a cabo el pleno desarrollo de sus alumnos en su comunidad.

Para tener un mayor entendimiento acerca de la situación en México, la educación musical ha contado con el apoyo de diversas instituciones, tanto públicas como privadas. La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) ha sido una de las principales impulsoras de la música en el país, con una amplia oferta de programas de música, desde la educación básica hasta el posgrado. Además, la UNAM ha realizado una importante labor de investigación en el campo de la música (González, 2023).

Entre otras instituciones que han apoyado la educación musical en México, se encuentra el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL), que no solo fomenta las artes, sino que también nutre el talento a través de su orquesta sinfónica y su escuela de música (Secretaría de Cultura, 2021). El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) amplía este apoyo mediante becas y financiamiento para proyectos musicales, fortaleciendo la diversidad cultural.

Aunado a la situación de la campaña, la UNESCO tiene un programa para la protección de patrimonio y fomentación de la cultura, ya que se dice que la cultura enriquece las vidas de las personas, para así crear comunidades inclusivas e innovadoras. Es por eso que la UNESCO ve a la música como un aspecto importante en la vida de las comunidades. De esta manera se generó la ayuda por medio de la página web de la UNESCO donde se puede apoyar a las comunidades, dando visualización de lo que está sucediendo y promocionando diferentes pláticas que se tendrán y compartiendo diferentes lecturas donde se puede conocer más del tema (UNESCO, s.f).

De igual manera, la UNESCO tiene una página web, donde da conocer en específico las artes del espectáculo, basándose en la música y las tradiciones que vienen de esta. Dentro de esta página hablan del tema dentro de diferentes comunidades y después se puede ver dónde ayudar y ver más sobre esta información. Buscando facilitar la comunicación entre las personas y ayudando a saber cómo contactarlos (UNESCO, s.f).

Por otro lado, la preservación de la rica tradición musical zapoteca se ha convertido en un esfuerzo conjunto de diversas instituciones en Oaxaca. La Secretaría de Cultura de Oaxaca, comprometida con la promoción cultural, lidera un programa dedicado a salvaguardar la música zapoteca. De manera similar, el Instituto de Artes y Cultura de Oaxaca (IACO) contribuye activamente a este propósito mediante su propio programa de preservación (Oaxaca Gobierno del Estado, 2023). Además, la Academia de Música de Zaachila, una iniciativa privada, despliega esfuerzos significativos al ofrecer clases especializadas a niños y jóvenes, consolidándose como un pilar en la preservación y transmisión de esta invaluable herencia musical (Remates, R. s.f.).

La música en Zaachila ha encontrado un valioso respaldo en diversas fundaciones comprometidas con su promoción. Estas fundaciones destacan por su compromiso con el fomento cultural y el fortalecimiento de la escena musical en la comunidad. En particular, la Fundación Alfredo Harp Helú, como entidad privada, ha desempeñado un papel significativo al otorgar becas a estudiantes locales de música, impulsando así el desarrollo del talento creativo y la expresión musical en la región (SEGOB, 2010).

Por otro lado, entre algunos centros de educación musical, se encuentra el Centro de Capacitación Musical y Desarrollo de la Cultura Mixe (CECAM) establecido en 1977 en Santa María Tlahuitoltepec, Oaxaca, el cual se dedica a la educación autónoma y a la formación integral de niños y jóvenes de bajos recursos, con énfasis en la preservación de la cultura Mixe. Su objetivo incluye la promoción de bandas filarmónicas, la autosuficiencia financiera a través de proyectos y la formación de músicos destacados (Secretaría de Educación Pública, 2015). La escuela utiliza una imagen corporativa con un imago tipo de mazorca y se comunica a través de su página web y redes sociales.

Asimismo, la Escuela de Iniciación Musical "Santa Cecilia" de Zaachila busca reconstruir el tejido social mediante la música, motivando a los alumnos a evitar problemas sociales. Su enfoque ha captado la atención de organizaciones internacionales, generando un impacto positivo en los jóvenes al alejarlos del consumo de sustancias (Staff de Redacción, 2023). La imagen corporativa destaca un isotipo con niños alrededor de una puerta y se promociona a través de canales como Facebook, obteniendo reconocimiento internacional en París (Milenio, 2023).

Por otro lado, se encuentra la Banda Infantil y Juvenil Naram's de la Villa de Zaachila quien recluta niños, jóvenes y adultos para preservar la música de la comunidad. Participa activamente en eventos y realiza contratos musicales y kermés para recaudar fondos (Martínez, 2023; Banda Infantil y Juvenil Naram's de la Villa de Zaachila, s. f.). Aunque se inscriben estudiantes, la banda necesita más recursos económicos, utilizando una imagen corporativa con un imago tipo de trompa en cromática negra y blanca y comunica principalmente a través de publicaciones y videos en Facebook.

Por lo tanto, para tener una visión aún más clara, a continuación se presenta una serie de eventos para otorgar un contexto más profundo sobre la educación musical en México. En 1865, se funda la Escuela Nacional de Música, siendo la primera escuela pública de música en México (Escuela Nacional de Música, s.f.). Luego, en 1921, se forma el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), que tiene una escuela de música, fortaleciendo el arte en sus diversas expresiones (Instituto Nacional de Bellas Artes, 2023)). En 1972, La sinfonía cultural se amplifica con la creación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), armonizando becas y financiamiento para proyectos musicales que resuenan en el corazón de México (Secretaría de Cultura, s.f.).

Posteriormente, en el año 2000, las raíces zapotecas cobran más importancia con la creación de la Secretaría de Cultura de Oaxaca (Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, 2018). Aquí, existe un programa especial para cuidar la música zapoteca, manteniendo viva la conexión entre el pasado y el presente. En 2010, la cultura de Oaxaca crece aún más con la creación del Instituto de Artes y Cultura de Oaxaca (IACO), que incluye un programa especial para preservar la riqueza musical zapoteca, afinando así la conexión entre la tradición y la contemporaneidad (Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca (SECULTA), 2018).

Por lo que para el 2020, se funda la Academia de Música de Zaachila, una organización privada que promueve y celebra la música zapoteca (Rentería, 2023). Para el 2022, la educación musical en Zaachila se amplía con programas de la Secretaría de Educación Pública (SEP) que buscan fomentar la música (Secretaría de Educación Pública, 2023). En este mismo año, la Fundación INBA lanzó una campaña de recaudación de fondos en apoyo al Conservatorio Nacional de Música. La iniciativa, que incorporó un concierto de gala, tuvo como objetivo generar recursos destinados a la restauración de edificios, la adquisición de instrumentos y la provisión de becas para estudiantes (Fundación INBA, AC, 2022).

Asimismo, existe la Escuela de Iniciación Musical Santa Cecilia, ubicada en la Colonia Vicente Guerrero, Oaxaca. Esta ha desarrollado un proyecto social para brindar apoyo musical a niños indígenas. Actualmente, buscan fondos en su página web para llevar a sus alumnos a una oportunidad única en Francia. La plataforma explica detalladamente la situación financiera, destacando la necesidad de fondos para los boletos de avión. Facilita la donación mediante un botón para seleccionar la cantidad y proporciona un formulario para datos básicos, como nombre y correo electrónico, junto con una sección segura para la información de pago (Escuela de Iniciación Musical Santa Cecilia, s.f.). De esta manera, se fomenta el desarrollo de talentos musicales en las generaciones siguientes.

2.2 Líneas teóricas

Para fundamentar la investigación, fue necesario apoyarse de teorías, que promuevan las variables del proyecto de inicio a fin. Por ello, se investigaron teorías que apoyan la construcción de la identidad, así como teorías sobre la difusión e importancia de la música.

De esa forma, la Teoría de la Identidad Cultural de Stuart Hall, da a entender que la música influye en la construcción de identidades individuales y colectivas, ya que contribuye a la formación de identidades culturales, entrelazándose tanto con la historia como con la lengua. Cada componente musical juega un papel en la creación de narrativas de la autoimagen, así como de la percepción de otros. Además, la música moldea identidades a través de letras y emociones vinculadas a experiencias personales (Upsidedown, 2012).

Asimismo, en la obra de DeNora, *Music in Everyday Life*, la participación musical proporciona un marco significativo para la identificación propia e interacción social, ya que destaca la participación en la música como una herramienta para expresar gustos y experiencias, incorporando la elección musical como parte de la narrativa personal. Además, DeNora enfatiza en la dimensión social de la música, donde se fortalecen lazos sociales y se forman identidades compartidas (Siciliano, 2013).

En términos de uno de los objetivos del proyecto, es decir, la difusión de este centro, esto se relaciona con la Teoría de la Persuasión de Richard Perloff (2003), ya que se centra en los procesos persuasivos y en la influencia de los mensajes en las actitudes y comportamientos de las personas (Neetwork Online Business School B.V, 2019). Integrar esta teoría respalda la elección del video animado como una herramienta persuasiva para comunicar de manera efectiva la importancia de apoyar al CFIM. La atención captada mediante el video se convierte en una oportunidad para influir positivamente en la actitud de la audiencia hacia la causa.

Finalmente, relacionada al discurso dentro de la difusión, la Teoría del No Pensar de Raúl Eguizábal, trata de dirigir al consumidor a tomar acción inmediata, por lo que no intenta convencer de que su idea es mejor, sino busca hacerlo todo en un mismo momento. Por esta razón, el discurso que se quiere dar debe de ser claro y conciso para no provocar reflexión en el consumidor y que éste quede directamente adherido al discurso (Eguizábal, 2010).

Se puede decir, que es importante partir desde las teorías de la música como identidad dentro de todas las propuestas y objetivos específicos de este proyecto, para poder reflejar en cada uno de estos la importancia e impacto de la música dentro de la identidad de la comunidad de Zaachila. De igual forma, es esencial el uso de teorías relacionadas con la difusión, como respaldo para el desarrollo efectivo de propuestas de comunicación que tengan mayor influencia y adherencia al público.

3. Capítulo III: Metodología

3.1 Metodología de la investigación

En la presente investigación se llevaron a cabo diferentes tipos de metodologías primarias y secundarias. De este modo, permitió la comprensión de la problemática desde un punto fuera de lo que se conoce, para que se pudiera tener una mayor comprensión del tema.

Es importante mencionar que durante la investigación se utilizó el método Iceberg. Esto ayudó a conocer de mejor manera la problemática, no solamente enfocada en lo que se puede ver a simple vista, si no haciendo un estudio más profundo mediante la investigación. Esto se logra desde diferentes etapas que conlleva el método, empezando por un profundo análisis que permitió encontrar casos análogos sobre escuelas musicales, al igual que campañas que proporcionan apoyo financiero a la cultura e identidad. Esto a partir de distintas fuentes primarias y secundarias, que incluyen páginas web, al igual que escritos, los cuales fueron de gran importancia en el momento de buscar posibles alternativas para el CFIM.

Las fases de la investigación se despliegan progresivamente con el objetivo de profundizar en la comprensión del público y la problemática, según señala Toledo (2020). El propósito es indagar en las dolencias, patrones, comportamientos, pensamientos, creencias y suposiciones, empleando la investigación de campo mediante el enfoque del Design Thinking. En la etapa inicial de empatizar, se llevaron a cabo diversas entrevistas diseñadas específicamente para adquirir conocimiento sobre la escuela, los estudiantes, profesores, la comunidad y los proyectos a futuro.

Aunado a esto, se realizó el Empathy Map, donde se dividieron las respuestas de forma en la que se puede conocer lo que el usuario siente, dice, piensa y hace para así poder sintetizar la información de las respuestas y lograr ver las similitudes de estas, separándolo por estudiantes, comunidad y profesores. Para más información ir a Anexos, Figura 2: Mapas de empatía. Por último, se realizó la lluvia de ideas, que con base a las respuestas de las etapas pasadas, se puede generar una propuesta completa para el usuario y explorar las posibles soluciones.

Al unir estas dos metodologías, se logrará conocer de mejor manera al usuario, buscando siempre lo que se cree necesario para él. De este modo, se puede llegar a observar diferentes puntos de enfoque, donde se lograrán ver áreas de oportunidades para poder brindar una solución más pertinente.

3.2 Variables de la investigación

Se llevó a cabo una investigación exhaustiva sobre la preservación de la herencia musical en Zaachila, Oaxaca, enfocado en el contexto del Centro de Formación Inicial en Música “Cipriano Pérez Cerna”, A.C. Aquí se consideraron variables de estudio, como la difusión de la educación musical, la obtención de apoyo económico principalmente por parte del gobierno, así como de fundaciones. Por último, se consideró el apoyo social en la educación musical. Estas variables fueron consideradas fundamentales para abordar el problema de manera integral y diseñar soluciones efectivas que respondan a las necesidades del CFIM.

La difusión de la educación musical se erige como un componente fundamental para informar y transmitir la herencia generacional de la música zapoteca en la comunidad de Zaachila. La carencia de acceso adecuado a la información priva a las personas de la capacidad de conectar emocionalmente con su entorno. En este sentido, abordar este tema adquiere una importancia crucial, permitiendo que la comunidad, así como posibles fuentes de apoyo financiero, establezcan vínculos y comiencen a apreciar la valiosa contribución formativa y cultural que la educación musical proporcionada por el CFIM representa para la preservación de una de las culturas prehispánicas, constituyendo una auténtica riqueza para el país mexicano.

Paralelamente, esta iniciativa se entrelaza con las otras variables de investigación, ya que al valorar la educación musical, se impacta en la percepción pública de la sociedad, facilitando así la búsqueda de formas de respaldo pública y económica para el CFIM. Por ende, se ha establecido que una campaña de difusión de información destinada a comunicar sobre la educación musical es un medio eficaz.

Numerosos estudios respaldan la efectividad de tales campañas. Por ejemplo, en Estados Unidos, un estudio llamado *The Effects of a Music Education Public Awareness Campaign on Parental Knowledge and Attitudes*, reveló que una campaña de difusión de información sobre los beneficios de la educación musical aumentó el conocimiento de los padres sobre esta disciplina y su disposición a inscribir a sus hijos en clases de música. Los resultados indicaron un impacto positivo en el conocimiento y las actitudes de los padres, quienes, tras ser expuestos a la campaña, demostraron un mejor entendimiento de los beneficios de la educación musical y una mayor disposición a matricular a sus hijos en clases de música (Tracz, 2018).

En resumen, la preservación de la herencia musical en Zaachila se vincula estrechamente con la necesidad de difundir la educación musical para obtener respaldo económico y social para el Centro de Formación Inicial en Música "Cipriano Pérez Cerna", A.C. Destacar la importancia de la herencia musical zapoteca resulta fundamental, y se propone la implementación de una campaña de difusión para obtener apoyo público y financiero para el CFIM. Estas conclusiones establecen una base sólida para desarrollar soluciones que aborden las necesidades del CFIM y contribuyan a preservar la riqueza cultural prehispánica en México.

3.3 Muestra o sujetos

El tipo de muestra que se utilizó es la muestra no probabilística, que depende de parámetros y características específicas del sujeto, previamente establecidas. Asimismo, esta muestra no probabilística es en parte de conveniencia, debido a que se seleccionaron sujetos con cierta aproximación con las investigadoras. Al mismo tiempo, esta muestra es intencional, porque selecciona a uno de los principales objetivos al que se quiere llegar (Otzen, Manterola, 2017).

La muestra en esta investigación se redujo a la comunidad del CFIM, conformada por 62 estudiantes, entre estos 28 hombres y 34 mujeres, en un rango de 8 a 68 años. Asimismo lo conforman 5 maestros hombres de entre 23 a 42 años. De esta manera, dentro de la comunidad a la que se dirige el proyecto, se seleccionaron a alumnos, docentes, miembros del patronato, así como familiares del CFIM. Posteriormente, se realizaron entrevistas a la comunidad seleccionada, donde se definió al usuario exacta y directamente, para conocer ampliamente las necesidades de este.

De igual forma, la comunidad seleccionada cuenta con características que se tomaron en cuenta, como por ejemplo su relación con la música, los instrumentos, el CFIM, como Zaachila; el impacto que tiene el CFIM, al igual que la música como generador de identidad, como elemento hereditario en su vida y los beneficios de esta. Además, la muestra seleccionada abarca un amplio rango de edades, desde niños hasta adultos mayores, lo que enriquece la diversidad de perspectivas.

Por esta razón, al comparar los diversos perfiles de la comunidad que forma al CFIM, se entendió que la mayoría comparte la idea de la falta de instrumentos, material e instalaciones. Además, se pudo observar que se menciona repetidamente la importancia que tiene la música dentro de la comunidad, para la convivencia, contexto histórico y cultura zaachileña.

En esta investigación, fue esencial tener en cuenta los actores dentro del proyecto, siendo el gobierno el principal objetivo que se busca alcanzar. De igual manera, se pretende captar la atención de posibles patrocinadores que puedan proporcionar recursos financieros para cubrir las necesidades del CFIM.

Dentro del ámbito tanto gubernamental, como de patrocinadores, se incluye al gobernador municipal, patrocinadores, por otro lado donadores externos que quieran proporcionar un apoyo económico o en especie para el CFIM y por último fundaciones, como la Fundación Canieti, Fundación Dibujando un Mañana y la Fundación Alfredo Harp Helú. La Fundación Canieti busca ayudar a diferentes sectores, logrando un cambio cultural, que fomente actividades de innovación tecnológica y competitividad (Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información, s. f.).

De igual forma, la Fundación Dibujando un Mañana, impulsa el desarrollo de niñas, niños, adolescentes, así como organizaciones vulnerables en México creando programas sociales con impacto positivo en los derechos humanos (Fundación Dibujando un Mañana, A.C, s. f.). Otro posible actor es la Fundación Alfredo Harp Helú, que impulsa proyectos en diversas áreas, entre ellas la cultura, para el beneficio de la comunidad de Oaxaca (Fundación Alfredo Harp Helú, s. f.).

Es importante destacar que algunos de estos actores aún no tienen conocimiento de la existencia de esta escuela, por lo que resulta fundamental que la institución llegue a su atención. En este sentido, se busca identificar ciertas características en estos sujetos, como su cargo o posición, la naturaleza de su relación con la comunidad o sociedad, su conexión con la música y, por supuesto, los recursos disponibles que podrían ser destinados para brindar apoyo.

La intención es establecer un puente sólido entre la escuela y estos potenciales colaboradores, para asegurarse de que cuenten con la información necesaria para comprender la relevancia y el impacto positivo que pueden tener al involucrarse con la comunidad educativa en consideración.

3.4 Instrumentos de medición

En el marco de este proyecto, se ha identificado la necesidad de emplear como instrumento de medición los métodos de Ideo Method Cards, para recabar información precisa y detallada dirigida al usuario (CFIM), al igual que a posibles patrocinadores. Esta iniciativa desempeñará un papel esencial para proporcionar una valiosa retroalimentación que permitirá comprender a fondo las debilidades, fortalezas y áreas de mejora de la propuesta de diseño.

De esta forma, a partir de los métodos de Ideo Method Cards, estos serán empleados en el proceso de obtención de validación. Aquí se tienen diferentes cartas que son útiles al momento de prototipar y revisar la idea y ver cuáles son los cambios que se pueden hacer. Empezando por Word Concept Association, esta se utilizará al momento de preguntarle a las personas que es lo que se piensan cuando escuchan los conceptos investigados anteriormente, para que de esta manera se pueda evaluar cuáles son repetidos por las personas y más perceptibles.

De igual forma, se utilizará la carta de Try It Yourself, esta será útil al momento de implementar el prototipo de alta, para ver como un usuario se relaciona con este. Para que de esta manera se pueda observar cómo se utiliza, las actividades que llevan a cabo, como se mueve el usuario dentro del prototipo, cosas que no le gusten o sientan innecesarias, etc. Al final de observar cómo el usuario utiliza la página web, se le preguntará qué es lo que pudieron observar y cómo se sintieron. Para que de esta manera se puedan solucionar los problemas que se pueden ver en el usuario y ver si es un prototipo viable.

Finalmente, se utilizará Scenario Testing, donde se creará una serie de cartas sin ilustraciones, para dárselas a los diferentes participantes para que ellos dibujen lo que están pensando, por lo que, de esta forma se podrán ver las reacciones que se obtienen y lograr tener una retroalimentación de lo que se está proponiendo. Esto es de suma importancia, ya que se pueden ver las reacciones en tiempo real, para así ver qué cosas son las que se deben de seguir y cuáles se deben mejorar (Ideo, s.f.).

Este proceso de validación no solo contribuye al refinamiento de los prototipos, sino que también establece las bases para garantizar la efectividad de la campaña al ser implementada con los usuarios, clientes y actores involucrados en el CFIM. Al entender las percepciones y expectativas de estos grupos clave, se busca que la ejecución de la campaña sea altamente efectiva y responda de manera precisa a sus necesidades y perspectivas.

La información recopilada en esta fase de validación se convertirá así en un recurso invaluable para garantizar el éxito y la relevancia de la campaña en el momento de su implementación.

3.5 Método de diseño

En este capítulo, se explica la metodología empleada para recopilar la información necesaria destinada al desarrollo del proyecto actual centrado en la preservación de las raíces musicales zaachileñas, enfocado en el Centro de Formación Inicial en Música “Cipriano Pérez Cerna”, A.C. (CFIM).

La preservación de la música zaachileña se erige como un tema de suma relevancia en para la sociedad y sobre todo para el país de México, ya que esto representa un elemento cultural que ha tenido lugar desde tiempos prehispánicos. Para abordar este desafío de manera efectiva, resulta crucial comprender a fondo las necesidades, vivencias y perspectivas de las personas involucradas en el CFIM.

En este proyecto, se implementará una metodología de enfoque híbrido al integrar el User Story Map y el modelo Design Thinking. La metodología de User Story Map, orientada hacia la perspectiva del usuario, visualiza su recorrido a lo largo de un producto o servicio, desde la primera interacción hasta el logro del objetivo final. Sus beneficios incluyen la comprensión de las necesidades y objetivos de los usuarios, facilitando el desarrollo de productos y servicios genuinamente útiles.

Además, permite a los diseñadores tomar decisiones conjuntas, ofreciendo una visión integral del producto o servicio que facilita la planificación y el seguimiento del desarrollo (Onofre, 2022). En paralelo, el Design Thinking, centrado en entender las necesidades de los usuarios y crear soluciones innovadoras, abarca cinco fases, desde Empatizar hasta Testear, siendo un proceso flexible aplicable a diversos problemas, fomentando la creatividad y la resolución eficaz de desafíos (Laoyan, 2022).

La integración estratégica de ambas metodologías se llevó a cabo, combinando las etapas complementarias para abordar el problema con mayor eficiencia. La implementación del Design Thinking se desarrolló a lo largo de las cinco fases del proyecto, mientras que el modelo User Story Map desempeñó un papel destacado en la fase de ideación. Esta conexión entre las metodologías permitió alcanzar soluciones integrales, efectivas y sostenibles, fomentando la generación colaborativa de ideas y la validación de soluciones.

Para comenzar, en la fase de *Empatizar*, el proceso de comprender las necesidades, motivaciones y frustraciones de los usuarios (Romero, 2013), se llevó a cabo una exhaustiva investigación sobre Oaxaca y Zaachila para comprender la situación, obtener un contexto más amplio y entender las necesidades del lugar. A continuación, se diseñó cuidadosamente un cuestionario grupal que abordará los aspectos esenciales para comprender la situación, identificar las necesidades del usuario y profundizar en el conocimiento del CFIM. Posteriormente, se realizó un estudio de campo, donde el contacto con el usuario será valioso y profundo. Durante este proceso, se llevaron a cabo entrevistas basadas en preguntas previamente diseñadas, permitiendo un contacto único con el usuario para identificar sus deseos, preocupaciones y necesidades. Ver Anexo 1.

Además de las entrevistas a los usuarios, el estudio de campo ofreció información valiosa acerca de la escuela de música, la comunidad y la cultura que envolvía al CFIM, así como detalles sobre los actores vinculados con la problemática. Este enfoque enriqueció de manera significativa la investigación al incluir entrevistas con los actores involucrados, así como evidencias fotográficas, videos y escritos, fortaleciendo así la comprensión del problema.

En la siguiente fase, se empleó la etapa de *Definir* en Design Thinking, que implicó sintetizar la información recopilada durante la fase de empatía para concretar el problema a resolver. En este sentido, comprender las opiniones y experiencias de los clientes, los miembros de la comunidad y los usuarios del Centro de Formación Inicial en Música "Cipriano Pérez Cerna", A.C, fue esencial.

Los instrumentos de medición empleados en la recopilación de datos posibilitaron la exploración de la problemática en Zaachila y la situación específica del CFIM, con la meta de establecer una base robusta para el desarrollo de soluciones efectivas. Por ende, se llevó a cabo un análisis detallado de la información recopilada en esta etapa, dando lugar a la creación de tres mapas de empatía que abarcaron a los estudiantes, la comunidad y los profesores. Ver mapas de empatía en Anexo 2. Este proceso resultó en la identificación de las necesidades primordiales, los deseos, las frustraciones y las características de estos grupos, lo que posteriormente permitió generar un enfoque de acción, formular hipótesis y avanzar en el desarrollo del proyecto.

En la tercera fase, se llevó a cabo la etapa de *Idear* de Design Thinking, la cual, en conjunción con el User Story Map que se puede ver en Anexo 3, brindó una base más robusta de posibles soluciones para la problemática. En este procedimiento, el User Story Map se inició desde las actividades esenciales que el usuario necesitaba en relación con la campaña propuesta. Posteriormente, se identificaron y describieron en detalle las tareas asociadas a cada actividad, facilitando así la creación del producto.

Seguidamente, en el mapa se resaltaron las funcionalidades del usuario para cada tarea, permitiendo la identificación de necesidades y la definición de caminos para su realización. Este enfoque se utilizó para entender los logros posibles en la primera etapa y explorar las posibilidades para las siguientes etapas, con el objetivo de desarrollar un producto completo y viable. La meta fue abordar las necesidades básicas de la campaña y proporcionar una herramienta efectiva para el futuro (Gabarrón, L., comunicación personal, 5 de octubre de 2023).

En la cuarta fase de *Prototipar*, se crearon prototipos fortalecidos por la metodología de User Story Map, ver Anexo Figura 3: *User Story Map*. La elaboración de estos prototipos se llevaron a cabo en el marco de una campaña que consta de cinco actividades. Sin embargo, debido a restricciones de tiempo, se dio prioridad al desarrollo de tres secciones a lo largo de un período de dos meses.

La primera etapa de la campaña se centró en difundir información esencial sobre el CFIM para obtener respaldo gubernamental y de fundaciones/patrocinadores. Con este propósito, se diseñó una página web que proporciona información detallada sobre programas, eventos, misión, visión, entre otros aspectos del CFIM. Al mismo tiempo, se busca que la página web sea una herramienta para obtener apoyo financiero, por lo que incluirá una sección específica para que los patrocinadores se involucren o para que las personas interesadas realicen donaciones económicas o en especie.

Para la segunda parte, se diseñó un video que refuerce el mensaje del CFIM acerca de la importancia de la música como elemento generacional en Zaachila y que genere conciencia sobre la necesidad de preservar estas raíces. La música no solo ha perdurado a lo largo de generaciones, sino que también ha actuado como un vínculo unificador en la comunidad.

En cuanto a la tercera parte, se enfocó en la elaboración de una presentación corporativa que brindará información básica, detallada y precisa sobre el CFIM. El objetivo principal es que posibles patrocinadores se sumen a la causa para financiar al Centro.

En la quinta y última fase, se implementó la etapa de *Validación* del Design Thinking, que, en colaboración con el IDEO Method Card, se dividió en diversas etapas. La primera de ellas consistió en validar la página web, contando con la participación de usuarios variados, como padres de familia, empresarios, alumnos y expertos. Durante esta fase, se abordaron aspectos relacionados con posibles mejoras en la página web, obstáculos que dificultan la navegación, y se identificaron secciones que generaban confusión entre los usuarios.

En la segunda fase, se llevó a cabo la validación por parte de empresarios en la presentación corporativa. Durante este proceso, se detallaron los puntos cruciales, se identificaron secciones percibidas como extensas y se evaluaron elementos considerados innecesarios. El objetivo era optimizar la presentación para futuros patrocinadores. En la tercera etapa, se procedió a validar el video, con la participación de empresarios, padres de familia y alumnos. Se analizó la claridad y el atractivo de la idea presentada en el video, fortaleciendo así el diseño de una narrativa coherente y significativa para el público. Los resultados de estas validaciones se encuentran detallados en los Anexos, Figura 6: Validaciones de Prototipos.

3.6 Tratamiento estadístico o manejo de datos

Para poder llegar a entender la situación dentro de la comunidad de Zaachila, Oaxaca, primero se hizo un estudio de campo de una serie de entrevistas en una fase previa, que se llevaron a cabo a miembros de la comunidad. Esto con el propósito de obtener una comprensión más profunda de la importancia de la música en sus vidas y en la sociedad zaachileña.

De esa forma, estas primeras entrevistas proporcionaron información valiosa sobre las perspectivas de diferentes actores involucrados en la comunidad, incluyendo alumnas de la tercera edad, residentes locales y miembros del Centro de Formación Inicial en Música “Cipriano Pérez Cerna”, A.C. (CFIM). El análisis de estas entrevistas ofrece una visión integral de la relevancia de la música en esta comunidad y cómo impacta en diversos aspectos de sus vidas.

Por lo tanto, las anotaciones realizadas sobre las alumnas de la tercera edad (Ruth, Graciela y Elvia) revelan que la escuela de música tiene un profundo impacto en sus vidas. Experimentan aprendizaje, descanso, tranquilidad, armonía, convivencia y distracción en este entorno musical. La música les brinda la oportunidad de relajarse y también forma parte de su vida cotidiana, ya que participan en la catequesis. Además, destacan la importancia de tener una actividad como esta en la edad avanzada y buscan inspirar a sus nietos a aprender a tocar un instrumento.

Sin embargo, se observa una disminución significativa en el número de estudiantes de la tercera edad después de la pandemia, lo que plantea interrogantes sobre cómo abordar esta situación. Otras mujeres de su edad participan activamente en el coro de la iglesia, lo que muestra un arraigado interés en la música en la comunidad.

Las entrevistas a miembros de la comunidad de Zaachila también proporcionan perspectivas valiosas sobre la importancia de la música en la sociedad local. Asimismo, se presenta el caso de Adela, una residente de 80 años, enfatiza que la música es una fuerza vital que da vida al pueblo, integra a los niños y sirve como inspiración para todos. Ella destaca la música tradicional zaachileña y la banda, así como el papel del CFIM en la comunidad. Además, destaca la relevancia de eventos como el festejo de la Virgen de la Natividad para preservar la religión, fortalecer los lazos comunitarios y disfrutar de la música y el baile.

Andrés Ignacio Salas, un músico con una larga trayectoria, resalta la importancia de la música en su vida como parte de su herencia familiar y una forma de recuperar costumbres. Él aboga por la enseñanza musical tanto en el hogar como en escuelas y considera que la música es una parte fundamental de la cultura. Raquel Elfega López Pérez, una artesana local, reconoce la importancia de la Escuela de Música de Zaachila (CFIM) en la comunidad y aboga por la recuperación de la música tradicional y el legado musical regional. Ella destaca la alegría y la función cultural de la música en eventos como la danza de la pluma.

Fátima Xulaxhi Nava, una bailarina, comparte su perspectiva sobre el impacto positivo de la música en la comunidad y cómo esta contribuye a crear un ambiente agradable. Ella destaca la importancia de aprender a tocar piezas musicales originales de la comunidad. Las entrevistas también incluyen la opinión de Fernando, un alumno de la Escuela de Música de Zaachila, quien enfatiza la importancia de la educación musical y cómo esta le ha permitido sentirse libre y desarrollar sus habilidades musicales. Destaca el impacto positivo de la música en la conservación de las costumbres y la religión.

Finalmente, la entrevista con Francisca Bernardo Reyes, familiar de un estudiante del CFIM, subraya la importancia de tener espacios dedicados a la música en una comunidad con una rica tradición musical. Ella destaca la necesidad de un espacio amplio debido al interés creciente de jóvenes en la música. También reconoce la importancia de mantener viva la música en la sociedad actual y futura, ya que es parte integral de la cultura de Zaachila.

En conjunto, estas entrevistas ofrecen una visión completa de la importancia de la música en la comunidad de Zaachila. Gracias a que la mayoría de los entrevistados son músicos o tienen familiares que lo son, subraya que la música es un tema generacional en esta comunidad. Esta influencia de generaciones en este medio sonoro, refleja su impacto en el bienestar, la cultura y la educación de sus residentes. Estas perspectivas informan sobre la necesidad de preservar y promover la música en la comunidad, así como el papel esencial de la educación musical en este proceso. Para tener un mayor entendimiento, se recomienda observar lo recuperado en Anexos, Figura 1: Anotaciones y entrevistas previas.

De igual forma, para poder validar las propuestas de los prototipos del proyecto, se realizó en una segunda fase un tratamiento estadístico o manejo de datos, mediante la cuál se obtuvieron hallazgos, así como retroalimentación de las propuestas, por parte de diseñadores expertos, miembros del patronato y comunidad del CFIM, con el objetivo de mejorar estas, para llegar a la mejor solución óptima acorde a las necesidades de este centro.

Mediante la primera validación realizada a Nora y Graciela, miembros del patronato del CFIM, se pudo obtener que el personaje principal Yao, necesitaba ciertos ajustes dentro de su vestimenta, debido a que este traía un traje típico Oaxaqueño, pero el CFIM abarca más las zonas de los valles centrales. Por ello, se sugirió que Yao utilizara ropa del danzante de la pluma, el cual consta de un calzón de manta, así como huaraches, lo cual identifica a la zona de San Pablo, San Bartolo, Zaachila, entre otros.

La tercera validación se le realizó a la diseñadora experta y profesora de la Universidad Iberoamericana Puebla, Alejandra Marín Rentería, quien sugirió que el personaje de Yao, al igual que su estilo gráfico, fuera una base de la consistencia de los materiales propuestos, para estos ir en la misma línea. Asimismo, recomendó que la presentación para diseñadores, fuera diferente a la del cliente, debido a que los clientes no entienden la terminología de un diseñador.

La cuarta validación fue al diseñador experto Heberto Mendieta García, profesor de la Universidad Iberoamericana, quien comentó sobre la falta de datos duros en el contexto del proyecto. De igual forma, sugirió el ajuste del storytelling dentro de la forma de presentar el proyecto, debido a que el personaje de Yao no es el que propone la solución, sino el representante. Además, el experto recomendó la entrega de alguna herramienta para enseñar el uso del video propuesto, su modo de operación, así como la forma en que se genera la animación, para que en un futuro el CFIM pueda realizar sus videos de manera autónoma.

Posteriormente, se llevó a cabo la tercera fase de validación de la página web con padres de familia y alumnos, utilizando la técnica de la carta de IDEO *Try It Yourself*. Se les proporcionó el prototipo de la página en Figma, para que ellos navegaran, exploraran, observaran y compartieran sus percepciones. Aquí se recopiló información relevante que se debe tomar en cuenta para que la página web inspire confianza a los padres de familia al buscar una escuela de música para sus hijos.

Por ello, algunos de los hallazgos encontrados de la página web son respecto a su tamaño, debido a que las personas tuvieron conflicto leyéndola completamente, ya que esta se cortaba o algunos elementos eran muy grandes. Asimismo, hubo confusiones en cuanto a la sección de los formularios a llenar, por lo que los individuos creían que era la misma sección. Por otro lado, existió una buena apreciación por las imágenes utilizadas.

Por otro lado, varias personas notaron la sección de tres puntos diferentes, donde no ven la necesidad que se separe en tres páginas distintas, más bien opinan que se vería de una manera más estética unirlos en una sola página y separarla por diferentes títulos, ya que piensan que se vuelve más complicada la navegación en la página.

Además, se observó que en secciones se necesitaría añadir iconos o cualquier símbolo gráfico que represente la idea, para que de esta forma se logre saber de qué trata lo que se representa en ese apartado de manera inmediata (Anexos, Figura 6: Validaciones de Prototipos).

Además de las validaciones con padres de familia, se llevaron a cabo validaciones con empresarios. Aquí, los empresarios ofrecieron su perspectiva sobre la página web y la información que consideran esencial para que un patrocinador o donador pueda tener en cuenta durante el proceso de navegación. Se identificaron aspectos positivos y áreas de mejora, recopilando insights valiosos, como la importancia de añadir el proyecto arquitectónico, enseñando para lo que se utilizará la donación; buscando representar la propuesta con información básica del proyecto, para que de esta manera cualquier inversionista logre observar lo que se hará y darle más peso a la propuesta. Ya que es bueno saber a dónde va el dinero que das y que es lo que se hará con este (Anexos, Figura 6: Validaciones de Prototipos).

Se realizaron también validaciones con expertos en diseño, esto permitió identificar puntos clave, como colores, disposición de texto, imágenes y tipografías, para realizar ajustes significativos en el diseño. Entre los hallazgos recopilados del prototipo de la página web por el Licenciado en Animación e Interacción, Diego Cervantes Zeledón, se resaltan diversas sugerencias para mejorar la experiencia del usuario (Anexos, Figura 6: Validaciones de Prototipos). En primer lugar, se propone la fusión de las secciones "Conocer más" y "Nosotros" con el objetivo de simplificar la estructura y reducir el número de niveles, favoreciendo así la accesibilidad de la información. Se enfatiza la importancia de minimizar clics, especialmente en la sección de donaciones, sugiriendo una reorganización para facilitar la acción de donar. Además, se aboga por elevar las secciones clave, como "Nuestro equipo" y "Educación y legado", a la sección principal de "Nosotros" para mejorar la visibilidad y comprensión. Se plantea la posibilidad de crear una sección exclusiva para el equipo en el navegador, resaltando su importancia.

En la sección de "Donar y Patrocinar", se sugiere colocar las preguntas frecuentes al final de la sección para anticipar dudas y contribuir a una experiencia más informada. Del mismo modo, se propone destacar la contribución a instalaciones y recursos en la parte superior de la página para simplificar la navegación.

A nivel general, se observa la necesidad de cuidar los márgenes y mantener espacios consistentes entre secciones para una presentación visual más profesional. A pesar de estas recomendaciones, se elogia la calidad general del diseño y la organización de las secciones. En conclusión, se destaca la importancia de organizar y simplificar la información para mejorar la experiencia del usuario, reconociendo el potencial positivo que estos ajustes podrían aportar a la interfaz.

En el ámbito empresarial, se probó la efectividad de la presentación diseñada para que los miembros del CFIM la presenten a posibles patrocinadores. Aquí, se empleó el método de IDEO, *Word Concept Association*. Tras mostrar la presentación completa, se pidió a los empresarios que anotaran las palabras clave y relacionadas que quedaron grabadas en su mente respecto al contenido de la presentación. Esta fase proporcionó información valiosa para ajustar, al igual que refinar el mensaje de acuerdo con los objetivos establecidos. Entre los insights positivos y las áreas de mejora, se encontró que es de suma importancia para los inversionistas saber cual es la misión y la visión de la empresa, de esta manera pueden llegar a conocer de mejor forma la empresa, sabiendo cuales son los valores que representan.

Además, los empresarios opinan que al momento de añadir a los estudiantes con fotografías, su edad y los instrumentos que tocan, se puede llegar a conocerlos y lograr empatizar con ellos. Agregando a lo anterior, es importante añadir las fotografías de las vivencias, los alumnos estudiando, las personas que trabajan en el lugar y ver las fotografías del terreno, para así poder entender lo que la comunidad es dentro de la escuela y lograr observar su día a día.

Por otro lado, es importante que se demuestre el proyecto a futuro, para que el inversionista o empresario pueda llegar a entender que es lo que se hará con su donación. Es importante añadir elementos visuales, donde se pueda observar cómo se verá el proyecto, para así lograr visualizarlo y tener una idea.

Por último, el empresario opina que es importante ver todos los eventos, conciertos y recitales que se han hecho, para poder llegar a ver qué es lo que se hace en las escuela, para poder así sentirse más cercanos a la comunidad y empatizar con ellos (Anexos, Figura 6: Validaciones de Prototipos).

Finalmente, se llevaron a cabo validaciones del video animado utilizando la carta de IDEO *Scenario Testing*. Estas validaciones se realizaron con alumnos de la Universidad Iberoamericana de Puebla y otras personas. Durante la proyección del video, se solicitó a los participantes que dibujaran en una hoja en blanco lo que más les llamara la atención. Además, se formularon preguntas específicas para evaluar emociones, comprensión de la problemática y percepciones sobre elementos como animaciones y colores (Anexo: Diseño de preguntas para Video Animado). Esta etapa proporcionó una comprensión más profunda de cómo el video resonó con el público objetivo, permitiendo ajustes clave para una comunicación más efectiva.

Entre los insights que se hallaron, se descubrió que las personas consideraron que el video en cierta forma incita a la práctica, así como la importancia de la música como beneficio emocional, al igual que cultural. Además, se comprendió que la línea de la problemática del video va en cuanto a la falta de difusión de la música, querer promoverla y su accesibilidad. De igual forma, se pudo observar que las personas se grabaron imágenes mentales respecto a los instrumentos musicales, las notas musicales, como también el personaje principal (Anexos, Figura 6: Validaciones de Prototipos).

Para finalizar con el proyecto, se hicieron validaciones finales con expertos y alumnos en el video y la página web. La primera validación que se hizo fue el video, donde la Licenciada en comunicación Liliana Blanco comentó que lo único que puede notar como algo que se puede cambiar es la música, ella siente que no va acorde con el tema. La segunda validación del video fue con la alumna Saharabi Espinosa, que comenta que la música es buena y linda, pero no siente que tiene conexión con las raíces zapotecas y le suena a alguna canción que ya escuchó alguna vez anteriormente, De ahí en fuera el video era bastante claro. Dentro de la tercera validación de la página web, se volvió a contactar al experto Diego Cervantes, mencionando que el uso de esta es fácil para nuevos usuarios y que pude ver la página bastante completa, con la información necesaria.

En resumen, las entrevistas destacan la importancia generacional de la música, mientras que las validaciones de prototipos y la presentación a empresarios proporcionan perspectivas valiosas para perfeccionar la presentación del proyecto, tanto en la página web como en el video animado. El propósito es generar confianza y asegurar respaldo tanto dentro de la comunidad como entre posibles patrocinadores.

3.7 Comprobación de la hipótesis

Partiendo de la hipótesis propuesta anteriormente sobre la realización de una campaña institucional que recupere y difunda la importancia de la música tradicional en el contexto zaachileño y la educación musical que ofrece el CFIM será una estrategia efectiva para recaudar fondos por medio de la sociedad y presentar a la música como un elemento capaz de preservar diferentes manifestaciones culturales. La realización de entrevistas, mapas de empatía y validaciones con expertos, empresarios, alumnos, padres de familia y personas relacionadas con el CFIM, permitieron que la propuesta finalizada fuese pertinente para el usuario.

Con la ayuda de las entrevistas y mapas de empatía, se reconocieron los puntos de mejora dentro del CFIM y necesidades. Por lo tanto, se identificaron las diferentes áreas y generando la creación de una página web, un video y presentación corporativa, que permiten mejorar la visualización de la escuela, para así poder ser reconocidos y lograr obtener ayuda externa.

Aunado a lo anterior, por medio de los resultados que se obtuvieron dentro de las validaciones de los prototipos, se logró observar lo que las personas externas pueden entender y ver las complicaciones dentro de los diseños, de esta manera se realizaron cambios para facilitar la utilización de las nuevas herramientas.

Asimismo, al implementar las herramientas visuales como la página web, el video y la presentación corporativa, se podrá observar los beneficios económicos y de reconocimiento dentro del CFIM, para que de esta forma la escuela logre tener los instrumentos para la recaudación de fondos.

Por consiguiente, se puede observar que dentro de las propuestas y estrategias utilizadas, tendrán un impacto beneficioso para el CFIM, ya que fueron validadas y utilizadas, para lograr obtener el mejor resultado posible, enfocado en el usuario.

4. Capítulo IV: Presupuesto

4.1 Uso de recursos

En este apartado, se explora el compromiso con la responsabilidad ambiental y la eficiencia en la utilización de recursos a lo largo de todas las fases del proyecto. La estrategia se enfoca en optimizar el aprovechamiento de los recursos disponibles con el propósito de minimizar cualquier impacto adverso en el medio ambiente, además de su compromiso social.

Durante la planificación y ejecución, se aseguró el uso responsable de cada recurso, abarcando desde la investigación y recopilación de datos, hasta el análisis de información y la creación de diseños. En relación con los medios tecnológicos, se han empleado diversos elementos, como equipos de cómputo y dispositivos móviles, que han favorecido la realización del trabajo de investigación, el proceso de diseño y la comunicación efectiva entre el equipo, el cliente, actores y expertos en el tema.

Estas herramientas también han sido fundamentales para la creación de este documento. Además, se han utilizado medios digitales de diseño como Figma, Wix, Photoshop, Illustrator, After Effects, Procreate, entre otras. Al mismo tiempo, en cuanto la comunicación desempeñó un papel fundamental en el proyecto, se utilizaron sistemas de videoconferencia y comunicación en línea.

Estos incluyeron el uso de Whatsapp, correo electrónico, Teams, entre otras plataformas, facilitando una interacción fluida entre los miembros del equipo, clientes, actores, asesores y expertos, independientemente de su ubicación geográfica. Por lo que, esta dinámica enriqueció el proyecto al facilitar la incorporación de una variedad de perspectivas.

En resumen, se puede afirmar que en este proyecto se ha hecho un uso responsable de los recursos naturales y tecnológicos disponibles. El enfoque ha estado principalmente en herramientas digitales, reduciendo el uso de impresiones para la difusión y dando prioridad a la comunicación en línea. Todo esto con el sentido de diseñar de manera responsable, considerando como base la responsabilidad social, ambiental y económica a través de todo el proceso.

4.2 Costos

El desarrollo de un proyecto involucra diversos factores, entre ellos los económicos. Por ello, un punto esencial implica saber los costos del proyecto con la finalidad de establecer los recursos que se necesitan para la realización de la idea desde el inicio, hasta el final, para finalmente entender la viabilidad de la propuesta.

Para mostrar de manera gráfica, al igual que sintetizada los costos de este proyecto, se muestra a continuación una tabla con la lista de todas las actividades realizadas de inicio a fin, con base a las necesidades del cliente, con sus respectivos tiempos y costos. La finalidad de esta tabla, permite desglosar cada paso a realizar dentro de la propuesta, para poder administrar de manera efectiva, así como eficiente el capital destinado.

Para comenzar, es importante saber que el costo por hora de cada uno de los miembros del equipo, tomando en cuenta que se trata de estudiantes de la Universidad Iberoamericana Puebla, quienes atenderán el puesto de diseñador junior, por lo que se estima que el costo por hora individual es de \$30.52, lo cual multiplicado por las cuatro miembros del equipo da un total de \$122.08 por hora. Considerando esta información, se hace una comparativa del costo del trabajo con respecto al tiempo laboral dedicado en cada fase o actividad.

De esta manera, en cuanto a las actividades que se realizaron en cada fase del proyecto, primero se realizó una investigación previa para conocer el contexto de Zaachila, la cual tuvo una duración de 6 horas con un valor de \$732.50. Posteriormente, se llevó a cabo el estudio de campo, el cual consta de un viaje en grupo que se realizó a Zaachila, Oaxaca, cuya duración fue de dos días. En este caso, por cuestiones personales, únicamente asistió una de las integrantes del equipo, por lo que el monto del viaje se redujo a \$850.

Para el proceso de investigación, que se refleja físicamente en este documento, se efectuó una profunda investigación durante 144 horas (4 semanas laborales), respecto a casos análogos, teorías, metodologías, entre otros; lo cual resultó en un costo de \$17,580. Seguido del proceso de investigación, en el proceso de conceptualización, que duró dos semanas laborales, se pusieron en práctica las metodologías investigadas, al igual que herramientas, para conocer las necesidades del cliente y así poder conceptualizar la mejor propuesta. Este último proceso con un importe estimado de \$8,790.

Asimismo, como parte esencial del procedimiento de diseño, se realizó la bocetación de la página web, el video, así como la presentación corporativa, a lo largo de 18 horas laborales, lo cual tuvo un precio de \$2,197.50. Posteriormente, estos bocetos fueron bajados a sus respectivos programas y plataformas de diseño, lo cual implicó 120 horas de trabajo laboral por parte de las integrantes del equipo, que costaron \$14,650.

Como bien se mencionaba, parte esencial de lo propuesto, es la página web, por lo que es importante la programación de esta por parte de un programador experto, por lo que su cotización da un resultado de \$6,500 + IVA. Es importante mencionar, que la última opción de programación es opcional, debido a que se dará la oportunidad de proporcionarle al CFIM una página web realizada en una plataforma gratuita. Y como parte de las últimas fases de diseño de este proyecto, se llevó a cabo un video de uso de la página web de \$1,465, así como las pruebas de usuario para probar la efectividad de la propuesta, por lo que se le dedicaron 72 horas de trabajo con un valor de \$8,790.

De igual forma, para poder subir la página web, son necesarias la licencia del dominio de la página, la cual tiene un precio de \$150 anuales, así como la licencia de hosting en Webflow, la cual tiene un monto de \$409.96 anuales. Las últimas licencias mencionadas son opcionales por parte del CFIM, por lo que se dejan a su consideración.

Finalmente, para el cierre del proyecto, se entregarán los originales vía USB, los cuales consisten en documentos editables en sus respectivos programas como Illustrator, After Effects, al igual que Power Point. Asimismo, se otorgarán los documentos finales en formato PDF, MP4 y los respectivos link para su fácil, al igual que universal acceso. Todas las actividades, fases, al igual que etapas antes mencionadas, están incluidas en el desarrollo de la propuesta, por lo que el total del conjunto de estas, es de \$55,152 MXN. Si el cliente desea incluir las licencias, al igual que servicios opcionales sugeridos daría un total de \$62,211.96.

Saber el costo de un proyecto como este, ayuda no solo a saber la factibilidad de este, sino también identifica y agrega valor a cada una de las actividades durante todo el periodo de desarrollo de la propuesta. Por lo que, cada paso de cada etapa tiene gran significado. Para tener un mayor entendimiento, se recomienda observar lo recuperado en Anexos, Figura 5: Tabla de costos.

4.3 Originales de producción

Como resultado de todo proyecto es necesaria la entrega de originales, que muestren el efecto de todo el proceso de desarrollo de la propuesta, ya sea de manera física o digital. Los originales a entregar, buscan demostrar la calidad, esfuerzo, habilidades, dedicación, así como el profesionalismo del equipo, con el objetivo de brindar una propuesta única, innovadora y completa a los clientes correspondientes.

Para empezar, es importante mencionar que la entrega de originales dentro de este proyecto, consta de una presentación corporativa, una página web y un video. Además, para facilitar el uso en un futuro de las herramientas dadas por el equipo, es importante la entrega de documentos editables de cada una de estas, en sus respectivos formatos. Por ello, en cuanto a la presentación corporativa, esta será entregada con su editable en la plataforma Canva, así como otra opción editable vía Power Point, junto con sus documentos en pdf.

Respecto a la página web, se entregarán dos opciones, la primera opción que tiene costo, debido a las licencias que solicita y la segunda opción gratuita. La página con costo, se realizó en la plataforma Figma, en la cuál se entregará una propuesta construida desde cero, al igual que completamente personalizada, únicamente que esta requiere una licencia para su acceso en internet, por lo que para poder llevar a cabo esta página, se le sugiere al cliente adquirir una licencia de dominio, así como de hosting. Por otro lado, la opción gratuita, fue ejecutada a partir de la plataforma Wix, por lo que su entregable resulta en una cuenta para la institución dentro de esta plataforma, como también el link para acceder a la página final.

Asimismo, el video a entregar, se realizó en Adobe After Effects, por lo que el editable de este será en formato .aep y para facilitar su uso futuro por parte del cliente, se entregará una carpeta con cada ilustración dividida en capas para su posible animación. De igual forma, el resultado se entregará en video mp4, el cual es un formato universal, al igual que compatible con todos los dispositivos donde se quiera reproducir. Todos estos documentos serán entregados vía USB.

Finalmente, se puede decir que la entrega de originales no solo proporcionará una evidencia del arduo trabajo, así como el compromiso de las diseñadoras detrás del proyecto, sino también funcionará como herramienta que podrá acceder el respectivo personal encargado del CFIM, con el objetivo de poder continuar implementando las propuestas realizadas en un futuro de manera autónoma.

5. Capítulo V: Conclusión

5.1 Conclusiones

Detrás de este proyecto fue necesario el uso de estrategias, herramientas, al igual que instrumentos de diseño, los cuales ayudaron a llegar a los objetivos establecidos, todo esto con la finalidad de poder atender las necesidades del cliente y brindar la solución más óptima a la problemática en curso.

Por ello, es necesario mencionar que uno de los objetivos asentados para el proyecto era crear una página web interactiva, que diera a conocer más sobre el CFIM. De esta manera, por medio de programas especializados en la creación de páginas web, en este caso Figma, se creó un sitio, cuyo objetivo es destacar la historia de la institución, sus programas, logros, incluyendo funciones para la donación en línea, así como la inscripción de nuevos alumnos. Esto con el propósito de crear más comunidad, obtener donaciones y patrocinadores.

El segundo objetivo buscaba implementar un vídeo animado para remarcar la importancia de la música en la identidad cultural de Zaachila, para dar a conocer la importancia de la labor del CFIM. Por esta razón, se llevó a cabo una animación a partir de ilustraciones, por medio del programa After Effects, con el objetivo de impulsar a la comunidad y a posibles donantes sobre el apoyo y la conservación del CFIM.

Como tercer objetivo se esperaba lograr el apoyo financiero para el CFIM, a partir de patrocinadores, fundaciones, entre otros. Por lo que, se desarrolló una presentación corporativa que informa a posibles patrocinadores sobre el contexto actual del CFIM, su comunidad, logros, objetivos y los desafíos que enfrenta. De esta manera, las instituciones interesadas, pueden empatizar con el centro y brindarles el apoyo necesario.

Al poder llevar a cabo esto, se puede observar el compromiso social que la Universidad Iberoamericana Puebla, así como sus alumnos tienen, al ayudar en el desarrollo de esta comunidad por medio del CFIM, para difundirlo ante el público, fundaciones, como también patrocinadores y contribuir a que este centro pueda seguir aportando positivamente a la sociedad.

Al comienzo de lo propuesto, se habían establecido ideas como la creación de un evento para la recaudación de fondos de la institución, pero esta idea era limitada por el tiempo, así como espacio, por lo que se descartó por una propuesta más funcional para el cliente en el futuro. Es así cómo se llegó a la realización de una página web, que obtuviera el mismo beneficio de la recaudación de fondos, pero a partir de donaciones. Asimismo, para dar a conocer al CFIM, se optó por la elaboración de una presentación corporativa y un video.

Estas últimas propuestas resultaron las más óptimas, ya que estas proporcionan un fácil empleo, debido a lo intuitivas que son, de igual forma, permiten su futura modificación, así como su uso autónomo por parte del cliente. De esta manera, se espera seguir en contacto con el cliente, para que en un futuro se puedan actualizar los materiales en ámbitos de diseño e información visual, que el proyecto se pueda llevar a la práctica y se pueda ayudar al desarrollo del CFIM dentro de sus aportaciones a la sociedad.

Finalmente, se puede decir que al término de este proyecto se reflexionó sobre la importancia de los conocimientos profesionales de diseño aplicados en temas de dominio social y no únicamente en ámbitos de mercado. Por lo que, es importante inferir que el diseño puede no solo ayudar a la educación, sino también a salvaguardar la identidad cultural de las personas, por medio de la preservación de instituciones como el CFIM.

6. Capítulo VI: Referencias

- Arellano, J. (2019). El concepto de identidad una aproximación a la música en América Latina. SciELO Analytics.
https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-53892019000100036#:~:text=A%20trav%C3%A9s%20de%20la%20m%C3%BAsica,ciertas%20caracter%C3%ADsticas%20individuales%20y%20colectivas.
- Banda Infantil y Juvenil Naram's de la Villa de Zaachila. (s. f.). Banda Infantil y Juvenil Naram's de la Villa de Zaachila. Facebook. <https://www.facebook.com/Naramsmusical/>
- Bernabé, M. (2012). *Importancia de la música como medio de comunicación intercultural en el proceso educativo*. Universidad de Salamanca, España.
<https://www.torrossa.com/en/resources/an/3024078>
- Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información. (s. f.). *Fundación Canieti*. Canieti.
<https://www.canieti.org/canieti/fundacion.asp>
- Castillo, V. (2016). *Guelaguetza Zaachileña, de las más antiguas*. El Sol de México.
<https://www.elsoldemexico.com.mx/cultura/guelaguetza-zaachilena-de-las-tradiciones-mas-antiguas-8452129.html>
- Chávez, J. (2006). La música prehispánica: una revisión crítica de sus fuentes. En A. M. Data México. (s. f.). *Villa de Zaachila - Secretaría de Economía*. Gobierno de México.
<https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/villa-de-zaachila>
- Eguizábal, R. (2010). *Teoría de la Publicidad*. Raúl Eguizábal, *Apuntes de Comunicación Audiovisual*. Docsity. <https://www.docsity.com/es/teoria-de-la-publicidad-raul-eguizabal/2943244/>
- Enciclopedia de la Literatura en México. (2018). Elem.mx. Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca (SECULTA). <http://www.elem.mx/institucion/datos/1583>

Escuela Nacional de Música. (s.f.). En Ahunam. Fondos Universitarios.

http://www.ahunam.unam.mx/consultar_fcu?id=1.19#:~:text=El%20Conservatorio%20de%20la%20Sociedad,nuestra%20Escuela%20Nacional%20de%20Música.

Feltes, J. M. (2023). La doble inmersión en dos lenguas nacionales: La doble inmersión en escuelas primarias indígenas de México. *Revista de Educación*, 392, 35-51.

Fortoul, T. (2016). *La música en la medicina y la medicina en la música Parece, pero no es lo mismo*. SciELO.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0026-17422016000500057

Fundación INBA, AC. (2022). *Fundación INBA inicia campaña de procuración de fondos a beneficio del Conservatorio Nacional de Música*. Gobierno de México.

<https://inba.gob.mx/prensa/17134/fundacion-inba-inicia-campana-de-procuracion-de-fondos-a-beneficio-del-conservatorio-nacional-de-musica>

Fundación Alfredo Harp Helú Oaxaca. (s. f.). *Sobre nosotros*. Fundación Alfredo Harp Helú Oaxaca. <https://fahho.mx/sobre-nosotros/>

Fundación Dibujando un Mañana, A.C. (s. f.). *¿Quiénes somos?* Dibujando un Mañana.

<https://www.dibujando.org.mx/quienes-somos/>

Gómez, B. (2017). *Fundamentos de la publicidad*. Esic Editorial.

https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=i6FxEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=teoria+de+la+publicidad&ots=DpZTQ3vqmK&sig=4xSz9L4wyz6aB8FJwx0SLtBQNKo&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Gómez, L. (2021). *La música como medio de expresión*. Universidad Pontificia

Bolivariana. <https://www.upb.edu.co/es/noticias/la-musica-como-medio-de-expresi%C3%B3n>

González A. (2023). *Revista Digital Universitaria UNAM. Hilando la Red: Documentación*

Musical e Investigación. https://www.revista.unam.mx/vol.7/num2/art11/feb_art11.pdf

Ideo. (s. f.). *Ideo Method Cards*.

<https://hচিতang.org/uploads/Teaching/ideo-method-cards-2by1.pdf>

Insuasti, C. J. & Llanga, V. E. (2019). *La influencia de la música en el aprendizaje*.

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.

<https://www.eumed.net/rev/atlante/index.html>

Instituto Nacional de Bellas Artes. (2023). Cultura Secretaria de Cultura. Creación e historia del INBAL.

<https://inba.gob.mx/75aniversario/historia.html#:~:text=Fue%20fundado%20en%201946%2C%20por,desarrolla%20en%20el%20ámbito%20federal>

Loayan S. (2022). Asana. Design thinking paso a paso y cómo incorporarlo en la empresa.

<https://asana.com/es/resources/design-thinking-process>

Martínez, C. (2023). *En Zaachila se vivió un carnaval lleno de color y tradición*. Acierta.

<https://www.acierta.mx/site/en-zaachila-se-vivio-un-carnaval-lleno-de-color-y-tradicion/>

Muñoyero, M. (2015) . El efecto que causa la música en una intervención logopédica con pacientes con enfermedad de Parkinson. Universidad de Valladolid, España.

<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/7928>

Núñez A. (2023). Rescate Financiero. UABJO.

http://www.uabjo.mx/media/1/2019/01/Gaceta_03_UABJO_NOV-2018_.pdf

Onogre A. (2022). En Atenos. *User Story Mapping ¿Qué es y para qué sirve?*

<https://atenos.com/agile/user-story-mapping-que-es-y-para-que-sirve/>

Otzen, T. & Manterola, C. (2017). International Journal of Morphology. *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

OCDE (2019). Revisión de Políticas Nacionales de Educación El futuro de la educación.

México: OCDE.

Onogre A. (2022). En Atenos. *User Story Mapping ¿Qué es y para qué sirve?*

<https://atenos.com/agile/user-story-mapping-que-es-y-para-que-sirve/>

Patronato Parroquia de Zaachila & Milpa Lab. (2021). CFIM. Centro de Formación Inicial Musical. [Libro digital].

Rivero.J. (2019) *Ejemplos de persuasión*, Neetwork Online Business School

<https://neetwork.com/ejemplos-de-persuasion/>

Rodríguez, O. (2023) Escuela de música infantil de Zaachila, Oaxaca: del basurero a tocar en París. Oaxaca, México. Milenio.

<https://www.milenio.com/estados/basurero-paris-escuela-musica-infantil-zaachila-oaxaca>

Revilla, S. (2011). *Música e identidad: adaptación de un modelo teórico*. European University of Madrid.

[https://www.researchgate.net/publication/266373748 Musica e identidad adaptacion de un modelo teorico](https://www.researchgate.net/publication/266373748_Musica_e_identidad_adaptacion_de_un_modelo_teorico)

Rentería, J. (2023). Acadia de Música de Zaachila. Facebook.

<https://www.facebook.com/Atosparamusica/>

Romero, E. (2013). Design Thinking – Fase 1: Empatizar con el otro. Licencia CC BY-SA

Reconocimiento-Compartir. <https://estebanromero.com/design-thinking/design-thinking-fase-1-empatizar-con-el-otro/>

Escuela de Iniciación Musical Santa Cecilia. (s.f) *Increíble invitación para niños músicos oaxaqueños a Francia*

<https://donaronline.org/escuela-de-iniciacion-musical-santa-cecilia/increible-invitaacion-para-ninos-musicos-oaxaqueños-a-francia>

Sánchez (Ed.), *La música en México: de la prehistoria a nuestros días* (pp. 11-24). Editorial Trillas.

Siciliano M. (2013). *Tia DeNora, Music in Everyday Life*. Open Edition Journals.

<https://journals.openedition.org/volume/3600>

s.a. (s.f.). Acerca de Conaculta. Cultura Secretaría de Cultura.

https://www.cultura.gob.mx/acerca_de/

s. a. (s. f.). Zaachila. Guiajero. <https://www.guiajero.com/zaachila/>

Secretaría de Educación Pública. (2015). *Banda Infantil del Centro de Capacitación*

Musical de la Región Mixe, Oaxaca. [https://www.gob.mx/sep/acciones-y-](https://www.gob.mx/sep/acciones-y-programas/banda-infantil-del-centro-de-capacitacion-musical-de-la-region-mixe-oaxaca)

[programas/banda-infantil-del-centro-de-capacitacion-musical-de-la-region-mixe-oaxaca](https://www.gob.mx/sep/acciones-y-programas/banda-infantil-del-centro-de-capacitacion-musical-de-la-region-mixe-oaxaca)

S. A. (2022). *¿Puede la música ser usada como medicina?* Houston Methodist.

[https://www.houstonmethodist.org/es/why-choose-houston-](https://www.houstonmethodist.org/es/why-choose-houston-methodist/blog/2022/august/can-music-be-used-as-medicine/)

[methodist/blog/2022/august/can-music-be-used-as-medicine/](https://www.houstonmethodist.org/es/why-choose-houston-methodist/blog/2022/august/can-music-be-used-as-medicine/)

Staff de Redacción. (2023) *Escuela de música infantil de Zaachila, Oaxaca: Del basurero a tocar en París.* Oaxaca, México. En Corto.

<https://encorto.mx/escuela-de-musica-infantil-de-zaachila-oaxaca-del-basurero-a-tocar-en-paris/>

s.a. (2012). Teoría de la Identidad Cultural de Stuart Hall y su posible Aplicación.

Upsidedown.

<https://upsidedown9ale.wordpress.com/2012/05/24/teoria-de-la-identidad-cultural-de-stuart-hall-y-su-posible-aplicacion/>

s.a. (2016). *La música como elemento de identidad.* La Colmena.

<https://colmena.intec.edu.do/2016/03/la-musica-como-elemento-de-identidad/>

s.a. (2010). Diario Oficial de la Federación. SEGOB.

https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5162528&fecha=08/10/2010#gsc.tab=0

s.a. (2021). Secretaría de Cultura. La Escuela Superior de Música del INBAL celebra 85

años de ofrecer una cultura inclusiva. [https://www.gob.mx/cultura/prensa/la-escuela-](https://www.gob.mx/cultura/prensa/la-escuela-superior-de-musica-del-inbal-celebra-85-anos-de-ofrecer-una-cultura-inclusiva?idiom=es-MX)

[superior-de-musica-del-inbal-celebra-85-anos-de-ofrecer-una-cultura-](https://www.gob.mx/cultura/prensa/la-escuela-superior-de-musica-del-inbal-celebra-85-anos-de-ofrecer-una-cultura-inclusiva?idiom=es-MX)

[inclusiva?idiom=es-MX](https://www.gob.mx/cultura/prensa/la-escuela-superior-de-musica-del-inbal-celebra-85-anos-de-ofrecer-una-cultura-inclusiva?idiom=es-MX)

s.a. (2023). Comprometen Gobiernos de Oaxaca y Federal Acciones de Promoción y

Fortalecimiento Cultural. Oaxaca Gobierno del Estado.

<https://www.oaxaca.gob.mx/comunicacion/comprometen-gobiernos-de-oaxaca-y-federal-acciones-de-promocion-y-fortalecimiento-cultural/>

s.a. (s.f.). Rosy Ramates. Gobierno de Oaxaca apoyará a estudiantes de la Escuela de Iniciación Musical Santa Cecilia.

<https://rosyramales.com/gobierno-de-oaxaca-apoyara-a-estudiantes-de-la-escuela-de-iniciacion-musical-santa-cecilia/>

s.a. (s.f.). Acerca de Conaculta. Cultura Secretaría de Cultura.

https://www.cultura.gob.mx/acerca_de/

Toledo, F. (2020) *Modelo del Iceberg*. Federico Toledo.

<https://www.federico-toledo.com/modelo-del-iceberg/#:~:text=Dicho%20modelo%20es%20una%20herramienta,el%20problema%20u%20ocasi%C3%B3n%20puntual.>

Turismo de México. (s. f.). *Guía de México*. Estado de Oaxaca.

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwib463BkrOBAXUnIEQIHfKMBeAQFnoECCgQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.turismomexico.es%2Festado-de-oaxaca%2F&usq=AOvVaw2TAla_v7ZmkghjNjSC3cZ&opi=89978449

Tracz, S. (2018). The Effects of a Music Education Public Awareness Campaign on Parental Knowledge and Attitudes. *Music Education Research*. volumen 40, número 2. pp. 227-243.

UNESCO. (s.f) *Cultura: Proteger el patrimonio y fomentar la creatividad*

<https://www.unesco.org/es/culture>

UNESCO. (s.f) *Artes del espectáculo (como la música tradicional, danza y el teatro)*

<https://ich.unesco.org/es/artes-del-espectaculo-00054>

7. Capítulo VII: Apéndices y/o Anexos

Figura 1: Anotaciones y entrevistas previas

<p>Objetivo de las entrevistas</p> <p>Conocer y analizar lo que opinan los diferentes usuarios y actores que conforman el CFIM y la comunidad de Zaachila en cuanto a la importancia tanto de la cultura zapoteca que vive en Zaachila como del impacto que tiene la música en la vida de las personas.</p>
<p>Entrevista #1</p> <p>Datos</p> <p>Entrevistado: Fátima García Nava</p> <p>Rol dentro de la comunidad: Bailarina folclórica</p> <p>Preguntas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Conoces la escuela de música de Zaachila? Si, he escuchado hablar de ella. 2. ¿Qué has escuchado? Pues que es un grupo de música que se fundó por niños de la comunidad. 3. ¿Tienes algún familiar que sea parte de ella? No, solo conocidos de la iglesia. 4. ¿Qué piensas del impacto de la música en la vida de las personas? Es algo muy bueno la verdad, pues gracias a la música hay ambiente sobre todo aquí en Zaachila cuando aprenden a tocar piezas originarias de la comunidad, es algo muy bonito. 5. ¿Y a ti cómo te ha impactado? La verdad a mi me gusta mucho y tiene un impacto muy grande en mi porque me gusta bailar. 6. ¿Crees que el arte ayuda a las personas en la disciplina, escuela o en el trabajo?

Yo digo que sí.

7. ¿Por qué crees que los extranjeros tienen cierto interés en nuestra cultura tanto de Oaxaca como de México?

Porque es una cultura muy grande, es algo que no hay en tantos lugares. Siento que Oaxaca es único por su cultura y es algo muy grande, muchas personas se interesan en Oaxaca y en Zaachila sobre todo por la cultura que tiene.

8. ¿Por qué crees que debe ser importante la música en nuestra sociedad?

Debe ser importante porque vienen nuevas generaciones y gracias a esto yo creo que debe de ser importante porque la música tiene importancia sobre todo cuando es música original y es relevante.

Entrevista #2

Datos

Entrevistado: Fernando

Rol dentro de la comunidad: Estudiante del CFIM

Preguntas

1. Aparte de ti ¿hay otros familiares tuyos que estén en la escuela de música de Zaachila?

Si, mi tío.

2. ¿Qué hace tu tío en la escuela?

Es como un secretario de la escuela.

3. ¿Por qué crees que es importante que la escuela tenga un espacio propio?

Para saber un poco más de la música y para tener un consentimiento sobre qué es la música y la armonía.

4. ¿Qué practicas dentro de la escuela? ¿Tocas un instrumento, bailas...?

Toco el instrumento de piano.

5. ¿Cómo te sientes cuando tocas el piano?

Me siento muy bien, de hecho hasta me siento libre de ser

6. ¿Has estado en algún concurso, participación o presentación?

Si, en coro litúrgico en el que cantamos en la iglesia y también estuvimos tocando dentro del patronato.

7. ¿Por qué crees que la música es importante?

Para conservar las costumbres y la religión.

8. ¿Cómo te ha impactado la música, el piano en tu vida?

Bastante de hecho porque mis papás me pidieron que tocara en mi casa porque tenemos un restaurante y como a algunos les gusta mucho la música de piano, me piden que toque.

9. ¿Crees que los niños desde pequeños deben ser inculcados en la música?

Sí, desde pequeños para que tengan ya un consentimiento y ya de grandes puedan ser grandes músicos.

10. ¿Cómo te ha ayudado la música en tu vida diaria? ¿cómo te ayuda en el colegio?

Me ayuda a entonarme en mi voz porque normalmente con mi papá nos ponemos a cantar y entonces me pide que empiece a entonar las canciones que él empieza a cantar. Entonces entro a la segunda porque no sé de sus canciones y por eso ando tratando de entonar.

11. ¿Qué opinas de que existan diversos géneros dentro de la música?

Opino que es bueno porque así ya podríamos tener un poco más de música entre nosotros.

12. A mí, como estudiante de diseño ¿cómo crees que me podría beneficiar la música?

Le puede beneficiar en muchas cosas, por ejemplo en el diseño de notas musicales. El diseño puede ayudar a muchas personas a que aprendan más sobre la música.

Entrevista #3

Datos

Entrevistado: Francisca Bernardo Reyes

Rol dentro de la comunidad: Familiar de ex-estudiante del CFIM

Preguntas

1. ¿Tiene familiares que sean parte de la escuela? ¿Qué hace?

Mi hermana pero por otras actividades tuvo que salirse, ella llevaba el curso de piano y coro.

2. ¿Por qué crees que es importante que la escuela tenga un espacio propio?

Es super importante porque aquí Zaachila también se caracteriza por ser un pueblo musical, a muchas personas les interesa la parte de aprender y la verdad si requiere un espacio amplio porque es necesario, aquí hay muchos niños jóvenes que están interesados en la música y como ya somos una comunidad grande, necesitamos un espacio adecuado.

3. ¿Qué opinas de que existan demasiados géneros dentro de la música?

Me parece excelente, el hombre desde el inicio tiene esa percepción, esa sensibilidad hacia los sonidos, entonces es muy importante que existan tipos de música.

4. ¿Cuáles crees que sean los más reconocidos aquí en Zaachila?

Aquí en Zaachila hay varias bandas, grupos de danza como podrás darte cuenta, hay grupos folclóricos como la danza de la pluma. Existe la tambora, el clarinete, la corneta, el saxofón y tradicionales hay la chirimía, el tambor que nos acompañan en las festividades de los barrios en todo el año.

5. ¿Por qué crees que los extranjeros muestran más interés en nuestra cultura que el propio gobierno?

Yo creo que a los extranjeros les sorprende, es sorprendente la música que pueden llegar a hacer aquí en Oaxaca entonces lo valoran un poco más. A lo mejor por lo que nosotros estamos ya un poquito más acostumbrados a frecuentemente escuchar la música, sin embargo, hay gente que sí lo valora mucho.

6. ¿Cómo ha impactado la música aquí en Zaachila?

Ha impactado de manera positiva, por ejemplo la escuela del CFIM, que cuenta con un espacio para atraer a niños, jóvenes y adultos para que así no se vayan a otras cosas judiciales o dañinas, sino que vengan a la escuela para aprender música que es algo super bonito.

7. ¿Por qué crees que sería importante mantener la música viva en nuestra sociedad actual y en las futuras?

Porque la música es parte de nuestra cultura, aquí en Zaachila, Oaxaca somos un estado con 16 etnias, cada una pareciera que fuera un país independiente porque cada una tiene sus propias costumbres, tradiciones y obviamente su propia música pero en general, aquí la música en el estado es muy importante porque tiene que ver con nuestra cosmovisión, nuestras tradiciones, nuestra cultura, nuestro arraigo, nuestra tierra.

8. A nosotros como estudiantes de diseño ¿cómo crees que nos podría beneficiar la música?

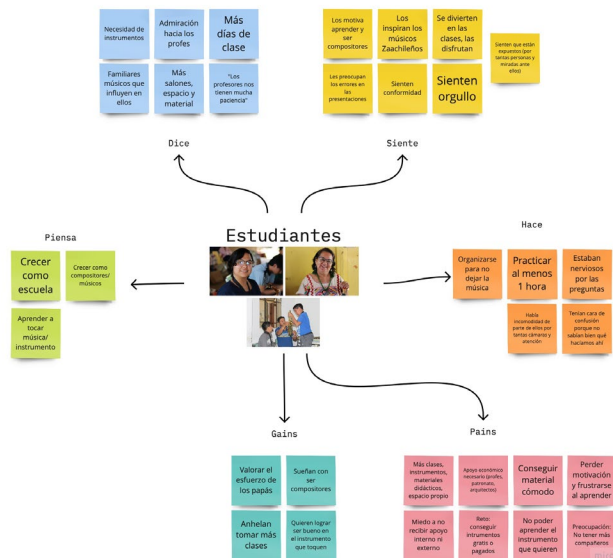
Les beneficia en el tema de la creatividad, porque al escuchar cierto tipo de música, tienen ahí las ideas. La música ayuda a crear, a despertar esa sensibilidad y, en el caso de ustedes, esa creatividad.

9. ¿En qué crees que podríamos ayudar para que tanto la música como la comunidad de la escuela sea más conocida?

Sería muy importante su aporte, por ejemplo en su rama podrían apoyar en el diseño y, en el caso del CFIM, podrían ayudarnos con el tema del proponer propuestas para la escuela, diseñar algo que le de identidad con nuestra cultura, podrían aportar muchísimo ustedes.

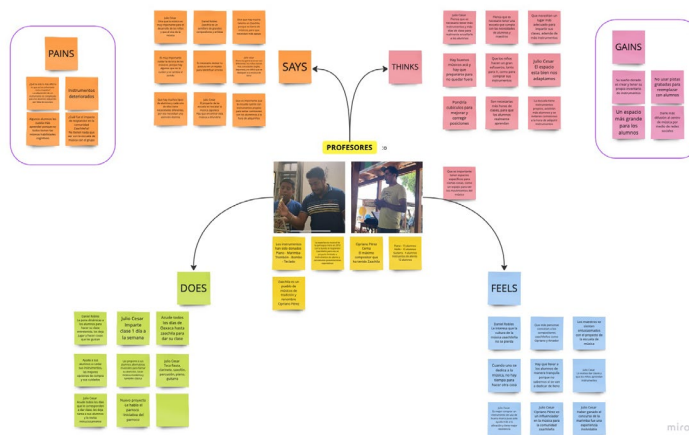
Figura 2. Mapas de empatía

Este formato busca ayudar a identificar al usuario de mejor manera, creando diferentes perfiles como de comunidad, estudiantes y profesores. Donde se puede entender lo que los diferentes miembros dicen, piensan, hacen, sienten, sus dolores y los resultados a los que se llegan.



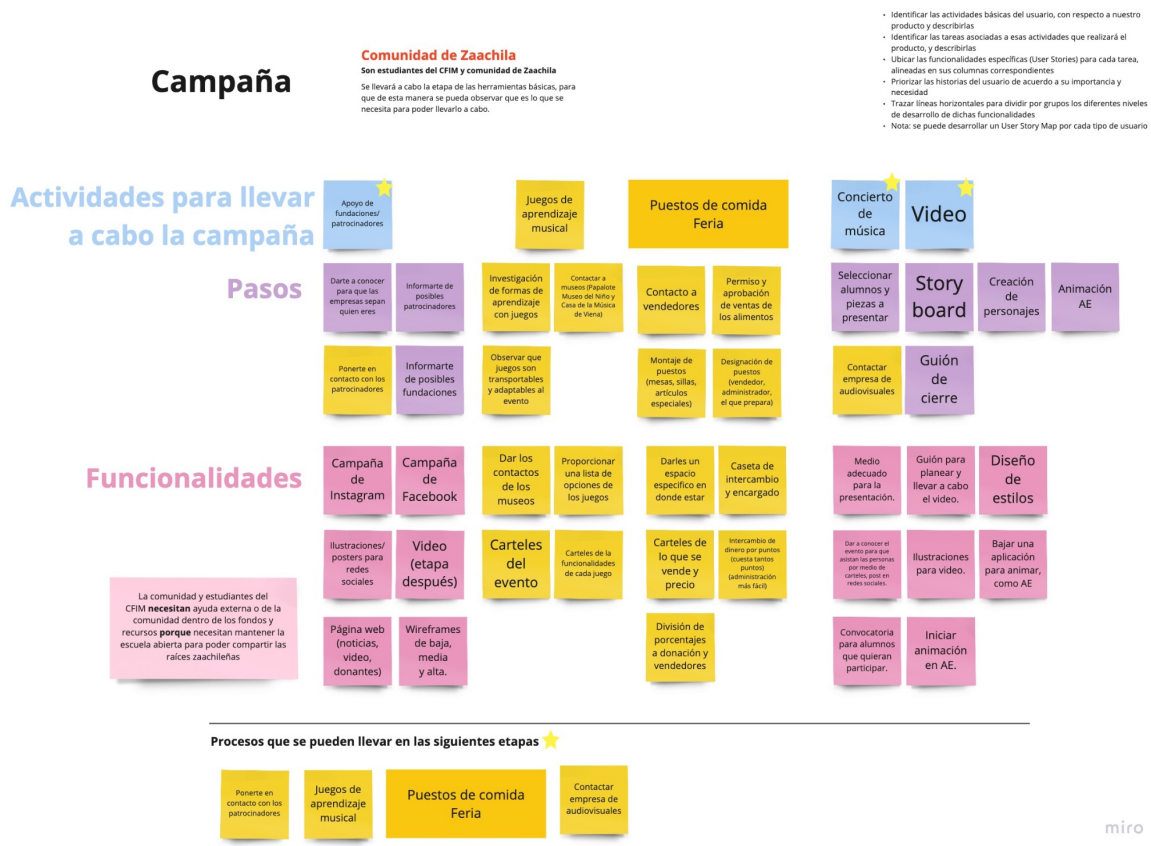
Nota: Los estudiantes se enfocan más dentro de lo que tiene la escuela, la falta de fondos, instrumentos, materiales y la pérdida de compañeros. Además se enfocan en la pérdida de motivación y frustración al aprender y el miedo de no poder crecer ya que no se tienen los instrumentos o profesores para enseñarles.

Figura 3.



Nota: Los profesores ven la importancia de las raíces de Zaachila dentro de la música y quieren preservar las costumbres y tradiciones, pero tienen miedo ya que no tienen los fondos necesarios para dar las clases correctamente, puesto que tienen instrumentos gastados, usan pistas de música para reemplazar a los alumnos y no tienen el espacio suficiente.

Figura 3: User Story Map



- Identificar las actividades básicas del usuario, con respecto a nuestro producto y describirlas
- Identificar las tareas asociadas a esas actividades que realizará el producto y describirlas
- Ubicar las funcionalidades específicas (User Stories) para cada tarea, alineadas en sus columnas correspondientes
- Priorizar las historias del usuario de acuerdo a su importancia y necesidad
- Trazar líneas horizontales para dividir por grupos los diferentes niveles de desarrollo de dichas funcionalidades
- Nota: se puede desarrollar un User Story Map por cada tipo de usuario

La comunidad y estudiantes del CFM **necesitan** ayuda externa o de la comunidad dentro de los fondos y recursos **porque** necesitan mantener la escuela abierta para poder compartir las raíces zaachileñas

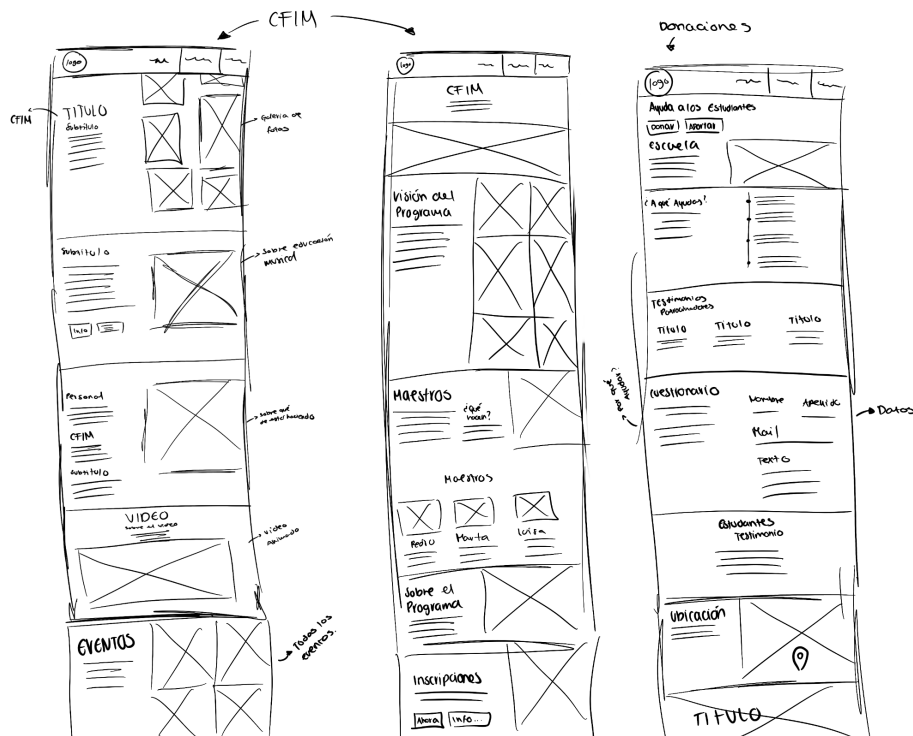


Nota: Dentro de estos mapas se pueden ver paso por paso las actividades necesarias para llevar a cabo la campaña, las que están de color amarillo en el primer mapa son las que se harán dentro de la segunda etapa llevada por el CFIM. El segundo mapa son las actividades realizadas en la primera etapa.

Figura 4. Prototipos de baja, media y alta.

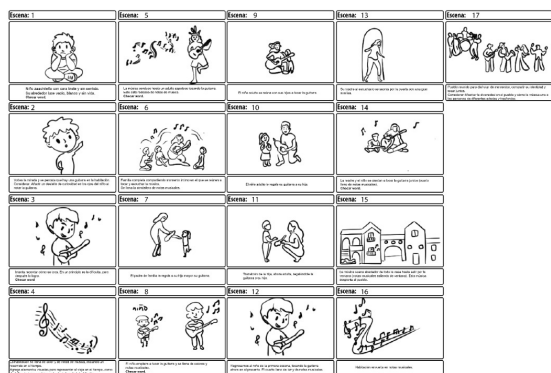
Prototipos de baja

Página web



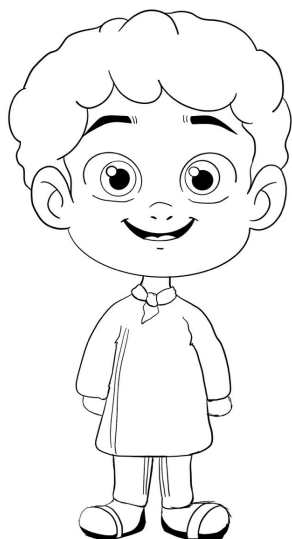
Nota: Prototipo de baja de la página web para dar a conocer el CFIM y atraer al gobierno, patrocinios, donadores, al igual que más estudiantes.

Storyboard para video



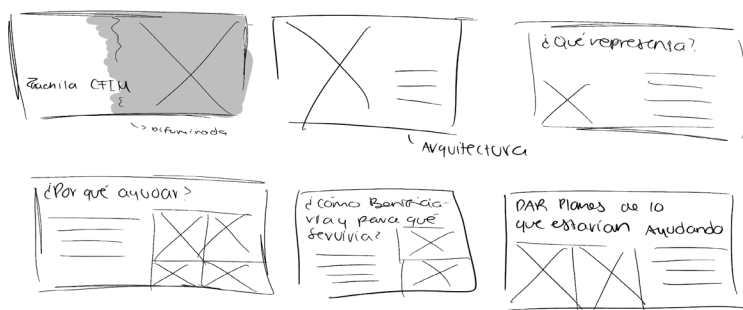
Nota: Storyboard con la planeación de la secuencia escenográfica del video a realizar como parte de la propuesta realizado por el equipo 2.

Ilustración para video



Nota: Primer boceto del personaje (Yao), que busca marcar la vestimenta de la cultura zapoteca y marcar los rasgos vistos previamente en la visita a Zaachila. Se quiso representar con la mirada (la manera de dibujarla) de esperanza y ternura para el video.

Presentación Corporativa

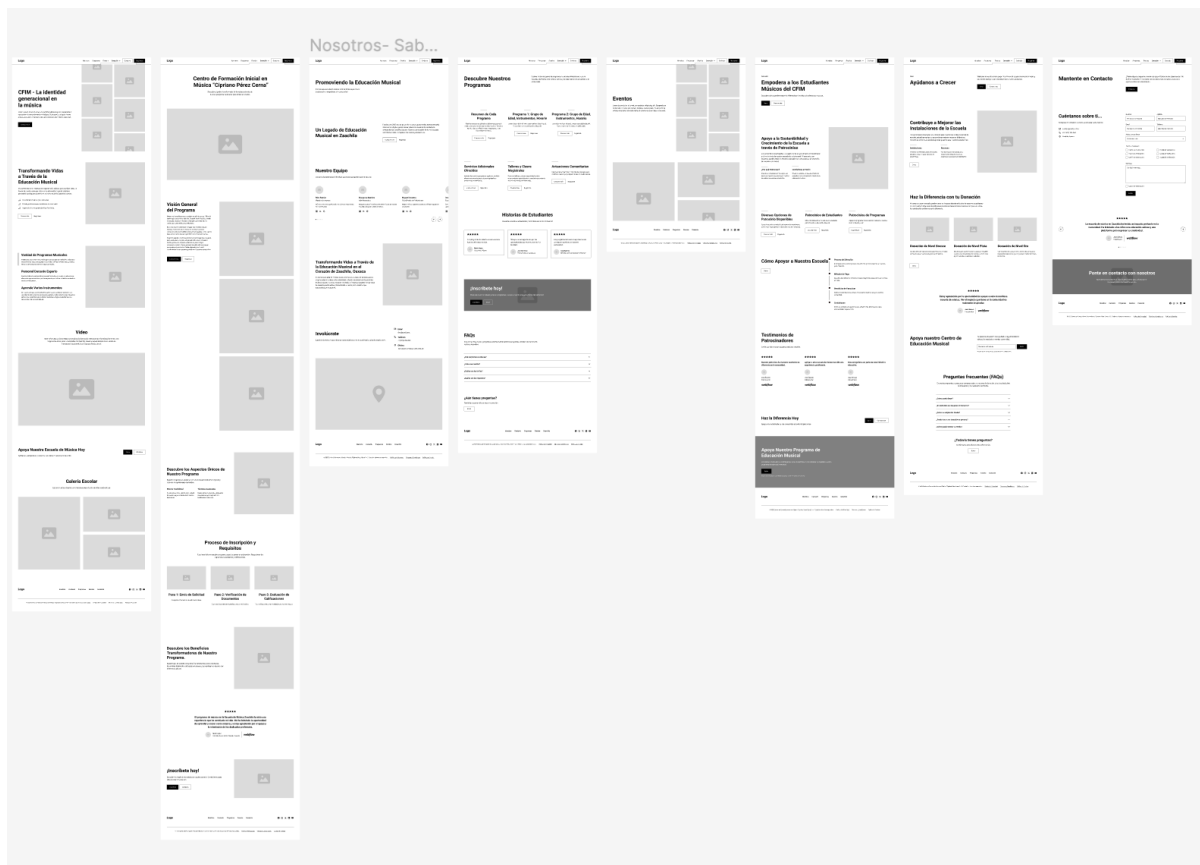


- Poco texto
- Acción empática.
- Imágenes
- Colores neutros.
- Ilustraciones

Nota: Presentación del boceto de baja fidelidad, donde se reparten las diapositivas y se busca el diseño de esta.

Prototipos de media

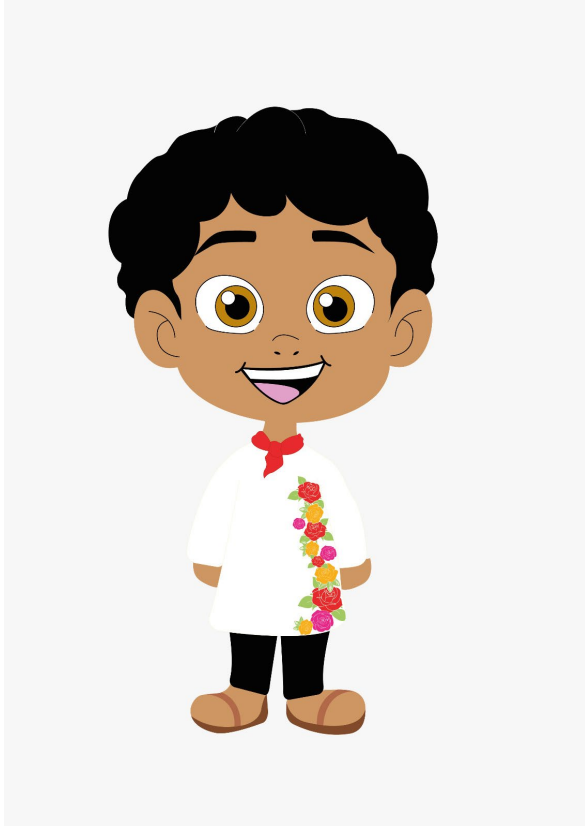
Página web



Nota: Prototipo de media de la página web para dar a conocer el CFIM y atraer al gobierno, patrocinios, donadores, al igual que más estudiantes.

Ver más: <https://www.figma.com/file/lvSfMBj0ezeJkhWmF9kqHe/Zaachila?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=ho3twGdoI9uj1kUZ-1>

Ilustración para video



Nota: Segunda representación del personaje (Yao), que tiene como objetivo reflejar la indumentaria de la cultura zapoteca y destacar las características observadas durante la visita a Zaachila.

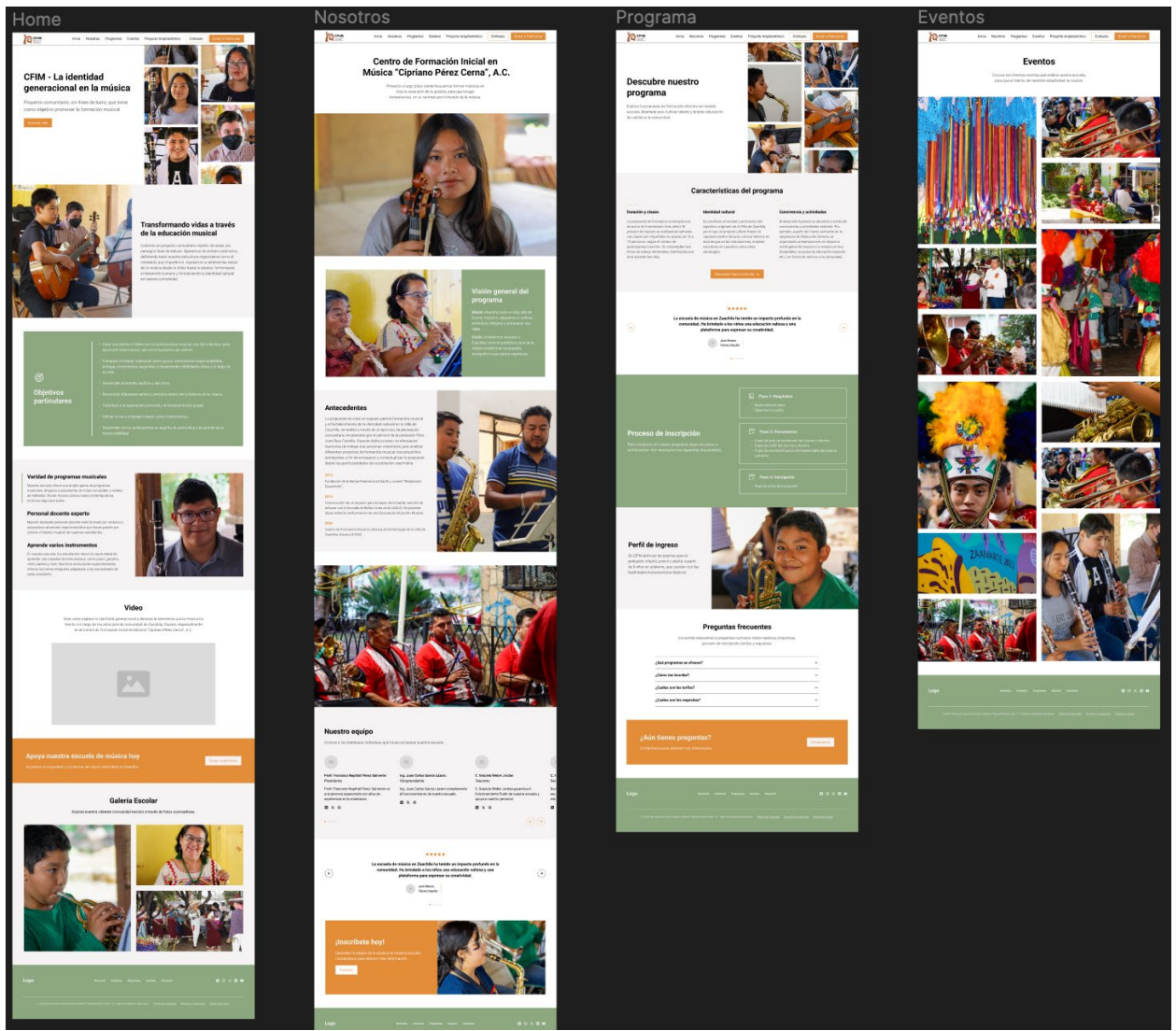
Presentación Corporativa



Nota: Presentación corporativa de media fidelidad de la información esencial del CFIM para compartir a patrocinadores.

Página web en Figma y Wix

Figma



Donación

Inicio | Nosotros | Programas | Formas | Preguntas Frecuentes | Contacto

Empodera a los estudiantes músicos del CFIM



Contribuye a mejorar las instalaciones de la escuela

Las condiciones de las instalaciones de las escuelas son fundamentales para el desarrollo de los estudiantes. Contribuye a mejorar las instalaciones de la escuela...



¿Por qué Patrocinamos?
El apoyo de nuestros patrocinadores es fundamental para el desarrollo de nuestros estudiantes...

¿Por qué Donar?
Con tu donación puedes contribuir al desarrollo de nuestros estudiantes...

Patrocinar vs. Donar

Patrocinio: Programa que ofrece beneficios económicos a cambio de bienes, servicios, productos, o servicios...



Cómo apoyar a nuestra escuela

- Patrocinio de Alimentos
- Patrocinio de Materiales
- Patrocinio de Servicios
- Patrocinio de Transporte
- Patrocinio de Otros

Donaciones: El donante aporta recursos económicos o materiales para el desarrollo de nuestros estudiantes...

Patrocinio: El patrocinador aporta recursos económicos o materiales para el desarrollo de nuestros estudiantes...



Preguntas frecuentes

- ¿Cómo puedo donar?
- ¿Es deducible de impuestos mi donación?
- ¿Cómo se utilizan los fondos?
- ¿Quién hace una donación en persona?
- ¿Cómo puedo obtener un recibo?

¿Todavía tienes preguntas? [Contáctanos](#)

Inicio | Nosotros | Programas | Formas | Preguntas Frecuentes | Contacto

Contacto

Inicio | Nosotros | Programas | Formas | Preguntas Frecuentes | Contacto

Mantente en contacto

¿Tienes alguna pregunta o necesitas ayuda? Escríbenos por correo electrónico. Te daremos una respuesta lo más pronto posible.

Cuéntanos sobre ti...

Nombre:

Apellido:

Correo electrónico:

Teléfono:

Asunto:

Mensaje:

Ubicación



Inicio | Nosotros | Programas | Formas | Preguntas Frecuentes | Contacto

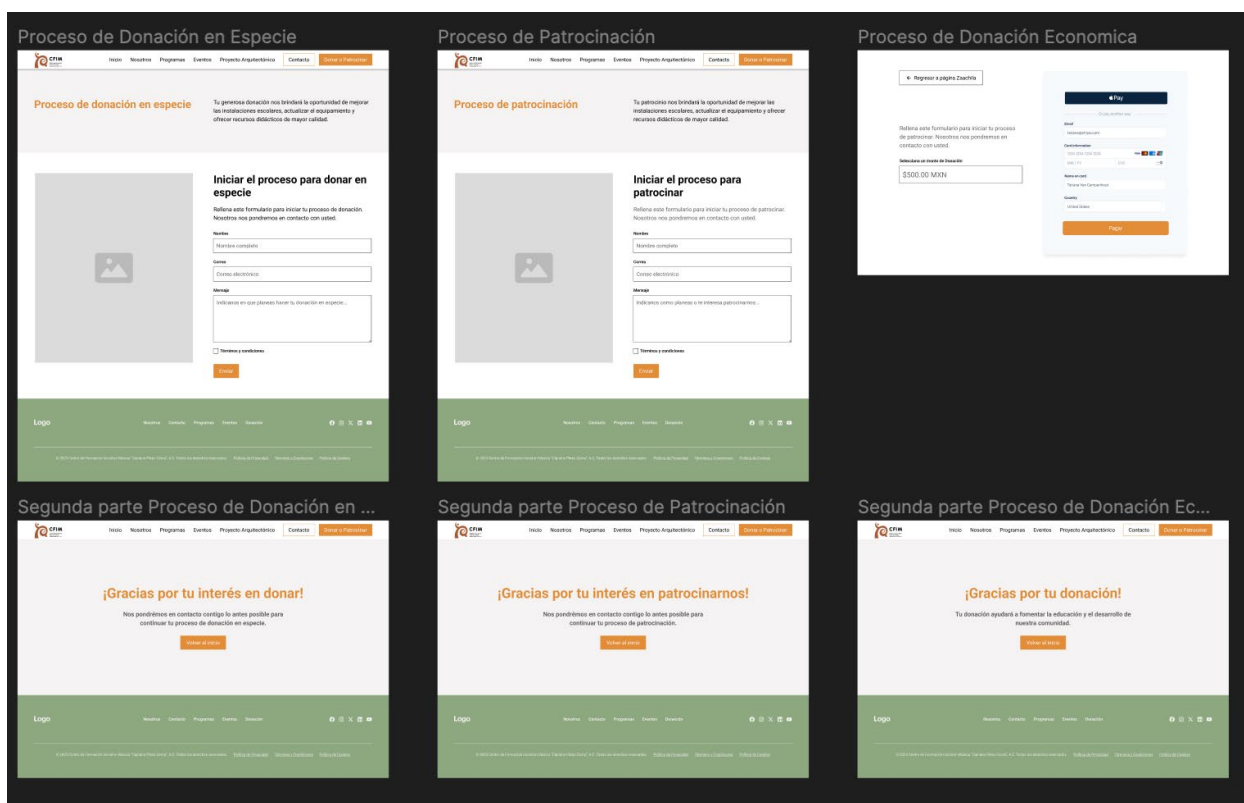
Proyecto Arquitect...

Inicio | Nosotros | Programas | Formas | Preguntas Frecuentes | Contacto

Detalles del proyecto arquitectónico

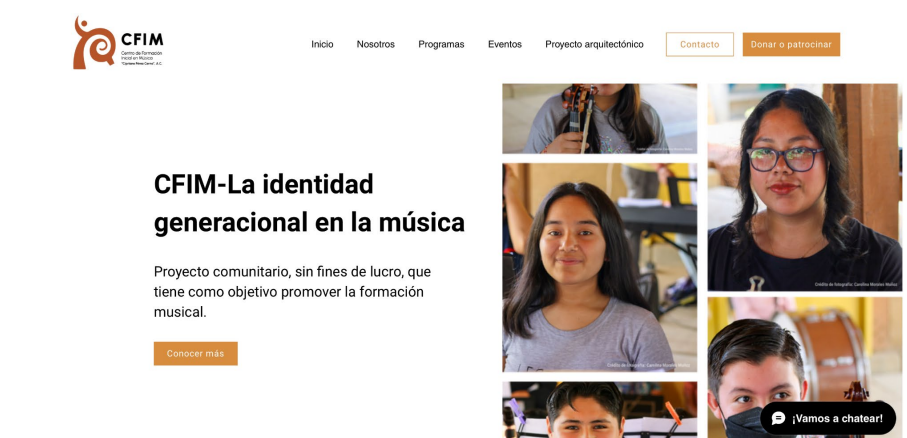


Inicio | Nosotros | Programas | Formas | Preguntas Frecuentes | Contacto



Nota: Para lograr la página web, en primer lugar se diseñó, organizó y estructuró para ofrecer una mayor efectividad de esta.

Wix



Nota: Dentro de la página web se programó en la aplicación Wix, para así lograr hacer funcional la propuesta.

Ver más en: <https://cfimescuela.wixsite.com/cfimescuela/proyecto-arquitectónico>

Video



Nota: El video fue finalizado dentro de la aplicación After Effects. Se utilizó música originaria de Zaachila del cuarteto Lidium (artistas Isaías Cruz Bautista.), el nombre de la pieza es “Flor de piña”.

Ver más en: <https://www.youtube.com/watch?v=s9tGTQKtyLs>

Presentación corporativa

CFIM
Centro Financiero de Inversión Municipal

¿Qué es el CFIM?
El CFIM es un organismo que busca generar acciones, desarrollar sus proyectos y ser un actor en el mercado inmobiliario. Para ello, se requiere de un equipo humano que sea capaz de generar valor y que sea capaz de generar un impacto social positivo.

OBJETIVO GENERAL
Promover la inversión inmobiliaria en el sector público municipal, a través de la creación de un fondo de inversión que permita generar recursos para el desarrollo de los municipios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS
• Promover la inversión inmobiliaria en el sector público municipal.
• Generar recursos para el desarrollo de los municipios.
• Crear un fondo de inversión que permita generar recursos para el desarrollo de los municipios.
• Promover la inversión inmobiliaria en el sector público municipal.

¿QUÉ DESAFÍOS ENFRENTA?
La inversión inmobiliaria en el sector público municipal enfrenta varios desafíos, como la falta de recursos, la falta de información y la falta de experiencia.

CONOCE A NUESTRO EQUIPO
 - **VICEPRESIDENTE:** Mg. Juan Carlos Rodríguez
 - **SECRETARÍA:** C. Roger Aguirre
 - **TESORERO:** C. Carolina Muñoz
 - **PROF.:** Cruz Mera

NUESTROS ESTUDIANTES
 - **FABRICO RAMIREZ OLIVERA VARGAS:** 17 años, Es de Quindío.
 - **NOELI MATTAYVEL GARCIA LABANEGA:** 14 años, Es de Quindío.
 - **WISUEL AMOR MARTINEZ SANTALLA:** 14 años, Es de Quindío.
 - **ANDRÉS ALBERTO RODRÍGUEZ CORNEJO:** 14 años, Es de Quindío.
 - **MAYIT ABRAZUZA AGUILAR LÓPEZ:** 15 años, Es de Quindío.
 - **ABRIEL CORONEL AGUILAR:** 17 años, Es de Quindío.
 - **NOELI MATTAYVEL GARCIA LABANEGA:** 14 años, Es de Quindío.
 - **ALAN VARELA CHAVEZ CORRAL:** 13 años, Es de Quindío.
 - **NOELI MATTAYVEL GARCIA LABANEGA:** 14 años, Es de Quindío.
 - **RUTH PEDRO SUAREZ:** 15 años, Es de Quindío.
 - **CRISTINA ARIAS DE VIAL:** 14 años, Es de Quindío.
 - **FRANCO LEE:** 14 años, Es de Quindío.
 - **AYLIN AGUILAR VIAL:** 14 años, Es de Quindío.
 - **ARISTÓN MORALES:** 15 años, Es de San Agustín.

FRASES DE ALUMNOS
"Gracias a CFIM, pude aprender y crecer."

CONOZCENOS
 - **CONVENIO CLASICO:** Programa de apoyo a la inversión inmobiliaria en el sector público municipal.
 - **CLASIFICACIÓN Y PLAN:** Programa de apoyo a la inversión inmobiliaria en el sector público municipal.
 - **OPORTUNIDAD:** Programa de apoyo a la inversión inmobiliaria en el sector público municipal.
 - **CONVENIO CLASICO:** Programa de apoyo a la inversión inmobiliaria en el sector público municipal.

PROYECTO ARQUITECTÓNICO
 - **PROYECTO:** Construcción de un edificio de oficinas.
 - **CONCEPTO DEL PROYECTO:** Construcción de un edificio de oficinas.

CONCIERTOS Y EVENTOS
 - **DETALLES DEL PROYECTO:** Construcción de un edificio de oficinas.
 - **RENDER DEL PROYECTO:** Construcción de un edificio de oficinas.

¿QUÉ BUSCA HACER EL EPIM?
El EPIM busca generar acciones que permitan generar recursos para el desarrollo de los municipios.

CONOCE MÁS EN NUESTRA PÁGINA WEB

Nota: La presentación corporativa fue hecha con ayuda de un empresario, para ver qué es lo que se necesita en una presentación de inversionistas, que puntos son importantes y de qué manera se debe sintetizar la información.

Figura 5. *Tabla de costos.*

Actividad	Tiempo	Costo
Investigación previa y contexto de Zaachila, Oaxaca	6 horas	\$732.50
Estudio de campo Viaje a Oaxaca (incluyendo costo del viaje)	2 días	\$850
Proceso de Investigación (búsqueda de casos análogos, teorías, metodologías).	144 horas	\$17,580
Proceso de conceptualización (conceptualización de propuestas)	72 horas	\$8,790
Bocetado de página web, video, presentación corporativa	18 horas	\$2,197.50

Prototipado de bocetos (diseño de la página web, presentación corporativa y video)	120 horas	\$14,650
Pruebas de usuario	72 horas	\$8,790
Dominio	Licencia anual	\$150
Webflow (cms y hosting)	Licencia anual	\$409.96
Video de uso	12 horas	\$1,465
Entrega de originales en USB	1 entrega	\$97
Programación de la página	4 semanas	\$6,500 + IVA
Total		\$55,152.00
Total con opcionales		\$62,211.96

Figura 6: Validaciones de Prototipos

Objetivo de las pruebas de validación

Obtener la opinión de un experto en diseño de desarrollo web, padres de familia, empresarios y estudiantes con el objetivo de perfeccionar la usabilidad y el diseño para la interfaz del CFIM, buscando así lograr una experiencia del usuario más efectiva.

Validación #1 - Padres de Familia #1

Entrevistado: Liliana Blanco Terés

Rol dentro de la comunidad: Padre de Familia

Comentarios página web:

- No se pueden usar los botones de arriba y no sabe cómo pasar a la siguiente pantalla.
- Se le hizo bastante fácil navegar en la primera pantalla.
- Los botones le llamaron mucho la atención y entendió cómo usar el de conocer más.
- No sabía cómo regresar a la página principal, ya que los botones de arriba no funcionaban.
- No pudo ver la página de donar, pero si fue una cosa que le llamó la atención al momento de empezar a leer.
- La tipografía que se utilizó es muy entendible y fácil de leer
- Las fotografías que utilizamos fueron bastante interesantes y le gusto, ya que sentía mucha más empatía hacia la escuela
- Los colores son bastante sutiles y no te abruman. (le gusto bastante)
- La parte del proceso de inscripción le llamó la atención , solo que sería interesante añadir algo para simbolizar cada paso. (pero le gusto que es fácil de leer)
- Le gustó el botón para acceder fácilmente a inscribirte a la escuela
- Le gustó la sección de historias de estudiantes, ya que te ayuda a poder entender cómo son las clases dentro de este y ayuda a tomar una decisión mucho más fácil.
- No le encanta que 3 páginas tienen la misma información y piensa que sería mejor juntarlas y escribir dos apartados (Mantente en contacto, Proceso de donación y proceso de patrocinio)
- Le gustó el final donde te agradece.
- Le gustan bastante las fotografías donde se pueden ver los eventos y le comparte el orgullo de las tradiciones dentro de la comunidad.
- Le gusta la parte donde se habla del porque patrocinar o donar ya que es bastante importante saber la diferencia
- Le gustó la parte donde te dice que es lo que harán las personas del CFIM con tu aportación

Comentarios video:

- No entiende el suspiro (poner ruido).
- Le entendió la emoción del niño al ver la guitarra.
- Le gustaron los colores.

Cartas: Liliana Blanco Teres



Validación #2 - Empresario 1

Entrevistado: Anónimo

Rol dentro de la comunidad: Empresario en Puebla

Comentarios página web:

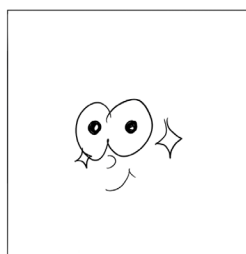
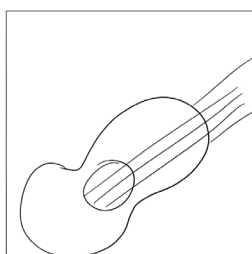
- Le gusta toda la información que viene
- Le gustaría añadir algo del proyecto que tienen a futuro por lo menos en una pequeña sección
- Le gustan las fotografías que usamos
- La tipografía le gusto ya que se ve bastante limpia y es super legible
- Le gustó la paleta de colores y que no está lleno de varios colores
- No ve bien la parte donde se tienen 3 páginas ya que se pueden unir en solo una (mantener en contacto proceso de donación y proceso de patrocinio)
- El texto que se utilizó le gustó y además le llamó la atención que está sintetizado pero se entiende perfecto sin necesidad de ponerlo tan largo

Comentarios presentación:

- Piensa que se ve bastante bien, le gustó la idea de poner cada uno de los estudiantes con el instrumento que tocan y cuántos años tienen.
- Le gustaría saber la misión y visión del CFIM.
- Nos dijo que estaría bastante bien si se pusieran a los estudiantes y personas que trabajan como normalmente están (tocando música, ver el terreno y fotografías de la comunidad).
- Le gustó ver el costo del proyecto en pesos y dólares.
- Si se tuvieran renders del proyecto arquitectónico estaría padre añadirlos para que se pueda visualizar la propuesta.
- Le gustó ver que se tienen los detalles del proyecto.
- Y le gustó ver que es lo que hace el CFIM, ya que así se puede ver que es lo que hacen para ayudar a las tradiciones y raíces de Zaachila.
- Le gustaría añadir un mapa con la ubicación de este para tener una idea de donde está situado.
- Saber los diferentes eventos que la escuela ha hecho a lo largo de los años. (algunos ejemplos)

Comentarios video:

- No entiende el suspiro.
- La música lo puede ayudar a conectar o a desaburrirse.
- Le llamó la atención como le brillan los ojos, se entiende la emoción que siente.



→ No entendió el suspiro

Validación #3 - Experto 1

Entrevistado: Diego Cervantes Zeledón

Rol dentro de la comunidad: Familiar de ex-estudiante del CFIM

Hola, ¿qué tal? Eh, pues bueno, después de realizar la prueba, eh, vamos, Vamos, voy a compartir un poco de los insights que creo que pueden ayudar mucho sobre todo a el tipo de información que se presenta y que sea mucho más clara y más simple de entender los objetivos de ciertas. Secciones en la página.

Entonces, bueno, primero que nada, estoy aquí revisando el Figma. Y algo que creo que se puede simplificar es esta parte de conocer más. ¡Gracias! Que esta sección se puede fusionar con la parte de nosotros para que sea mucho más simple y sobre todo minimizar el número de niveles mientras una página tenga más niveles es decir, mientras más clics tenga que dar para llegar a cierta información, es mucho más probable que pues no se visualice esa información, ¿no?

Es como que hay que simplificar para que sea mucho más accesible toda la información. Esta parte de donación creo que eh, creo que son igual eh, redundando en el mismo punto de eh, hacer más accesible, creo que son muchos clics. Sobre todo para una acción tan principal o tan importante como es el donar creo que hay que reducir el número de clics y niveles por ejemplo aquí con la estructura actual habría que dar un clic aquí a donar y dar ¡Hasta la próxima! ¿Qué forma sería la forma de donar?

La parte más importante de esta sección es la de nuestro equipo y tal vez esta parte de la educación y el legado, ¿no? Entonces, estas dos secciones, que son las partes más importantes de esta parte, las subiría o las añadiría en esta sección de nosotros.

Aunque la parte de nosotros sea una sección larga, creo que valdría la pena tenerla ahí, porque es como informativa, ¿no? Entonces, yo no esperarí ver información de y nos vemos en el próximo vídeo. Nosotros, en otra parte que no sea esta sección, entonces tener esta en una parte superior creo que haría más complicada la navegación.

Ahora también, si creen que es importante tener esta y mostrar el equipo, eh, podrían inclusive generar una sección que sea equipo, nada más, aquí arriba en el navegador, pero bueno, creo que se combinan bien con la parte de nosotros. Esa es una de las características que veo, una de las recomendaciones, la otra es aquí en la parte de Donar o Patrocinar, creo que esta parte de las preguntas frecuentes es importante, entonces esta la pondría al final de esta misma sección aquí y esta parte contribuye a las instalaciones de la escuela, instalaciones a recursos.

Creo que esto también lo podría poner aquí arriba, entonces así se haría mucho más simple y no tendríamos la Y por otro lado, ya dentro de esta página veo que aquí se harían este, Pues estos dos botones harían la misma acción, ¿no?, de ir a patrocinar y esta sería la parte de irte a donar. Entonces yo creo que aquí podríamos hacerlo mucho más simple teniendo nada más dos acciones o dos recuadros con nada más una acción a patrocinar y una a donar, ¿no? Para que sea mucho más simple. Este, bueno, eso sería, luego, el general de toda la página creo que hay que tener muy Es un poco más de cuidado en la sección de

márgenes, sobre todo, eh, mantener el mismo espacio entre las secciones, esto nada más es una recomendación, veo que en general lo están aplicando muy bien, pero por ejemplo aquí Veo que hay mucho espacio blanco, ¿no? Aquí o aquí.

Entonces que todos esos espacios de secciones, de párrafos a títulos, que todo eso se hace consistente, ¿no? Porque eso hace que se vea mucho más profesional. Por último, bueno, creo que esas serían mis sugerencias, pero por ejemplo aquí veo que hay mucho espacio blanco, ¿no? Aquí o aquí. Entonces que todos esos espacios de secciones, de párrafos a títulos, que todo eso se hace consistente, ¿no? Porque eso hace que se vea mucho más profesional. Y, por último, bueno, creo que, creo que esas serían mis observaciones generales e insights. Quiero mencionar igual que todo lo veo bastante bien, me gusta mucho, se sienten muy bien todas las secciones, entonces creo que organizando un poquito más estas secciones simplificando un poco más de información, Y siendo mucho más enfocadas las acciones, quedaría mucho mejor. Pero bueno, eso sería todo por este video. Gracias.

Ver más:

<https://www.loom.com/share/add478205c714569a80508137eb28428?sid=f7cab67-5f11-4429-b3ab-1e70d170aa4d>

Validación #4 - Alumno #1 de la Universidad Iberoamericana Puebla

Entrevistado: Gerardo Cordeiro Blanco

Rol dentro de la comunidad: Alumno de la Universidad Iberoamericana

Comentarios página web:

- La primera página la entendió perfecto y le gustó bastante la información
- La parte de requisitos estaría bien añadir iconos o algo relaciona imágenes
- Poner lo de duración identidad y conveniencias antes de lo de los requisitos porque te informas primero y luego te registras
- Poner al final lo de donación y más llamativo
- Las 3 de mantener en contacto proceso de donación y proceso de patrocinio unir las en uno se me hace innecesario que estén separadas
- Testimonios de los eventos enseñan algo como qué eventos se han hecho, no solo las fotos.
- Le gustaron los colores que utilizamos
- Le gusto la tipografía y el tamaño que tiene ya que se puede leer perfecto
- Le gustaron las fotografías, hace que se sienta más cercano ya que puedes ver las caras.
- No entendió muy bien lo de los testimonios de profesores, pero se le hizo interesante.

Comentarios video:

- Le llamó bastante la atención la animación hasta lo que vamos ahorita.
- Le marcó mucho la guitarra y las notas musicales.
- Le gustaría que pusiéramos música de fondo.
- Le gustó bastante como se ve.
- No entiende bien de qué va, pero sabe que es algo de música.
- Parece que está aprendiendo algo (uniéndose con algo).

Cuñas: Gerardo Cordeiro Blanco



Validación #5 - Alumno #2 de la Universidad Iberoamericana Puebla

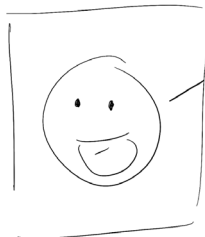
Entrevistado: María Fernanda Gómez Gómez

Rol en la comunidad: Alumna de la Universidad Iberoamericana de Puebla

Comentarios video:

- Le gustó la animación.
- Entiende la idea que se relaciona con la música.
- Le gusta como le brillan los ojos.
- La emoción en la mirada del niño.

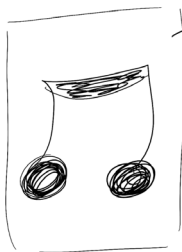
Davka Fernanda Gómez Gómez



→ la emoción
en la cara
del niño



→ los brillos
de los ojos.



→ se entiende
la relación
con la
música.